

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
1. Einführung	1
1.1 Motivation und Zielsetzung.....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	7
2. Betrachtung des Untersuchungsgegenstandes	12
2.1 Entrepreneurial Opportunity und Innovationsgrad	12
2.1.1 Die Natur der Entrepreneurial Opportunity	12
2.1.2 Innovationsgrad	13
2.2 Eigenkapitalfinanzierung von Unternehmensgründungen	16
2.2.1 Finanzierung als Hürde bei der Unternehmensgründung	16
2.2.2 Quellen externen Eigenkapitals	18
2.2.3 Informationsasymmetrien bei der Eigenkapitalfinanzierung	20
2.2.3.1 Klassifizierung von Informationsasymmetrien.....	20
2.2.3.2 Informationsasymmetrien zwischen Entrepreneur und Investor	21
2.3 Signaling im Überblick	23
2.3.1 Grundlagen der Signaling-Theorie.....	24
2.3.2 Anwendung des Signaling im betriebswirtschaftlichen Kontext.....	26
2.4 Aktueller Forschungsstand zum Signaling bei der externen Eigenkapitalfinanzierung.....	28
2.4.1 Thematische Eingrenzung	28
2.4.2 Theoretische Erkenntnisse	30
2.4.3 Empirische Befunde.....	35
2.4.4 Kritische Würdigung der Erkenntnisse.....	51
3. Ein Modell zur Wirkung des Innovationsgrades auf Signale bei der Eigenkapitalakquise	54
3.1 Vorüberlegungen	54
3.2 Entwicklung der Forschungshypothesen	56
3.2.1 Überblick des Erklärungsmodells	56
3.2.2 Wirkung gründerbezogener Signale	57

3.2.3 Wirkung geschäftsmodellbezogener Signale.....	65
3.3 Operationalisierung der Variablen	74
3.3.1 Abhängige Variable: Externe Eigenkapitalfinanzierung.....	74
3.3.2 Unabhängige Variablen: Gründer- und geschäftsmodellbezogene Signale.....	75
3.3.3 Moderierende Variable: Innovationsgrad	80
3.3.4 Kontrollvariablen	83
4. Empirische Untersuchung	85
4.1 Methodische Konzeption	85
4.1.1 Erhebung der Daten	85
4.1.2 Unterschiede zwischen Entrepreneuren und Businessplanwettbewerbsteilnehmern	88
4.1.3 Untersuchung der Datengrundlage.....	89
4.1.3.1 Deskriptive Merkmale der Stichprobe	89
4.1.3.2 Vergleich der Stichprobe mit der Grundgesamtheit	94
4.1.3.3 Untersuchung der Stichprobe auf Verzerrungen	95
4.1.4 Methodik der statistischen Auswertung	99
4.1.4.1 Konstruktmessung und -beurteilung	99
4.1.4.2 Regressionsanalysen und Modellbeurteilung	104
4.1.4.3 Untersuchung moderierender Effekte	110
4.2 Empirische Befunde	111
4.2.1 Validität der Messung des Innovationsgrades	111
4.2.2 Regressionsanalysen	116
4.2.2.1 Wirkung der Signale auf die externe Eigenkapitalfinanzierung.....	117
4.2.2.2 Wirkung der Signale auf die Deckung des externen Eigenkapitalbedarfs	120
4.2.2.3 Wirkung der Signale auf die subjektive Einschätzung des Gründers	124
5 Fazit der empirischen Untersuchung	129
5.1 Besprechung der Ergebnisse gründerbezogener Signale	129
5.2 Besprechung der Ergebnisse Opportunity-bezogenen Signale.....	139
5.3 Zusätzliche Implikationen der empirischen Ergebnisse	149
6 Schlussbetrachtung	152

6.1 Zusammenfassung	152
6.2 Kritische Würdigung der Ergebnisse	156
6.3 Empfehlungen für die Praxis	159
Anhänge	163
Anhang 1 – Fragebogen der empirischen Erhebung.....	163
Anhang 2 – Übersicht der Wirtschaftszweige	169
Anhang 3 – Detaillierte empirische Ergebnisse	170
Anhang 3.1 – Übersicht Businessplanwettbewerbe.....	170
Anhang 3.2 – Branchenvergleich	171
Anhang 3.3 – Zusätzliche Ergebnisse der Faktorenanalyse.....	172
Anhang 3.4 – Bivariate Datenanalyse	174
Anhang 3.5 – Detaillierte Ergebnisse der Modelle	175
Literaturverzeichnis.....	181

Gründungsfinanzierung

Wirkung des Innovationsgrades auf das Signaling bei
der Eigenkapitalfinanzierung

Hof, R.

2017, XVI, 203 S. 26 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-16376-1