

„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

1. Wie entsteht die Idee, ein Unternehmen zu gründen?

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

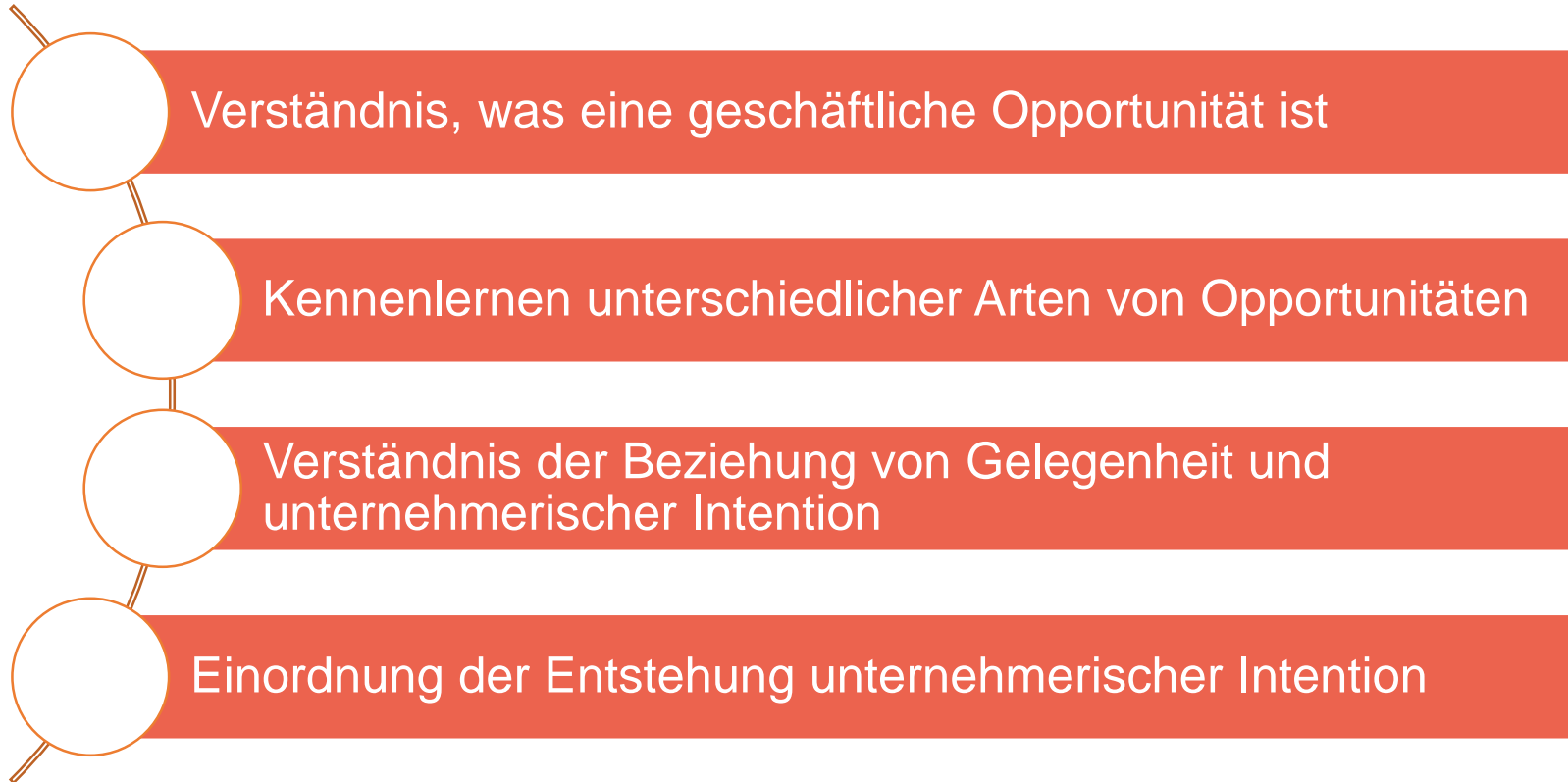
1.3 Entrepreneurial Opportunity und Entrepreneurial Intention

