

# Inhaltsverzeichnis

Seite

<b>Einleitung: Ökonomische Defizite in der Gründungsforschung</b>	<b>1</b>
1. Stand der traditionellen Gründungsforschung	2
2. Überblick über den Gang der Untersuchung	6
<b>I. Theoretische Grundlagen</b>	<b>9</b>
1. Unternehmensentstehung: Vom statischen neoklassischen Gleichgewichtsdenken zum prozeßorientierten Austria- nismus unter Berücksichtigung von Transaktionskosten	9
1.1. Konkurrenzgleichgewicht als Darstellungsbeispiel für das Gleichgewichtsdenken	10
1.2. Erklärungsdefizite und Darstellungslücken	13
1.3. Bedeutung einer ungleichgewichtsorientierten und prozeßtheoretischen Betrachtung	18
1.4. Sichtweise der österreichischen Schule	20
1.5. Prozeßorientiertes Denken und strategische Planung	23
1.6. Transaktionskosten	25
2. Ökonomische Analyse des Unternehmertums und des Gründungsprozesses	28
2.1. Findiges Unternehmertum im Gründungsprozeß	28
2.1.1. Politischer Koordinator	30
2.1.2. Informationskoordinator	30
2.1.3. Ressourcenkoordinator	35
2.1.4. Marktkoordinator	37
2.1.5. Innovationsprozeß und Unternehmertum	42
2.1.6. Zusammenfassung	44
2.2. Innovationen im Gründungszusammenhang	45
2.3. Unternehmensorganisation im Marktzusammenhang	49
2.4. Gründungsprozeß im institutionellen Zusammenhang	54
3. Ableitung empirischer Fragestellungen	56

<b>II. Anlage der empirischen Untersuchung</b>	<b>61</b>
1. Voruntersuchung	61
2. Zugang zum empirischen Feld	64
3. Stichprobe	66
4. Erhebungsmethode und Erhebungsinstrumentarium	69
5. Auswertungsverfahren	71
5.1. Statistische Methoden	71
5.2. Erfolgstrennung	73
<b>III. Ergebnisse der empirischen Untersuchung</b>	<b>80</b>
1. Vorgehensweise	80
2. Gründerperson	81
2.1. Rahmendaten	82
2.2. Ziele innovativer Unternehmensgründer	87
2.3. Wahrnehmung innovativer unternehmerischer Aktivitäten	96
2.4. Implikationen für Theorie und Praxis	106
3. Gründungsidee	108
3.1. Rahmendaten	109
3.2. Ideenschutz	123
3.3. Analyse der Gründungsidee im Marktzusammenhang	132
3.4. Anwenderorientierte Analyse	144
3.4.1. Analyse von Produktvorteilen	146
3.4.2. Analyse von Kostenvorteilen	149
3.4.3. Zusammenhang zwischen Produkt- und Kostenvorteilen	156
3.5. Implikationen für Theorie und Praxis	162

4. Gründungsorganisation	165
4.1. Rahmendaten	165
4.2. Unternehmensentwicklungskonzepte	172
4.3. Aufgabenanalyse innovativer Unternehmensgründungen	175
4.4. Unterstützung durch externe Institutionen	182
4.5. Organisation der Marktbeziehungen	186
4.5.1. Organisation der Beschaffungsmarktbeziehungen	186
4.5.1.1. Charakterisierung selbst erstellter und fremd bezogener Vorprodukte	187
4.5.1.2. Einbindung der Zulieferer von Vorprodukten	203
4.5.1.3. Einbindung des Personals	227
4.5.2. Organisation der Absatzmarktbeziehungen	236
4.5.2.1. Organisation des Vertriebs	236
4.5.2.2. Einbindung der Abnehmer	241
4.5.2.3. Einbindung der Abnehmer und Konkurrenzintensität	250
4.6. Implikationen für Theorie und Praxis	255
<b>Schlußbetrachtung</b>	<b>258</b>
Anhang	263
Literaturverzeichnis	295