

Subjektive gründungsbezogene Überzeugungen Studierender:  
Eine Untersuchung auf Grundlage der Theorie des geplanten Verhaltens

Von der Fakultät für Maschinenbau, Elektrotechnik und Wirtschaftsingenieur-  
wesen der Brandenburgischen Technischen Universität Cottbus zur Erlangung  
des akademischen Grades einer Doktorin der Philosophie (Dr. phil.)  
genehmigte Dissertation

vorgelegt von

Diplom-Psychologin

Astrid Lange

geboren am 29.03.1980 in 16321 Bernau

Vorsitzender: Prof. Dr. Wolfram Berger

Gutachterin: Prof. Dr. Christiane Hipp

Gutachter: Prof. Dr. Georg Rudinger, Emeritus

Gutachter: Prof. Dr. André Beauducel

Tag der mündlichen Prüfung: 10. September 2012

## **Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

### **Lange, Astrid:**

Subjektive gründungsbezogene Überzeugungen Studierender: Eine Untersuchung auf Grundlage der Theorie des geplanten Verhaltens

ISBN: 978-3-86376-028-1

### **Alle Rechte vorbehalten**

1. Aufl. 2012, Göttingen

© Optimus Verlag

URL: [www.optimus-verlag.de](http://www.optimus-verlag.de)

Printed in Germany

Papier ist FSC zertifiziert (holzfrei, chlorfrei und säurefrei,  
sowie alterungsbeständig nach ANSI 3948 und ISO 9706)

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes in Deutschland ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

## **VORWORT VON PROF. DR. CHRISTIANE HIPP**

Das Thema Gründung und die – im Vergleich zu den USA – deutlich geringere Gründungsneigung in Deutschland sind immer wieder Gegenstand kontroverser Diskussionen. Wie können Technologien und Ideen in marktfähige Produkte und Dienstleistungen verwandelt und tatsächlich am Markt platziert werden? Wie können Menschen motiviert werden, unternehmerisch zu denken und zu handeln? Auch der Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse und Ideen aus den Hochschulen und Universitäten in die Unternehmen hinein ist eine große Herausforderung. Gerade in Zeiten großer Dynamiken und schnellen technologischen Veränderungen sind flexible und anpassungsfähige Formen der Diffusion notwendig. Hier positionieren sich Neu- und Ausgründungen oftmals mit innovativen Konzepten in Wachstumsmärkten und tragen zum gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wohlstand bei.

Aus diesem Grund wird den Gründungen – vor allem auch aus Hochschulen heraus - sowie der Schulung potenzieller GründerInnen im Rahmen der (universitären) Lehre eine große Bedeutung eingeräumt. Förderprogramme werden eingerichtet. Gründungszentren und Gründungsprofessuren an Hochschulen werden etabliert und Gründungslehre studienfachübergreifend durchgeführt; jedoch ohne genau zu wissen, was GründerInnen wirklich antreibt und wie eine gründungsfördernde Unterstützung und Schulung der Studierenden bei der eigenen Berufs- und Karrierewahl aussehen müsste. Hier setzt die Arbeit von Frau Lange an.

Gerade in der Vorgründungsphase, in der Individuen sich entscheiden, lässt sich eine Forschungslücke identifizieren, die durch die Arbeit von Frau Astrid Lange adressiert wird. In der Psychologie wird oftmals die Intention zur Ausführung eines Verhaltens als Prädiktor für genau dieses Verhalten herangezogen. Auf Basis der Theorie des geplanten Verhaltens (TPB) werden Intentionen auf subjektive Überzeugungen rund um das betreffende Verhalten zurückgeführt. In diesem Sinne geht Frau Lange der Frage nach, welche Überzeugungen letztendlich zur Gründungsintention beitragen.

Wir werden auch in Zukunft Gründer, Gründerinnen und unternehmerisch denkende Persönlichkeiten brauchen, um den technologischen Wandel erfolgreich zu gestalten. Frau Lange zeigt verschiedene Wege der Unterstützung und Förderung auf und hilft allen Lehrenden und Entscheidungsträgern im Gründungs- und Innovationsumfeld, die richtigen Sensibilisierungs-, Schulungs-, und Fördermaßnahmen zu ergreifen. Frau Lange versteht es dabei, praxisrelevante Fragestellungen fundiert zu analysieren und die Ergebnisse

sowohl für Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer als auch für Personalverantwortliche und Fördermittelgeber nutzbar zu machen. Gerade die von Frau Lange identifizierten Zielgruppen geben umsetzbare Hinweise zur differenzierten Ansprache, Sensibilisierung und Schulung zu gründungs- und karriererelevanten Themen.

Cottbus, im September 2012

## **DANKSAGUNG**

Die vorliegende Forschungsarbeit konnte nur dank der Unterstützung und Bekräftigung durch sowie den Austausch mit bestimmten Menschen gelingen. Ihnen gilt mein Dank.