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



Lernziele

- 
- Verständnis, was eine geschäftliche Opportunity ist
 - Kennenlernen unterschiedlicher Arten von Opportunities
 - Verständnis der Beziehung von Gelegenheit und unternehmerischer Intention
 - Einordnung der Entstehung unternehmerischer Intention



Entrepreneurial Opportunities



Was ist eine unternehmerische Gelegenheit?

Eine unternehmerische Opportunität setzt sich zusammen aus einem Bündel von:

- Ideen,
- Überzeugungen und
- Handlungen

die es ermöglichen, Leistungen zu entwickeln, für die es zurzeit noch keinen Markt gibt, für die aber in der Zukunft ein Markt entstehen könnte.

Venkataraman
(1997)

McMullen et al.
(2007)

Opportunitäten sind abhängig von der individuellen menschlichen Wahrnehmung: sie sind subjektiv oder sozial konstruiert.

Warum sind unternehmerische Gelegenheiten wichtig?

Ohne das Aufspüren und Umsetzen von Entrepreneurial Opportunities gäbe es keine Gründungsaktivität – und alles das, was daraus entsteht.

Entrepreneurial Opportunities sind Türöffner für eine Kette von Geschäftsmöglichkeiten, die sich dahinter verbirgt.

Mit der Wahrnehmung und Umsetzung von Opportunitäten verändert sich der Gang der Dinge – zumindest für Diejenigen, die diesen Schritt unternehmen.

Entrepreneurial Opportunities setzen Landmarken im Wettbewerb in einer Vormarkt-Phase. Sie können nicht von allen gesehen werden – und schirmen damit im Wettbewerb ab.

Beispiel:
Apple und das Smartphone – anfangs eine Opportunity, die im Wesentlichen nur von Steve Jobs gesehen wurde.

