

Rainer Harms



© 2008 [AGI-Information Management Consultants](#)
May be used for personal purposes only or by
libraries associated to [dandelion.com](#) network.

Entrepreneurship in Wachstumsunternehmen

**Unternehmerisches Management
als Erfolgsfaktor**

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Thomas Ehrmann

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1 Einleitung	1
1.1 Erfolgsfaktoren von Wachstumsunternehmen	1
1.2 Einordnung der Fragestellung in die Betriebswirtschaftslehre	4
1.3 Gang der Untersuchung	6
2 Befunde in der Literatur zu rapide wachsenden Unternehmen	9
2.1 Definition von rapide wachsenden Unternehmen	10
2.1.1 Messgröße	10
2.1.2 Art der Messung	12
2.1.3 Zeitraum und Begriffsgrenze	12
2.1.4 Zusammenfassung der Wachstumsdefinitionen	13
2.2 Methodik der Erfolgsfaktorenforschung	14
2.2.1 Geltungsbereich	15
2.2.2 Erfolgsdefinitionen und Untersuchungsmethoden der Erfolgsfaktoren- forschung	16
2.3 Bestandsaufnahme der Literatur zum rapiden Unternehmenswachstum	20
2.3.1 Vorherrschende Methoden in der Literatur zum rapiden Unternehmenswachstum	21
2.3.2 Vorherrschende Inhalte der Literatur zum rapiden Unternehmenswachstum	22
2.3.2.1 Kotter und Sathé: Human Resource Management	24
2.3.2.2 Sapienza: Comets and Duds	26
2.3.2.3 Brüderl und Preisendörfer: Fast Growing Businesses	27
2.4 Bestandsaufnahme der Literatur: ein Fazit	28
3 Konzeptualisierung und theoretische Herleitung des Unternehmenserfolges	31
3.1 Erfolg als Schlüsselgröße des strategischen Managements	32
3.2 Theoretische Herleitung der Ursachen des Unternehmenserfolges	35
3.2.1 Ansatz der Aufgabenumwelt	37
3.2.1.1 Einführung in den Ansatz der Aufgabenumwelt	37
3.2.1.2 Eignung der Aufgabenumwelt im Rahmen der vorliegenden Untersuchung	38
3.2.2 Marktbasierter Ansatz des strategischen Managements	39
3.2.2.1 Einführung in den marktbasieren Ansatz	39
3.2.2.2 Eignung des marktbasieren Ansatzes im Rahmen der vorliegenden Untersuchung	42
3.2.3 Ressourcenbasierter Ansatz	44
3.2.3.1 Einführung in den ressourcenbasierten Ansatz	44
3.2.3.2 Dynamische Fähigkeiten	50

3.2.3.3	Exkurs: Entrepreneure und unternehmerisches Management als Träger von dynamischen Fähigkeiten	51
3.2.3.4	Eignung des ressourcenbasierten Ansatzes im Rahmen der vorliegenden Untersuchung	53
3.2.4	Ansatz der unternehmerisch ausgerichteten Führungskonzeption	55
3.2.4.1	Unternehmensführungskonzept und strategische Orientierung	56
3.2.4.2	Entrepreneurship	63
3.2.4.3	Eignung der unternehmerisch ausgerichteten Führungskonzeption im Rahmen der vorliegenden Untersuchung	67
3.2.5	Integration der Ansätze	67
4	Herleitung der Hypothesen	71
4.1	Aufgabenumwelt: Munifizienz und Unternehmenserfolg	72
4.1.1	Munifizienz auf der Beschaffungsseite	73
4.1.2	Munifizienz auf der Absatzseite	74
4.2	Branchenstruktur und Unternehmenserfolg	77
4.2.1	Markteintrittsbarrieren	77
4.2.2	Rivalität	79
4.2.3	Ersatzprodukte	80
4.2.4	Verhandlungsmacht der Zulieferer	81
4.2.5	Verhandlungsmacht der Abnehmer	81
4.2.6	Das Porter'sche 5-Kräfte-Schema – eine Zusammenfassung	82
4.3	Top Management Team und ressourcenbasierter Ansatz	82
4.3.1	Eigenschaftsmerkmal Alter	86
4.3.2	Eigenschaftsmerkmal Größe	87
4.3.3	Eigenschaftsmerkmal Zusammenarbeitdauer	89
4.3.4	Heterogenitätsmerkmale	90
4.4	Entrepreneurship als organisationales Konstrukt	93
4.4.1	Entrepreneurial Orientation	93
4.4.1.1	Entrepreneurial Orientation und Unternehmenserfolg – empirische Ergebnisse und Hypothesenentwicklung	98
4.4.1.2	Verknüpfung der Elemente der Entrepreneurial Orientation	102
4.4.2	Entrepreneurial Management	103
4.4.2.1	Elemente des Entrepreneurial Managements	106
4.4.2.2	Entrepreneurial Management und Unternehmenserfolg: Hypothesenentwicklung	110
4.4.3	Entrepreneurship: EO und EM	112
4.4.4	Entrepreneurship und situativer Ansatz	112
4.5	Zusammenfassung der Ansätze	116
5	Methodische Grundlagen und Operationalisierung	119
5.1	Aspekte der Erhebung	119
5.1.1	Erhebungsmethode und Stichprobe	119
5.1.2	Spezielle Aspekte der Fragebogengestaltung	122
5.2	Methodische Grundlagen: Messen und Testen	123
5.2.1	Operationalisierung	124
5.2.1.1	Gütemaße der Messung	125
5.2.1.2	Konfirmatorische Faktorenanalyse	128
5.2.1.3	Messung von Strategien	132

5.2.2	Testen von Zusammenhangshypothesen	134
5.2.2.1	Multivariate Regressionsanalyse	135
5.2.2.2	Moderierte Regressionsanalyse	139
5.3	Operationalisierung	141
5.3.1	Operationalisierung der Aufgabenumwelt	142
5.3.2	Operationalisierung der Wettbewerbskräfte	143
5.3.3	Operationalisierung der Top Management Team Eigenschaften	144
5.3.4	Operationalisierung von Entrepreneurship	146
5.3.4.1	Entrepreneurial Orientation	147
5.3.4.2	Entrepreneurial Management	148
5.3.4.3	Entrepreneurial Orientation und Entrepreneurial Management	148
5.3.4.4	Operationalisierung von Entrepreneurship: Zusammenfassung	148
5.3.5	Operationalisierung von Erfolg	150
5.3.5.1	Effektivitätsmaße auf Basis objektiver Kriterien: Umsatzwachstum und Anpassungsfähigkeit	151
5.3.5.2	Effizienzmaße auf Basis bilanzieller Kennzahlen: Rentabilität	152
5.3.6	Operationalisierung der Kontrollvariablen	153
6	Empirische Analyse	155
6.1	Hypothesentest Munifizienz	155
6.2	Hypothesentest Wettbewerbskräfte	161
6.3	Hypothesentest Top Management Team	165
6.4	Hypothesentest Entrepreneurship	169
6.5	Hypothesentest Entrepreneurship und situativer Ansatz	173
6.6	Zusammenfassung der Modelle	176
6.7	Zusammenfassung der Ergebnisse	179
7	Zusammenfassung und Ausblick	181
7.1	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	181
7.2	Einschränkungen dieser Studie	184
7.3	Implikationen für die Unternehmenspraxis	186
7.4	Ansatzpunkte für weitere Forschungsarbeiten	187
	Literaturverzeichnis	189
	Anhang	219
	Anhang A: Ergänzende Tabellen	219
	Anhang B: Literaturanalyse	229
	Anhang C: Fragebogen	245