So möchte ich zuerst meinen BetreuerInnen und GutachterInnen der BTU Cottbus und der Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn für ihr Interesse, ihre fachliche Expertise und ihre Zeit danken. Mein besonderer Dank gilt hierbei Professorin Christiane Hipp, welche mich am Lehrstuhl betreute und mir die Freiheiten zur Realisierung meiner Vorstellungen und zugleich den Rahmen zum erforderlichen „Fokussieren“ gab. Darüber hinaus danke ich den wechselnden Gesichtern der OPUinen für ihre Unterstützung, ihre Diskussionsbeiträge und vor allem für das tolle Arbeitsumfeld, welches mir das Hineintauchen in das Thema, das Dranbleiben und letztendlich das Abschließen der Arbeit ermöglichte. Ganz besonders danke ich einer OPUine, die mir am Anfang die nötige Inspiration und am Ende die wichtige Sicherheit gab, um diese Arbeit zu beginnen und zu beenden: Frau Dr. Birgit Verworn.

Ich danke allen beteiligten Kategorisiererinnen, RaterInnen und TeilnehmerInnen an den Studien. Ich danke den studentischen UnterstützerInnen, die sich in große Tabellen reingedacht haben, sich durch große Datenmengen durchgewühlt haben und sogar „meine Sprache“ erlernten.

Ich danke meiner Mutter und meinen Freunden für ihr Verständnis, wenn ich keine Zeit und keinen freien Kopf hatte. Ich danke ihnen auch für ihren Zuspruch, ihre Motivation und ebenso für die Ablenkungen zur richtigen Zeit. Ich danke Familie Pitsoulis für ihre Gastfreundschaft und das Umfeld, in dem ich zu Papier bringen konnte, was in meinem Kopf schon dreimal geschrieben stand.

Schließlich danke ich Schaki sowohl für seine Unterstützung im Rahmen unserer vielen Gespräche über TPB, Salienz und Unternehmertum, als auch für seine persönliche Unterstützung, die mir sehr wichtig und für den erfolgreichen Abschluss dieser Forschungsarbeit sehr förderlich war.

Cottbus, im September 2012

## INHALTSVERZEICHNIS

Tabellenverzeichnis .....	VII
Abbildungsverzeichnis .....	XI
Abkürzungsverzeichnis.....	XIII
1 Einleitung .....	1
1.1 Zielsetzung der Arbeit .....	3
1.2 Aufbau der Arbeit .....	4
2 Überblick über die Entrepreneurshipforschung .....	7
2.1 Unternehmensgründungen in Zahlen.....	7
2.2 Begriffsdefinitionen.....	9
2.3 Rahmenmodell Entrepreneurshipforschung.....	12
2.4 Personenfokussierte Entrepreneurshipforschung .....	14
2.4.1 Rückblick: Ansätze der personenfokussierten Entrepreneurshipforschung.....	14
2.4.2 Aktueller Ansatz der personenfokussierten Entrepreneurshipforschung.....	15
3 Die Theorie des geplanten Verhaltens (TPB).....	19
3.1 Zur Entwicklung der TPB.....	20
3.2 Beschreibung der TPB .....	24
3.3 Prinzip der Kompatibilität.....	26
3.4 Die TPB-Konstrukte.....	28
3.4.1 Verhalten.....	29
3.4.2 Intentionen .....	30
3.4.3 Einstellungen gegenüber dem Verhalten (AB) .....	32
3.4.4 Subjektive Normen (SN) .....	35
3.4.5 Wahrgenommene Verhaltenskontrolle (PBC).....	37
3.4.6 Zugrunde liegende Überzeugungen .....	42

---

3.4.7	Hintergrundfaktoren .....	45
3.5	Zur Durchführung von TPB-Studien .....	46
3.5.1	Elicitation-Studie .....	48
3.5.2	TPB-konforme Operationalisierung: Indirekte Maße .....	51
3.5.3	TPB-konforme Operationalisierung: Direkte Maße und Intentionen .....	56
3.5.4	Weitere Aspekte zur Operationalisierung der TPB-Konstrukte.....	60
3.6	Zum Konstrukt der Salienz in der TPB .....	64
3.6.1	Begründung und Bedeutung der Salienz.....	64
3.6.2	Erkennen salienter Überzeugungen .....	66
3.6.3	Differentielle Salienz .....	70
3.7	Bewertung der TPB .....	72
3.7.1	Bewährung der TPB.....	72
3.7.2	Offene Punkte der TPB.....	74
3.7.3	Nutzen der TPB: Interventionsansätze .....	77
3.7.4	Forderungen an TPB-Studien .....	79
4	Anwendungen der TPB in der Gründungsforschung.....	83
4.1	TPB-Studien in der Entrepreneurshipforschung (Überblick) .....	83
4.1.1	TPB-konforme Studien.....	85
4.1.2	TPB-nahe Studien.....	86
4.1.3	Weitere Hinweise zu gründungsbezogenen Überzeugungen.....	90
4.2	Gründungsintentionen .....	92
4.3	AB und gründungsbezogene Verhaltensüberzeugungen .....	95
4.4	SN und gründungsbezogene normative Überzeugungen .....	100
4.5	PBC und gründungsbezogene Kontrollüberzeugungen.....	102
4.6	Fazit zur Anwendung der TPB in der Entrepreneurshipforschung .....	106
5	Überblick über den eigenen Forschungsansatz .....	107

