

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis.....	XIII
1. Gründungsförderung in Zeiten von Crowdworking.....	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 Crowdworking.....	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. Crowdworking: 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 Qualitätssmessung 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 Crowdworking	166
5.3.2.2 Leistungsangebot zu Crowdworking.....	171
5.3.2.3 Wissen über Crowdworking.....	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 Crowdworking in das theoretische Modell der Komponentengründung	203
6.1.1 Ableitung der allgemeinen Vor- und Nachteile von Crowdworking 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 Crowdworking.....	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