

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Gründerteams: Ein Phänomen der letzten 15 Jahre?</b> . . . . .	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
<b>2</b>	<b>Zielsetzung und Aufbau des Buches</b> . . . . .	23
2.1	Ziele der Untersuchung . . . . .	23
2.2	Aufbau des Buches . . . . .	24
<b>3</b>	<b>Die Erfolgsfaktoren von Gründerteams</b> . . . . .	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
<b>4</b>	<b>Die Konzeption der Untersuchung</b> . . . . .	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

<b>5</b>	<b>Merkmale der Unternehmen und der Gründerteams</b> . . . . .	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
<b>6</b>	<b>Die Soziale Interaktion der befragten Gründerteams</b> . . . . .	101
6.1	Die Qualität des Messmodells der Sozialen Interaktion . . . . .	101
6.2	Ausprägungen der Sozialen Interaktion . . . . .	105
6.3	Zusammenfassung . . . . .	107
<b>7</b>	<b>Der Erfolg der befragten Gründerteams</b> . . . . .	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
<b>8</b>	<b>Empirische Überprüfung der Untersuchungshypothesen . . . . .</b>	<b>131</b>
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
<b>9</b>	<b>Instrument zur Bestimmung der Qualität der Sozialen Interaktion in Gründerteams . . . . .</b>	<b>145</b>
9.1	Entwicklung des Instruments . . . . .	145
9.2	Auswertung . . . . .	146
9.3	Grenzen des Analysewerkzeugs und Maßnahmen . . . . .	151
<b>10</b>	<b>Resümee und Ausblick . . . . .</b>	<b>153</b>
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
<b>11</b>	<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	<b>163</b>