

(German original see next pages; deutsche Originalfassung siehe folgende Seiten)

## **Critique and perspectives of entrepreneurship research – a maze with exit routes?**

*Josef Mugler and Matthias Fink*

### **Abstract:**

*This contribution criticises the practices pursued by entrepreneurship research to date and discusses possibilities of reorientation. Against the background of a historical view of the evolution of the research object, "entrepreneur/entrepreneurship", it presents seven propositions concerning the deficits of present-day entrepreneurship research. It demonstrates why entrepreneurship research has not been successfully established as a standardised discipline up to now. Moreover, it identifies mechanisms that are widespread in this field and systematically impair the development of useful results in the practice of research. Possibilities of incremental adjustment and a radical reorientation are discussed as perspectives for the future development of fruitful entrepreneurship research.*

**Proposition 1:** The products of entrepreneurship research are produced for its own benefit: a majority of researchers aim to compile a list of lectures at conferences and publications in journals with the greatest possible reputation within the relevant scientific community in order to optimise their own careers.

**Proposition 2:** The scientific community in the field of entrepreneurship research is strongly fragmented in itself. If there is any networking, it takes place in the context of small international virtual research groups that emerge around individual dominant researcher personalities.

**Proposition 3:** Entrepreneurship researchers work on highly specialised questions on the basis of small and distorted random samples that are only relevant to very specific contexts.

**Proposition 4:** Methodical claims are far more important as a quality criterion for research work than the substance and practical relevance of the work.

**Proposition 5:** The results of entrepreneurship research (unlike those of research in science and technology) are hardly ever taken note of outside the relevant scientific community and can hardly even be applied.

**Proposition 6:** A holistic approach to research may make it possible for statements to be formulated at a lower level of abstraction, but a lower level of abstraction leads to a higher degree of complexity which, in turn, aggravates the condensation and thus the communication of the research results.

**Proposition 7:** Entrepreneurship research focuses on the nexus between input and output data. The "black box" situated in between is often ignored because it is more difficult to access.

# **Kritik und Perspektiven der Entrepreneurshipforschung – Ein Irrgarten mit Auswegen?**

*Josef Mugler und Matthias Fink*

## **Kurzfassung:**

*In diesem Beitrag wird die bisherige Praxis in der Entrepreneurshipforschung kritisiert und es werden Möglichkeiten der Neuausrichtung diskutiert. Vor dem Hintergrund einer historischen Betrachtung der Entwicklung des Untersuchungsgegenstands „Unternehmer/Unternehmertum“ werden sieben Thesen zu Defiziten der aktuellen Entrepreneurshipforschung präsentiert. Es wird aufgezeigt, warum es bislang nicht gelang, die Entrepreneurshipforschung als einheitliche Disziplin zu etablieren. Darüber hinaus werden Mechanismen identifiziert, die in weiten Teilen dieser Fachrichtung verbreitet sind und in der Forschungspraxis systematisch die Erarbeitung brauchbarer Ergebnisse behindern. Als Perspektiven für die zukünftige Entwicklung einer fruchtbareren Entrepreneurshipforschung werden einerseits Möglichkeiten einer inkrementellen Adjustierung und andererseits eine radikale Neuausrichtung diskutiert.*

## **1. Skizze der historischen Entwicklung der Entrepreneurshipforschung**

Die ersten Publikationen in den Wirtschaftswissenschaften zu Eigenschaften und Bedeutung des Unternehmers stammen aus dem romanischen und englischen Sprachraum (z.B. Cotrugli 1458, repr. 1990; Cantillon 1755; Turgot 1766; Smith 1776). Als erster namhafter Vertreter der deutschsprachigen Entrepreneurshipforschung gilt Joseph Alois Schumpeter (1912; zur Würdigung: Pichler 2008, 41). Auch der Soziologe Max Weber (1904/1905) findet mit seiner Untersuchung über die Auswirkungen der calvinistischen Ethik auf unternehmerisches Verhalten nach wie vor Beachtung (Gamm, Hetzel und Lilienthal 2001). Die sogenannte Österreichische Schule der Nationalökonomie erschloss erst später die Rolle des Unternehmers in Marktprozessen (Mises 1949; Kirzner 1973/1979). Gemeinsam ist diesen frühen Beiträgen ihr gesamtwirtschaftlicher bzw. soziologischer Ansatz.