Problem bei unternehmerischen Gelegenheiten

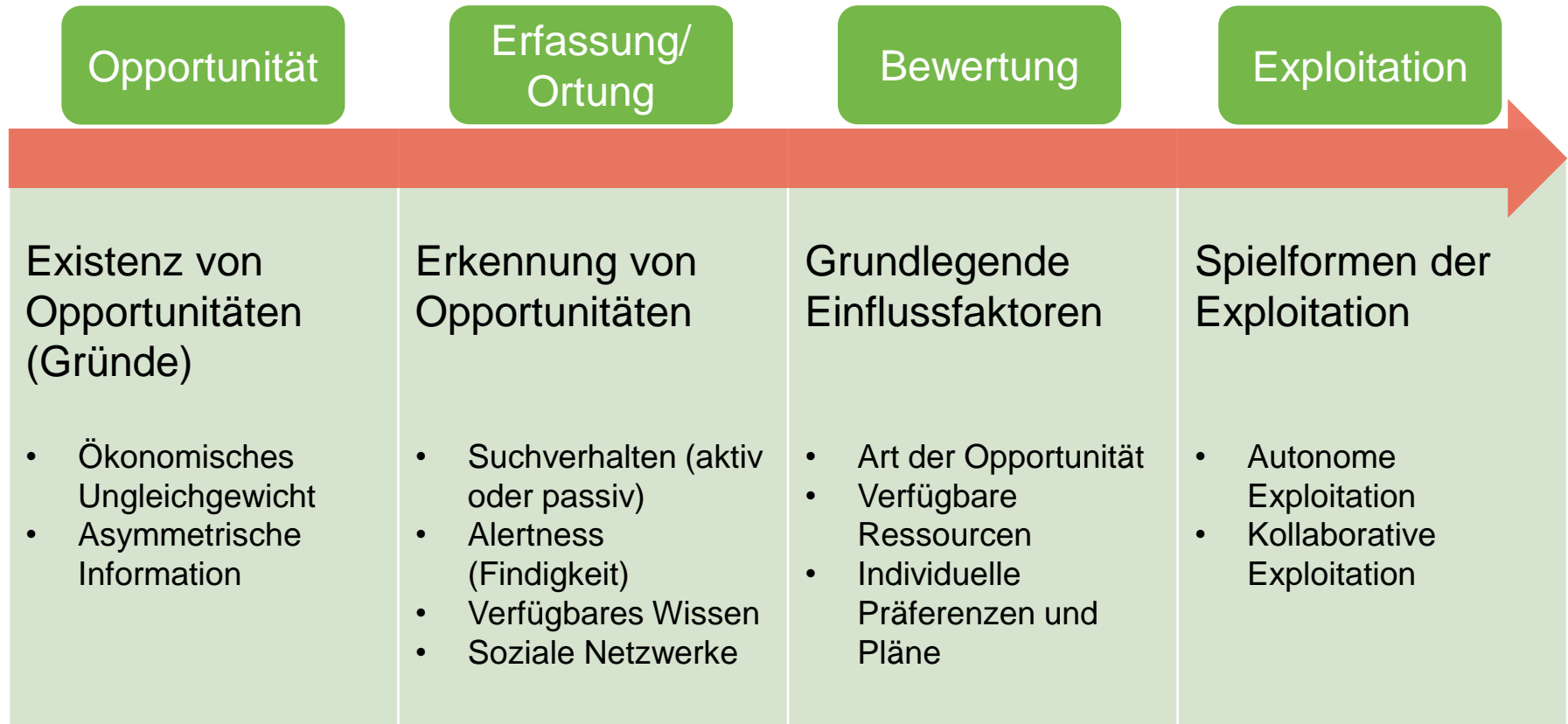
Im Vorhinein kann niemand mit Gewissheit sagen, was eine Opportunität ist. Der Opportunitätscharakter stellt sich immer erst rückwirkend heraus. Im negativen Fall stellt sich heraus, dass der Entrepreneur einer Illusion gefolgt ist.

Wer Entrepreneurial Opportunities nachgeht, muss daher Risiken (hier verstanden als Unsicherheit) übernehmen.

Risikoübernahme und Innovation verschränken sich daher gerade bei unternehmerischen Gelegenheiten und bilden damit das Kernstück der Exploration.



Der Prozess der Erkennung von (vorhandenen) Opportunitäten



Quellen: in Anl. an: Shane & Venkataraman (2000); Ardichvili et al., (2003); Volkmann et al. (2010)

