

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis.....	XIII

1. Gründungsförderung in Zeiten von Crowdfunding..... 1

1.1 Hintergrund und Problemstellung der Arbeit	1
1.2 Entrepreneurship-Theorie als übergreifender Forschungsrahmen	5
1.3 Stand der Wissenschaft	9
1.3.1 Integrative Literaturanalyse.....	9
1.3.2 Stand der Entrepreneurship-Forschung mit dem Fokus auf Crowdfunding.....	11
1.3.3 Stand der Entrepreneurship-Forschung mit dem Fokus auf Gründungsförderung ..	14
1.3.4 Zusammenfassung der inhaltlichen Defizite der Forschungsliteratur	20
1.4 Forschungsfragen und Forschungsziele	21
1.5 Wissenschaftstheoretische Einordnung der Arbeit	24
1.6 Gang der Untersuchung.....	26

2. Unternehmensgründung im E-Service-Bereich..... 29

2.1 Grundzüge der Unternehmensgründung	29
2.2 E-Entrepreneurship: Gründen in der Net Economy.....	31
2.2.1 E-Service-Startup: Eine dienstleistungsspezifische Unternehmensgründung.....	34
2.2.1.1 Dienstleistungen und ihre konstitutiven Merkmale	35
2.2.1.2 E-Service – Abgrenzung zur traditionellen Dienstleistung	37
2.2.2 Der Gründungsprozess	38
2.2.2.1 Die unternehmerische Gelegenheit	38
2.2.2.2 Prozessmodelle und die Umsetzung einer Gründung in der Net Economy.	40
2.3 Herausforderungen und Erfolgsfaktoren bei der Unternehmensgründung	48
2.3.1 Herausforderungen.....	48
2.3.1.1 Liability of Newness, Liability of Smallness und Liability of Adolescence	48
2.3.1.2 Besonderheiten bei der Gründung eines E-Service-Startup	50
2.3.2 Erfolgsfaktoren.....	54
2.3.2.1 Individuelle Merkmale des Gründers	54
2.3.2.2 Strategie und Ressourcen	59
2.3.2.3 Externe Einflüsse der Unternehmensumwelt	60
2.4 Das Komponentenmodell.....	62
2.5 Zwischenfazit	67

3. Crowdfunding: Eine Ausprägung des Crowdsourcing..... 69

3.1 Web 2.0 und Social Media	69
------------------------------------	----

3.2 Crowdsourcing	70
3.2.1 Begriffserläuterung Crowdsourcing	72
3.2.2 Typologien des Crowdsourcing	77
3.2.3 Crowdworking als Resultat eines weiterentwickelten Microworking	79
3.2.4 Plattformen und Nutzungsmöglichkeiten des Crowdsourcing	83
3.3 Chancen und Risiken des Crowdsourcing aus der Unternehmensperspektive	85
3.3.1 Vorteile des Crowdsourcing	85
3.3.2 Nachteile des Crowdsourcing	87
3.4 Zwischenfazit	89
4. Non-Profit-Gründungsförderung	91
4.1 Wirtschaftsberatung als Ursprung der Gründungsförderung	91
4.2 Gründungsförderung – Ein Definitionsversuch	92
4.2.1 Übergeordnete Ziele der Gründungsförderung	93
4.2.2 Legitimation der Gründungsförderung	94
4.2.3 Ganzheitlicher Leistungskatalog	97
4.2.4 Typologien der Gründungsförderung	103
4.3 Non-Profit-Gründungsförderung	106
4.3.1 Eine systematische Abgrenzung zur For-Profit-Gründungsförderung	107
4.3.2 Basisformen der Non-Profit-Gründungsförderung	109
4.3.3 Weitere Dimensionen der Systematisierung	113
4.3.4 Der Prozess der Förderung	114
4.3.5 Management und Qualifikationen	116
4.3.6 Exkurs: Wissensmanagement	119
4.3.7 Qualitätsmessung und -wahrung	123
4.4 Zwischenfazit	125
5. Empirie	129
5.1 Ziel und Auswahl der Forschungsmethode – Mixed-Method-Ansatz	129
5.2 Durchführung der qualitativen Forschungsstudie	131
5.2.1 Methodik der qualitativen Leitfadeninterviews mit Experten	133
5.2.1.1 Technik der Datenerhebung: Qualitative Interviewforschung	133
5.2.1.2 Instrument der Datenerhebung: Leitfadeninterviews mit Experten	134
5.2.1.3 Kritik an der qualitativen Interviewforschung	135
5.2.1.4 Gütekriterien	137
5.2.2 Vorbereitung und Durchführung der Datenerhebung	139
5.2.2.1 Sampling	139
5.2.2.2 Konzeption des Interviewleitfadens und Durchführung der Erhebung	141
5.2.3 Darstellung und Interpretation der empirischen Befunde	143
5.2.3.1 Methodik der Datenanalyse	143

5.2.3.2 Darstellung der Ergebnisse	146
5.2.3.3 Ableitung der Forschungshypothesen	152
5.3 Durchführung der quantitativen Forschungsstudie.....	156
5.3.1 Vorbereitung und Durchführung der quantitativen Erhebung	157
5.3.1.1 Konzeption des Fragebogens	157
5.3.1.2 Skalierung	159
5.3.1.3 Sampling.....	160
5.3.1.4 Gütekriterien.....	162
5.3.1.5 Die Fragebogen-Anwendung	163
5.3.2 Darstellung der Ergebnisse der quantitativen Studie	164
5.3.2.1 Wahrnehmung des Crowdfunding	166
5.3.2.2 Leistungsangebot zu Crowdfunding.....	171
5.3.2.3 Wissen über Crowdfunding.....	185
5.3.3 Hypothesen-Prüfung und Erkenntnisableitung	193
5.4 Zusammenfassende Diskussion der empirischen Ergebnisse	196
6. Implikationen und Handlungsempfehlungen	203
6.1 Theoretische Implikationen und Integration von Crowdfunding in das theoretische Modell der Komponentengründung	203
6.1.1 Ableitung der allgemeinen Vor- und Nachteile von Crowdfunding in der Vorgründungsphase	205
6.1.2 Erweiterung des Komponentenmodells um eine virtuelle Dimension als Maßnahme zur Minderung der Liability of Newness, der Liability of Smallness und der Liability of Adolescence.....	209
6.1.3 Betrachtung des Resource-based View im Kontext des Crowdfunding.....	211
6.1.4 Kritische Betrachtung.....	213
6.2 Wissensaufbau und Angebotsausbau bei Non-Profit-Gründungsförderern – Praktische Handlungsempfehlungen.....	214
6.2.1 Generationenübergreifendes Mentoring	215
6.2.2 Workshops.....	220
6.2.3 Erweiterung des Leistungsangebots	222
6.2.4 Kritische Betrachtung der praktischen Handlungsempfehlungen.....	225
7. Fazit	229
7.1 Zusammenfassung und Grenzen der Arbeit	229
7.2 Limitationen und Implikationen für die Forschung	233
7.3 Implikationen für die Praxis	237
Literaturverzeichnis	239
Verzeichnis des Anhangs auf OnlinePLUS.....	265

Crowdworking im Entrepreneurship
Eine Analyse des Wandels in Unternehmensgründung
und Gründungsförderung
Poppe, X.-I.
2018, XIII, 265 S. 20 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-19637-0