Die mit der Gründung der ersten Handelshochschulen (1898: Wien, St. Gallen, Leipzig) einhergehende Verselbständigung der Betriebswirtschaftslehre befasste sich zuerst mit Rechnungswesen- und Rationalisierungsfragen und allenfalls indirekt mit unternehmerischem Verhalten. In Diktaturen und Planwirtschaften entbehrt(e) eine Auseinandersetzung mit unternehmerischem Verhalten der realen Grundlage, da hier der Unternehmer nicht Akteur auf unsicheren Märkten, sondern allenfalls Lobbyist gegenüber dem Planungsapparat oder Problemlöser im Gefolge von Fehlplanungen sein kann. Nach dem Ende der Plan- und Kriegswirtschaft (1945) standen die Unternehmer im deutschen Sprachraum vor neuen Rahmenbedingungen: Sie mussten sich nun nach Jahren der teilweise durchaus auch als

bequem wahrgenommenen Bevormundung in der neuen „freien Marktwirtschaft“ bewegen und bewahren. In den Wirtschaftswissenschaften wurde diese Herausforderung von einer Forschergruppe unter der Führung von Alfred Guterson (St. Gallen), Karl Rössle (München) und Walter Heinrich (Wien) aufgegriffen und seit 1948 im Rahmen der *Rencontres de St. Gall* bearbeitet. Daraus ergaben sich auch länderübergreifende Forschungsprojekte, wie z.B. STRATOS (The STRATOS-Group 1990) und INTERSTRATOS (Haahti, Hall, und Donckels 1998).

Obwohl die gewählte Terminologie ursprünglich den Begriff des Gewerbes in den Vordergrund rückte, war den an den *Rencontres de St. Gall* teilnehmenden Forschern die Bedeutung der Unternehmerpersönlichkeit von Anfang an bewusst: Der Kernerfolgswortfaktor von Gewerbebetrieben wurde in einer bedarfsorientiert individualisierten Leistungserstellung gesehen, die durch eine Unternehmerpersönlichkeit ermöglicht wird, die umfassend beruflich ausgebildet ist und ihre eigene Leistung in das Unternehmen einbringt (sinngemäß nach dem Protokoll der *Rencontres de St. Gall* 1949). Die Bedeutung der Unternehmerpersönlichkeit erkannt zu haben, ist also keineswegs das Verdienst der Entrepreneurshipforschung der letzten zwei oder drei Jahrzehnte. Allerdings fanden diese Bemühungen der *Rencontres*-Gruppe im Mainstream der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre der ersten Jahrzehnte der Nachkriegszeit nicht immer die gebührende Beachtung. Lange Zeit befassten sich nur wenige konzeptionelle Beiträge in der Betriebswirtschaftslehre des deutschen Sprachraums mit der Funktion und Persönlichkeit des Unternehmers (z.B. Oberparleiter 1951; Hofmann 1968). Erst im Gefolge der Sättigung wichtiger Massengütermärkte sowie der ersten unter anderem durch exzessive Nutzung von Großtechnologien herbeigeführten Umwelt- und Energiekrisen setzte eine stärkere Beachtung des Unternehmer-Phänomens ein. Wofür der Förderkreis Gründungsforschung seit seiner Gründung im Jahr 1987 kämpfte, wurde gegen Ende der 90-er Jahre des 20. Jahrhunderts Realität: 1997 entstand die jährliche Fachkonferenz „Gründungsforschungsforum“ (G-Forum), und 1998 wurde der erste Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurship besetzt (European Business School in Oestrich-Winkel). Heute gibt es im deutschen Sprachraum über 60 Lehrstühle für Entrepreneurship an Universitäten und Fachhochschulen und mehrere einschlägige Fachkonferenzen.

Innerhalb der letzten zehn Jahre hat die Entrepreneurshipforschung (auch) im deutschen Sprachraum eine explosionsartige Entwicklung genommen und ist heute wohl schon nicht mehr zu überblicken. Gleichzeitig kann eine isolierte Betrachtung dieses Forschungsfeldes innerhalb bestimmter Sprachgrenzen vor dem Hintergrund der regen Interaktion mit der internationalen Scientific Community heute nicht mehr sinnvoll erscheinen. In rund 60 einschlägigen, großteils englischsprachigen wissenschaftlichen Fachzeitschriften wird weltweit publiziert. Daher ist es schwierig, einen Überblick über die Schwerpunkte dieses Forschungsfeldes zu geben. Als Beispiele für derartige Bemühungen seien genannt: Haahti, Hall, und Donckels 2003; Busenitz, Pages West III, Shepherd, Nelson, Chandler und Zacharakis 2003; Davidsson und Wiklund 2001; Fallgatter 2004; Franke 2007; Fueglistaller, Müller, und Volery 2008; Grichnik 2006; Hobson 2006/2007; Klandt, Koch, und Knaup 2005; Kollmann und Kuckertz 2006; Low 2001; Sarasvathy 2004; Shane und Venkataraman 2000; Steyaert

2005; Veciana 2007; Venkataraman 1997; Welsch 2004). Diese Übersichten und Bewertungen zu wiederholen oder zu ergänzen, ist allerdings nicht Ziel dieses Beitrags.