Entdecken und Schaffen von Opportunitäten

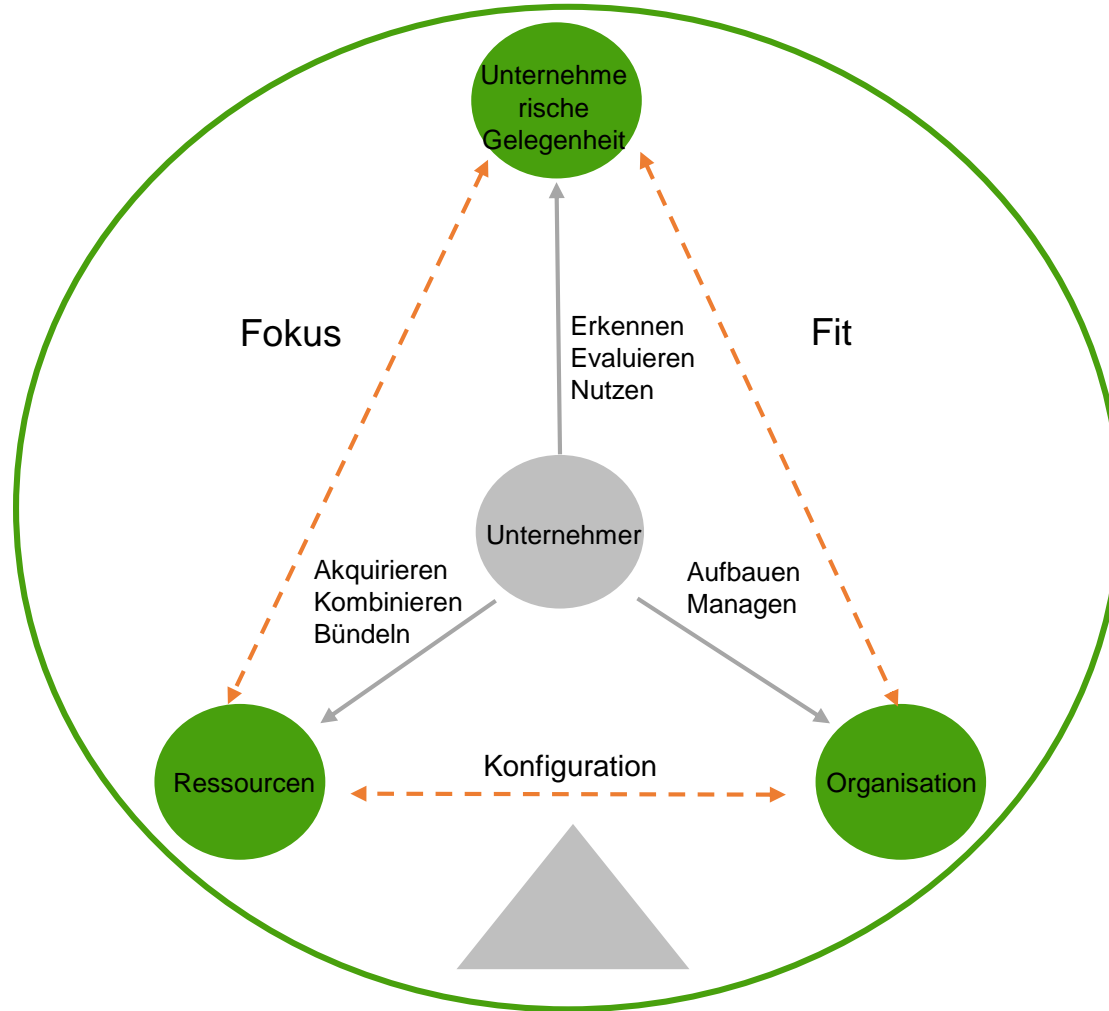
Kirznersche Opportunität

- Entdecken von Opportunitäten, die auf bislang unentdeckten Chancen beruhen
- Getrieben durch die Findigkeit des Entrepreneurs
- exploitativ

Schumpetersche Opportunität

- (pro-)aktives Schaffen von Opportunitäten, die Bestehendes hinterfragen bzw. ablösen
- Getrieben durch den Gestaltungswillen des Entrepreneurs
- explorativ

