

Inhalt

1	Gründerteams: Ein Phänomen der letzten 15 Jahre?	1
1.1	Definition des Begriffes „Gründerteam“	3
1.2	Gründerteams in der historischen Betrachtung	8
1.3	Die Bedeutung von Gründerteams heute	19
1.4	Zusammenfassung	21
2	Zielsetzung und Aufbau des Buches	23
2.1	Ziele der Untersuchung	23
2.2	Aufbau des Buches	24
3	Die Erfolgsfaktoren von Gründerteams	29
3.1	Der Erfolg von Gründerteams	30
3.2	Die Risiken von Gründerteams	35
3.3	Merkmale von Gründerteams als Erfolgsfaktor	39
3.4	Die Soziale Interaktion als Erfolgsfaktor	42
3.5	Der Einfluss der Teammerkmale auf die Soziale Interaktion	50
3.6	Zusammenfassung	52
4	Die Konzeption der Untersuchung	55
4.1	Der Bezugsrahmen	55
4.2	Operationalisierung der Merkmale von Gründerteams	57
4.3	Operationalisierung der Komponenten der Sozialen Interaktion von Gründerteams	58
4.4	Operationalisierung der Dimensionen des Unternehmenserfolges	62
4.5	Das Untersuchungsdesign	66
4.6	Zusammenfassung	68

5	Merkmale der Unternehmen und der Gründerteams	69
5.1	Merkmale der Unternehmen	69
5.1.1	Geschäftstätigkeit und Technologieorientierung der befragten Unternehmen	70
5.1.2	Rechtsform	71
5.1.3	Alter	73
5.1.4	Unternehmensgröße	74
5.1.5	Eigenkapitalausstattung	78
5.1.6	Investitionen	79
5.2	Merkmale der Gründerteams	82
5.2.1	Teamgröße	82
5.2.2	Durchschnittliches Lebensalter der Gründer in den Teams	84
5.2.3	Heterogenität des Gründeralters	85
5.2.4	Branchenerfahrung der Teams	87
5.2.5	Heterogenität der Branchenerfahrung	88
5.2.6	Beziehungen der Gründer vor der Unternehmensgründung	89
5.2.7	Fluktuation	92
5.3	Zusammenhänge zwischen Teammerkmalen	94
5.4	Zusammenfassung	98
6	Die Soziale Interaktion der befragten Gründerteams	101
6.1	Die Qualität des Messmodells der Sozialen Interaktion	101
6.2	Ausprägungen der Sozialen Interaktion	105
6.3	Zusammenfassung	107
7	Der Erfolg der befragten Gründerteams	109
7.1	Die Qualität des Messmodells für den qualitativen Unternehmenserfolg	109
7.1.1	Ausprägungen der qualitativen Erfolgsmaße	112
7.1.2	Zusammenhang zwischen den qualitativen Erfolgsdimensionen	113
7.2	Quantitative Erfolgsgrößen	115
7.2.1	Entwicklung der Vollzeit Arbeitsplätze	116

7.2.2	Entwicklung der Umsätze	118
7.2.3	Entwicklung der Umsätze pro Mitarbeiter.	120
7.2.3	Entwicklung der Unternehmensgewinne	122
7.3	Zusammenhang zwischen qualitativen und quantitativen Erfolgsgrößen.	125
7.4	Zusammenfassung	130
8	Empirische Überprüfung der Untersuchungshypothesen	131
8.1	Erfolgseinfluss der Merkmale von Gründerteams	131
8.2	Erfolgseinfluss der Sozialen Interaktion.	135
8.3	Einfluss der Teammerkmale auf die Soziale Interaktion.	137
8.4	Interaktionseinfluss unter dem moderierenden Einfluss von Teammerkmalen	139
8.5	Zusammenfassung	143
9	Instrument zur Bestimmung der Qualität der Sozialen Interaktion in Gründerteams	145
9.1	Entwicklung des Instruments.	145
9.2	Auswertung.	146
9.3	Grenzen des Analysewerkzeugs und Maßnahmen	151
10	Resümee und Ausblick	153
10.1	Soziale Interaktion und Erfolg von Gründerteams.	155
10.2	Zentrale Ergebnisse	156
10.3	Implikationen für die Praxis	157
10.4	Implikationen für die Forschung.	159
10.5	Kritische Würdigung – Grenzen der Untersuchung.	160
11	Literaturverzeichnis	163