

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort .....</b>	<b>V</b>
<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>XIII</b>
 <b>1. Gründungsförderung in Zeiten von Crowdfunding.....</b>	 <b>1</b>
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
 <b>2. Unternehmensgründung im E-Service-Bereich.....</b>	 <b>29</b>
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
 <b>3. Crowdfunding: Eine Ausprägung des Crowdsourcing.....</b>	 <b>69</b>
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 Crowdfunding 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
<b>4. Non-Profit-Gründungsförderung .....</b>	<b>91</b>
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
<b>5. Empirie .....</b>	<b>129</b>
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
<b>6. Implikationen und Handlungsempfehlungen .....</b>	<b>203</b>
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
<b>7. Fazit .....</b>	<b>229</b>
7.1 Zusammenfassung und Grenzen der Arbeit .....	229
7.2 Limitationen und Implikationen für die Forschung.....	233
7.3 Implikationen für die Praxis.....	237
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>239</b>
<b>Verzeichnis des Anhangs auf OnlinePLUS.....</b>	<b>265</b>