---

5.1	Zielsetzung des eigenen Forschungsansatzes .....	108
5.2	Forschungsansatz der Gesamtarbeit .....	110
5.3	Überblick über die einzelnen Studien.....	115
5.3.1	Hervorlocken von Überzeugungen .....	116
5.3.2	Quantifizieren von Überzeugungen .....	122
6	Elicitation-Studie.....	131
6.1	Überblick über die Elicitation-Studie.....	131
6.2	Methode.....	132
6.2.1	Vorgehen .....	132
6.2.2	Stichproben.....	135
6.2.3	Erhebungsinstrumente.....	136
6.2.4	Analyseschritte.....	140
6.3	Ergebnisse.....	145
6.3.1	Kategorienfindung .....	145
6.3.2	Kategorienprüfung .....	152
6.3.3	Kategorienhäufigkeiten .....	156
6.3.4	Verhaltensspezifik.....	160
6.3.5	Zielgruppenspezifisch .....	168
6.4	Diskussion der Elicitation-Studie .....	173
6.4.1	Zusammenfassende Einordnung der Ergebnisse.....	173
6.4.2	Verhaltens- und Zielgruppenspezifisch von Überzeugungen .....	176
6.4.3	Auswahl von näher zu untersuchenden Überzeugungen .....	178
7	Quantifizierungsstudie 1 .....	181
7.1	Forschungsfragen .....	181
7.2	Methode.....	182
7.2.1	Vorgehen .....	182
7.2.2	Stichprobe.....	183
7.2.3	Erhebungsinstrument.....	185

---

7.2.4	Analyseschritte.....	189
7.3	Ergebnisse.....	190
7.3.1	Gründungsintentionen Studierender .....	190
7.3.2	Subjektive gründungsbezogene Überzeugungen Studierender ..	191
7.4	Diskussion der Quantifizierungsstudie 1 .....	206
7.4.1	Limitationen der Quantifizierungsstudie 1.....	206
7.4.2	Kernergebnisse der Quantifizierungsstudie 1 .....	209
7.4.3	Ausblick auf die Quantifizierungsstudie 2 .....	211
8	Quantifizierungsstudie 2 .....	217
8.1	Forschungsfragen .....	217
8.2	Methode.....	219
8.2.1	Vorgehen .....	219
8.2.2	Stichprobe.....	220
8.2.3	Erhebungsinstrument.....	223
8.2.4	Analyseschritte.....	228
8.3	Ergebnisse.....	230
8.3.1	Gründungsintentionen Studierender .....	230
8.3.2	Struktur der Überzeugungen (Faktorenanalyse) .....	233
8.3.3	Vorhersage Gründungsintentionen.....	237
8.3.4	Vorhersage der Intensionsdeterminanten .....	240
8.3.5	Zielgruppenbeschreibung: Gründungsintensionsgruppen.....	244
8.4	Diskussion der Quantifizierungsstudie 2 .....	249
8.4.1	Limitationen der zweiten Quantifizierungsstudie .....	249
8.4.2	Gründungsintentionen und Intensionsdeterminanten.....	252
8.4.3	Überzeugungsfaktoren.....	253
9	Diskussion der Gesamtarbeit .....	255
9.1	Zusammenfassung.....	255
9.2	Kernpunkte zur Gründungsforschung und -förderung.....	258

---

9.2.1	Gründungsintentionen und Intentionsdeterminanten.....	258
9.2.2	Kernergebnisse zu subjektiven gründungsbezogenen Überzeugungen Studierender.....	262
9.2.3	Generalisierbarkeit der Ergebnisse.....	276
9.2.4	Realitätsgehalt der subjektiven gründungsbezogenen Überzeugungen .....	280
9.2.5	Förderung von Unternehmertum Studierender.....	283
9.3	Kernpunkte zur TPB .....	290
9.3.1	Zukünftiger Forschungsbedarf: Überblick.....	290
9.3.2	Zukünftiger Forschungsbedarf: Die Salienz.....	293
9.3.3	Ausblick: Ein erweitertes Modell der TPB.....	296
	Literaturverzeichnis.....	301
	Anhang A: Instrumente .....	335
	Anhang B: Ergebnisse zur Elicitation Studie .....	353
	Anhang C: Ergebnisse der Quantifizierungsstudie 1.....	375
	Anhang D: Ergebnisse Quantifizierungsstudie 2.....	425
	Anhang E: Vertiefung Diskussionen .....	441