

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Grundlegung der Untersuchung</b>	<b>1</b>
1.1	Motivation	1
1.2	Forschungsfelder	7
1.2.1	Revision gründungstheoretischer Entscheidungsparadigmen	8
1.2.2	Konzeptualisierung von Unsicherheit als Kontingenz	10
1.2.3	Kognitionen als Determinante im Umgang mit Kontingenz	13
1.3	Erkenntnisziele	14
1.4	Aufbau und Gliederung der Untersuchung	15
<b>2</b>	<b>Epistemologischer und methodologischer Bezugsrahmen der Untersuchung</b>	<b>19</b>
2.1	Wissenschaftstheoretische Einordnung	19
2.2	Epistemologische Einordnung	23
2.3	Methodische Einordnung	26
<b>3</b>	<b>Paradigmatischer Bezugsrahmen der Untersuchung</b>	<b>31</b>
3.1	Unternehmenstheoretische Grundlagen	32
3.2	Junge Unternehmen als Forschungsgegenstand	37
3.2.1	Formen der Unternehmensgründung	37
3.2.2	Lebenszyklen junger Unternehmen	41
3.2.3	Wesentliche Struktureigenschaften junger Unternehmen	48
3.2.3.1	Liability-of-Newness	48
3.2.3.2	Liability-of-Smallness	49
3.2.3.3	Liability-of-Adolescence	50

---

3.3	Entscheidungsparadigmen in Gründungsunternehmen .....	51
3.3.1	Causation und Effectuation .....	53
3.3.1.1	Konzeptuelle Grundlagen .....	53
3.3.1.2	Prozessuale Darstellung von Effectuation & Causation .....	63
3.3.2	Bricolage .....	66
3.3.2.1	Konzeptuelle Grundlagen .....	66
3.3.2.2	Prozessuale Darstellung von Bricolage .....	73
3.3.3	Zusammenfassende Übersicht gründungstheoretischer Entscheidungsparadimen .....	76
3.4	Kurzzusammenfassung des paradigmatischen Bezugsrahmens .....	80
<b>4</b>	<b>Bestimmungsfaktoren von Entscheidungsparadigmen .....</b>	<b>83</b>
4.1	Aktueller Stand der Forschung .....	83
4.2	Gegenstandsbereiche der Forschung zu Entscheidungsparadigmen .....	85
4.2.1	Innovation .....	86
4.2.2	Erschließung/ Kreation neuer Märkte .....	88
4.2.3	Unternehmensleistung und Kreativität .....	89
4.2.4	Unternehmensentwicklung und Entscheidungskontext .....	90
4.2.5	Humankapital .....	92
4.2.6	Individuelle Dispositionen .....	98
4.2.7	Subjektives Unsicherheitsempfinden .....	100
4.2.8	Subjektive Selbstwirksamkeitserwartung .....	103
4.3	Schlussfolgerungen der Literatursynopse .....	104
<b>5</b>	<b>Revision und Erweiterung gängiger Entscheidungsparadigmen ....</b>	<b>109</b>
5.1	Kritische Beurteilung des Forschungsstandes .....	110
5.2	Ergänzende und korrektive Konzepte zu Entscheidungsparadigmen .....	118
5.2.1	Strategieabsenz bzw. Absenz herkömmlicher Entscheidungslogiken .....	119
5.2.2	Improvisation, Trial & Error und Strukturdeterminanten .....	124
5.3	Synthese erweiterter Entscheidungsparadigmen .....	127

<b>6</b>	<b>Konzeptualisierung eines kontingenzbasierten, epistemologischen Entscheidungsrahmens</b>	135
6.1	Grundlagen und Elemente der Entscheidungstheorie	136
6.1.1	Rationalität und begrenzte Rationalität	141
6.1.2	Heuristiken	142
6.1.3	Kognitive Verzerrung	143
6.2	Kontingenzvariablen	148
6.2.1	Sicherheit	149
6.2.2	Risiko	150
6.2.3	Unsicherheit bzw. Unsicherheit (i. e. S.)	152
6.2.4	Komplexität	162
6.2.5	Ambiguität (Äquivalenz)	168
6.2.6	Isotropie	173
6.3	Aggregation des kontingenzbasierten, epistemologischen Entscheidungsrahmens	174
6.4	Zwischenfazit und Anwendungsausblick des kontingenzbasierten, epistemologischen Entscheidungsrahmens	179
<b>7</b>	<b>Wissen und Kognitionen als Instrumente zur Reduktion von Kontingenz</b>	181
7.1	Wissen und Kognitionen	182
7.2	Wissenstypen	184
7.2.1	Explizites und implizites Wissen	184
7.2.2	Deklaratives, prozedurales und konzeptuelles Wissen	185
7.2.3	Akkumuliertes und strukturelles Wissen	188
7.2.4	Synthese der vorgestellten Wissenstypen	191
7.3	Zusammenhänge zwischen Wissen, Kognitionen und Kontingenz	191
<b>8</b>	<b>KKS-Schema: Entscheidungsparadigmen in Abhängigkeit von Kontingenz, Kognitionen und Strukturdeterminanten</b>	197
8.1	Kontingenz-, Kognitions-, Strukturdeterminanten-Schema gründungstheoretischer Entscheidungsparadigmen (KKS-Schema)	198
8.2	Zusammenhänge zwischen Kontingenzgraden und Entscheidungsparadigmen innerhalb des KKS-Schemas	210
8.3	Praxisbeispiel des KKS-Schemas zur Untersuchung von Kontingenzdynamiken anhand von Marketingwissen	214

---

<b>9</b>	<b>Fazit und Implikationen der Untersuchung</b>	221
9.1	Inhaltliche und konzeptuelle Erkenntnisse	221
9.2	Bedeutung der Untersuchung für die Unternehmenspraxis	227
9.3	Zukünftige Forschungsbereiche	236
	<b>Anhang</b>	243
	<b>Literaturverzeichnis</b>	281