Entrepreneurial Opportunities im Gründungskontext



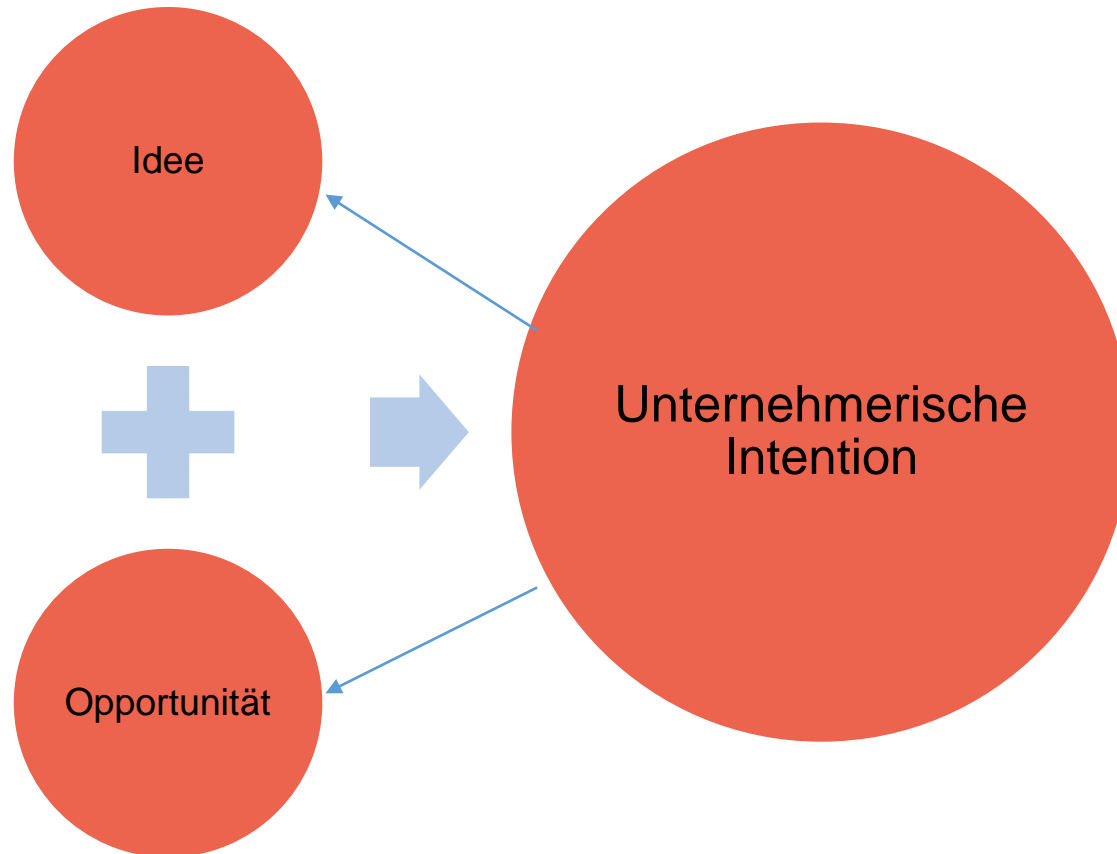
Quelle: In Anlehnung an Wickham (2004)



Entrepreneurial Intention



Wie kommt die Opportunität in die Umsetzung?



Was beinhaltet die Entrepreneurial Intention?

Entrepreneurial Intention – Inhalt:

- Absicht, eine Geschäftskonzeption in Richtung einer Gründung weiterzuentwickeln – unabhängig vom Typus der Gründung.

Entrepreneurial Intention – Entstehung:

- Auch bereits die prinzipielle Affinität und Offenheit (mentale Orientierung) für solche Vorhaben ist bereits für die Entstehung einer unternehmerischen Absicht relevant (Peng et al., 2012).

