

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	VII
Vorwort	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
1 Einleitung	1
1.1 Forschungsfrage.....	1
1.1.1 Relevanz für die Praxis	2
1.1.2 Relevanz für die Wissenschaft.....	3
1.2 Grundlegende Begriffe	5
1.2.1 Corporate Entrepreneurship (CE)	5
1.2.2 Unternehmerische Orientierung (EO)	5
1.2.2.1 Autonomie.....	10
1.2.2.2 Innovativität.....	11
1.2.2.3 Risikoübernahme	13
1.2.2.4 Proaktivität	14
1.2.2.5 Aggressives Verhalten gegenüber Wettbewerbern	17
1.2.3 Unternehmenserfolg (UE)	19
1.3 Empirische Befunde zum EO-UE-Zusammenhang.....	29
1.4 Aufbau	32
2 Theoretische Fundierung und Hypothesenherleitung	35
2.1 Theorien zum Zusammenhang zwischen EO und UE	36
2.1.1 Resource-Based View	36
2.1.2 Dynamic Capabilities	41
2.1.3 Theorie der Pioniervorteile	49
	XI

2.1.4	Empowermenttheorie	56
2.1.5	Kontingenz- und Konfigurationsansatz	58
2.2	Hypothesenherleitung	64
2.2.1	Zusammenhang zwischen den einzelnen EO-Dimensionen und UE	64
2.2.1.1	Innovativität.....	64
2.2.1.2	Proaktivität.....	66
2.2.1.3	Risikoübernahme.....	69
2.2.1.4	Aggressives Verhalten gegenüber Wettbewerbern	71
2.2.1.5	Autonomie.....	74
2.2.2	Moderierende und medierende Variablen des EO-UE-Zusammenhangs	76
2.2.2.1	Aufgabenumwelt	77
2.2.2.2	Reconfiguring Capabilities	82
2.2.2.3	Innovationserfolg.....	83
2.2.3	Unabhängigkeit der fünf EO-Dimensionen	86
3	Design der empirischen Untersuchung	91
3.1	Datenerhebung.....	91
3.1.1	Vorüberlegungen zur Datenerhebung.....	91
3.1.2	Bildung der Stichprobe	94
3.1.3	Verlauf der Datenerhebung.....	94
3.1.4	Beschreibung der Stichprobe	97
3.1.5	Prüfung der Stichprobe auf Verzerrungen	99
3.1.5.1	Non Response Bias	99
3.1.5.2	Herkunft der Kontaktdaten.....	100
3.1.5.3	Single Informant Bias.....	100
3.1.5.4	Method Bias.....	101
3.1.5.5	Common Method Bias	101
3.1.6	Umgang mit fehlenden Werten.....	103

3.1.7	Überprüfung der Repräsentativität	105
3.2	Operationalisierung der Variablen	107
3.2.1	Grundlagen.....	107
3.2.2	Unternehmerische Orientierung	109
3.2.2.1	Autonomie.....	111
3.2.2.2	Innovativität.....	111
3.2.2.3	Risikoübernahme.....	112
3.2.2.4	Proaktivität	113
3.2.2.5	Aggressives Verhalten gegenüber Wettbewerbern	114
3.2.3	Moderierende und mediierende Variablen	115
3.2.3.1	Moderierende Variablen	115
3.2.3.2	Mediierende Variable	117
3.2.4	Unternehmenserfolg.....	119
3.2.4.1	Finanzielle Erfolgsgrößen	119
3.2.4.2	Nicht-finanzielle Erfolgsgrößen.....	120
3.2.5	Kontrollvariablen.....	121
3.3	Datenanalyse.....	123
3.3.1	Auswahl der Analysemethode.....	123
3.3.2	Gütebeurteilung von Konstrukten.....	129
3.3.2.1	Grundlagen	129
3.3.2.2	Reflektive Messmodelle	130
3.3.2.3	Formative Messmodelle.....	138
3.3.3	Analyse von Second Order-Konstrukten	140
3.3.4	Beurteilung von Strukturmodellen	141
4	Ergebnisse der empirischen Untersuchung	148
4.1	Güte der jeweiligen Messmodelle.....	148
4.1.1	Autonomie	148

4.1.2	Innovativität	149
4.1.3	Risikoübernahme	150
4.1.4	Proaktivität.....	151
4.1.5	Aggressives Verhalten gegenüber Wettbewerbern.....	152
4.1.6	EO als Second Order-Konstrukt.....	153
4.1.7	Freigiebigkeit der Aufgabenumwelt.....	154
4.1.7.1	Dynamik	154
4.1.7.2	Technologische Gelegenheiten	155
4.1.7.3	Wahrgenommenes Branchenwachstum.....	156
4.1.7.4	Nachfrage nach neuen Produkten	157
4.1.8	Feindlichkeit der Aufgabenumwelt	157
4.1.9	Reconfiguring Capabilities.....	158
4.1.10	Finanzieller Erfolg.....	159
4.1.11	Nicht-finanzieller Erfolg	160
4.2	Beurteilung der Diskriminanzvalidität	162
4.3	Ergebnisse der Hypothesentests.....	165
4.3.1	Ergebnisse zu den einzelnen EO-Dimensionen.....	165
4.3.2	Ergebnisse zu EO als Second Order-Konstrukt.....	167
4.3.3	Ergebnisse zur Unabhängigkeit der fünf EO-Dimensionen.....	171
5	Diskussion und Schlussbetrachtung	173
5.1	Diskussion der Ergebnisse	173
5.1.1	Ergebnisse der Messmodelle	173
5.1.2	Ergebnisse der Strukturmodelle	174
5.2	Grenzen der Untersuchung	181
5.3	Empfehlungen	183
5.3.1	Empfehlungen für die Wissenschaft.....	183
5.3.2	Empfehlungen für die Praxis	185

Literaturverzeichnis	189
Anhang	233