

Petra Dickel

898 188 217

Marktbezogenes Lernen in Akademischen Spin-offs

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-------------|
| Abkürzungsverzeichnis | XV |
| Tabellenverzeichnis | XVII |
| Abbildungsverzeichnis | XIX |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Ausgangssituation und Motivation | 1 |
| 1.2 Ziel der Arbeit..... | 8 |
| 1.3 Aufbau der Arbeit..... | 10 |
| 2 Theoretische Grundlagen der Untersuchung | 13 |
| 2.1 Akademische Spin-offs | 13 |
| 2.1.1 Definition und Begriffsabgrenzung akademische Spin-offs..... | 13 |
| 2.1.2 Besonderheiten und Herausforderungen akademischer Spin-offs..... | 15 |
| 2.2 Wissen und Lernen | 22 |
| 2.2.1 Definition und Begriffsabgrenzung Wissen und Lernen | 22 |
| 2.2.2 Organisationales Lernen | 26 |
| 2.2.3 Marktwissen und marktbezogenes Lernen | 29 |
| 2.3 Theoretische Bezugspunkte | 31 |
| 2.3.1 Ressourcenbasierter Ansatz | 31 |
| 2.3.2 Wissensbasierter Ansatz | 37 |
| 3 Bestandsaufnahme der empirischen Forschung | 41 |
| 3.1 Vorgehen und Kriterien zur Auswahl der Studien | 41 |
| 3.2 Forschung zum Themengebiet marktbezogenes Lernen | 42 |
| 3.2.1 Konzepte des marktbezogenen Lernens | 42 |
| 3.2.1.1 Studien mit Fokus auf Marktorientierung | 42 |
| 3.2.1.2 Studien mit Fokus auf Prozesse marktbezogenen Lernens..... | 45 |
| 3.2.1.3 Zusammenfassung und Bewertung der Konzepte | 49 |

| | | |
|------------|---|-----------|
| 3.2.2 | Einflussfaktoren auf marktbezogenes Lernen..... | 52 |
| 3.2.2.1 | Organisatorische Einflussfaktoren | 52 |
| 3.2.2.2 | Technologiebezogene Einflussfaktoren..... | 55 |
| 3.2.2.3 | Umweltspezifische Einflussfaktoren | 59 |
| 3.2.3 | Ergebniswirkung des marktbezogenen Lernens | 60 |
| 3.2.4 | Kritische Würdigung der Forschung zum marktbezogenen Lernen..... | 65 |
| 3.3 | Forschung zum Themengebiet Entrepreneurial Learning | 74 |
| 3.3.1 | Konzepte des Lernens in jungen Unternehmen | 74 |
| 3.3.1.1 | Allgemeine Lernkonzepte..... | 74 |
| 3.3.1.2 | Lernen als Wissensgewinnung | 75 |
| 3.3.1.3 | Lernen als Prozess | 76 |
| 3.3.1.4 | Zusammenfassung und Bewertung der Konzepte | 78 |
| 3.3.2 | Einflussfaktoren auf das Lernen in jungen Unternehmen | 79 |
| 3.3.2.1 | Organisatorische Einflussfaktoren | 79 |
| 3.3.2.2 | Technologiebezogene Einflussfaktoren..... | 82 |
| 3.3.2.3 | Umweltbezogene Einflussfaktoren..... | 83 |
| 3.3.3 | Ergebniswirkung des Lernens in jungen Unternehmen..... | 85 |
| 3.3.4 | Kritische Würdigung der Forschung zum Entrepreneurial Learning | 87 |
| 3.4 | Zusammenfassung und kritische Würdigung des Forschungsstandes..... | 93 |
| 4 | Bezugsrahmen der Untersuchung | 97 |
| 4.1 | Darstellung des Bezugsrahmens der Untersuchung..... | 97 |
| 4.2 | Einfluss der Technologiebasis auf den Markterfolg..... | 99 |
| 4.2.1 | Bedeutung der technologischen Anfangsausstattung | 99 |
| 4.2.2 | Bewertung und Wirkung der Technologiebasis..... | 101 |
| 4.3 | Einfluss des marktbezogenen Lernens auf den Markterfolg..... | 103 |
| 4.3.1 | Persönliche Wissensgewinnung..... | 104 |
| 4.3.1.1 | Direkter Einfluss der persönlichen Wissensgewinnung | 104 |
| 4.3.1.2 | Moderierender Einfluss der persönlichen Wissensgewinnung..... | 110 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 4.3.2 | Unpersönliche Wissensgewinnung | 112 |
| 4.3.2.1 | Direkter Einfluss der unpersönlichen Wissensgewinnung | 112 |
| 4.3.2.2 | Moderierender Einfluss der unpersönlichen Wissensgewinnung | 114 |
| 4.3.3 | Wissensintegration..... | 115 |
| 4.3.3.1 | Direkter Einfluss der Wissensintegration | 115 |
| 4.3.3.2 | Moderierender Einfluss der Wissensintegration..... | 119 |
| 5 | Methodische Grundlagen der Untersuchung | 121 |
| 5.1 | Untersuchungsdesign und Gang der Datenerhebung | 121 |
| 5.1.1 | Erhebungsinstrument | 121 |
| 5.1.2 | Pretest..... | 124 |
| 5.1.3 | Datenerhebung | 125 |
| 5.1.3.1 | Auswahl der Unternehmen und Adressermittlung | 125 |
| 5.1.3.2 | Durchführung der Befragung..... | 126 |
| 5.2 | Beschreibung der Stichprobe..... | 128 |
| 5.3 | Methodik und Gang der Datenanalyse..... | 132 |
| 5.3.1 | Methodische Aspekte..... | 133 |
| 5.3.1.1 | Formative und reflektive Messmodelle | 133 |
| 5.3.1.2 | Grundlagen der Regressionsanalyse | 135 |
| 5.3.2 | Methodisches Vorgehen bei der Skalenentwicklung..... | 138 |
| 5.4 | Operationalisierung und Validierung der Konstrukte | 144 |
| 5.4.1 | Operationalisierung der abhängigen Variablen | 144 |
| 5.4.1.1 | Markterfolg des Erstproduktes | 144 |
| 5.4.1.2 | Maßnahmen zur Validierung des Erfolgsmaßes..... | 147 |
| 5.4.2 | Operationalisierung der unabhängigen Variablen | 149 |
| 5.4.2.1 | Technologiebasis | 149 |
| 5.4.2.2 | Persönliche und unpersönliche Wissensgewinnung | 153 |
| 5.4.2.3 | Wissensintegration..... | 156 |

| | |
|---|------------|
| 6 Empirische Befunde | 163 |
| 6.1 Ergebnis der Multitrait-Multimethod-Analyse | 163 |
| 6.2 Ergebnis der Regressionsanalysen | 164 |
| 6.2.1 Durchführung der Regressionsanalyse | 164 |
| 6.2.2 Durchführung weiterer Analysen..... | 169 |
| 6.2.3 Darstellung und Diskussion der Interaktionseffekte..... | 172 |
| 6.3 Zusammenfassung der empirischen Befunde | 175 |
| 7 Zusammenfassung und Implikationen..... | 177 |
| 7.1 Zusammenfassung | 177 |
| 7.2 Implikationen für die Forschung | 180 |
| 7.3 Implikationen für die Praxis..... | 183 |
| Anhang | 189 |
| Literaturverzeichnis..... | 197 |
| Stichwortverzeichnis | 219 |