Entrepreneurial Intention - Annäherungen

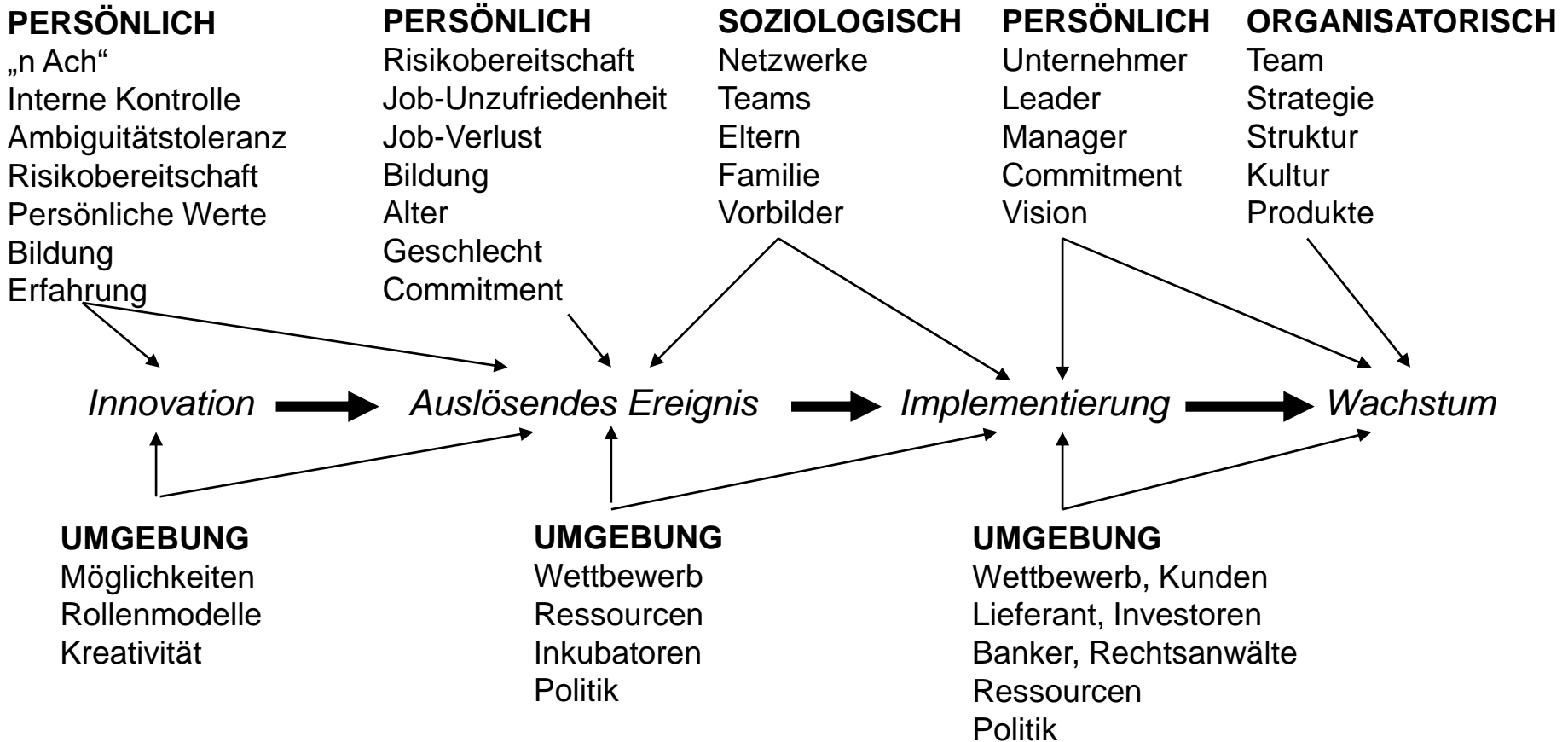
Theorie des geplanten Verhaltens nach Ajzen (1987)

- Subjektive Normen (basierend auf sozialem Einfluss der Referenzgruppen)
- Persönliche Einstellungen (individuelle Einschätzung/ Bewertung des Objekts auf Basis spezifischer Motivatoren der Person)
- Wahrgenommene Verhaltenskontrolle (Selbstwirksamkeit)

Entrepreneurial Event Model nach Shapero (1982)

- Treiber der Gründungsabsicht (entrepreneurial intention)
- Wahrgenommene Attraktivität (perceived desirability)
- Propensity to act
- Gefühlte Machbarkeit (perceived feasibility)

Das "(Triggering) Entrepreneurial Event"



Quelle: Bygrave (1997)

Der Blick zurück

Unternehmen und
Lebenszyklus

Idee und Gründung

Entrepreneurship vs. (?)
Management

Entrepreneurship und
Unternehmertum

Entrepreneurial
orientation and thinking

Entrepreneurial action
and functions

Entrepreneurial
opportunity

Entrepreneurial
intention