## **2. Kritik der aktuellen Entrepreneurshipforschung**

Angesichts der Unüberschaubarkeit des Angebots an „Produkten“ auf den Basaren für wissenschaftliche Waren, den Fachzeitschriften und Konferenzen, fragen sich viele „Konsumenten“, was mit diesen Waren eigentlich geschieht. Wer soll sie verwenden, wer hat wirklich einen Nutzen davon? Für die „Anbieter“ genügt es oft schon, dass sie ihre Ware „präsentiert“ haben. Das bringt den Autoren zwar kein Entgelt aus dem Verkauf an Abnehmer, die sich von dieser Ware einen Nutzen erwarten, aber ein Entgelt in Form von „Bonuspunkten“ für die Karriere. Man stelle sich vor: Es ist Markt, kein Kunde geht hin, und die Verkäufer sind dennoch zufrieden. Die Seminarräume bei großen Konferenzen, wo nicht selten zehn und mehr Parallelsitzungen stattfinden, sind oft nur von Anbietern gefüllt, die sich gegenseitig zuhören (müssen), weil sie in eine Sitzung (einen „Verkaufsstand“) zusammengepackt wurden. Andere Forscher sind selten, Unternehmer oder Manager kaum jemals anzutreffen.

***These 1:** Die Entrepreneurshipforschung produziert für sich selbst: Ziel der Mehrzahl der Forscher ist die Zusammenstellung einer karriereoptimalen Liste von Vorträgen auf Fachtagungen und Publikationen in Fachjournalen, die innerhalb der einschlägigen Scientific Community möglichst hohes Ansehen genießen.*

Junge ambitionierte Forscher sehen sich mit der frustrierenden Situation konfrontiert, dass sie in der Scientific Community nur dann ernst genommen werden, wenn sie sich in ihrer Forschung einerseits auf eine extrem enge Nische spezialisieren und andererseits den thematischen und methodischen Modetrends fügen, die von einzelnen „Gurus“ im jeweiligen Forschungsbereich gesetzt wurden.

***These 2:** Die Scientific Community im Bereich der Entrepreneurshipforschung ist in sich stark fragmentiert. Eine Vernetzung findet allenfalls im Rahmen internationaler virtueller Kleinforschungsgruppen statt, die sich um einzelne dominante Forscherpersönlichkeiten bilden.*

So ist es mittlerweile alltäglich geworden, dass tausende Forscher individuell, allenfalls mit Spezialisten auf demselben Gebiet verbunden, von der großen Masse aber isoliert, hoch spezifische Fragestellungen bearbeiten, indem sie häufig Querschnittsdaten aus zu kleinen, zu verzerrten und nur für einen ganz bestimmten Teil der Welt relevanten Stichproben analysieren. Durch die hohe Spezifität der untersuchten Stichproben sind die einzelnen Studien kaum miteinander vergleichbar. Sie beziehen sich häufig auf verschiedene empirische Felder, wie z.B. verschiedene Branchen, Regionen und Zeitpunkte, ohne dass eine Prüfung der Relevanz dieser Feldmerkmale für die Untersuchungsergebnisse erfolgt wäre.

***These 3:** Die Entrepreneurshipforscher bearbeiten hoch spezialisierte Fragestellungen auf der Basis kleiner, verzerrter und nur für ganz spezifische Kontexte relevanter Stichproben.*

Während kleine Stichproben vor allem die Reliabilität der Forschungsergebnisse schwächen, schaffen unpräzise Fassungen der untersuchten Variablen vor allem Probleme der Validität. Denn dann kann die Bedeutung dessen, was z.B. mit Unsicherheit, Erfolg, kultureller Distanz, oder Produktreife gemeint ist, von Studie zu Studie unterschiedlich sein – und damit möglicherweise deren Wirksamkeit als Determinanten einer bestimmten Strategieoption verfälschen. Widersprüchliche empirische Ergebnisse können sich somit auch durch eine unpräzise Begriffsbildung ergeben. Auf der anderen Seite stehen immer anspruchsvollere quantitative und qualitative Analysemethoden zur Verfügung. Was kann man aber mit perfekten Analysen imperfekter Daten erreichen? Solche Analysen erlauben jedenfalls keine fundierten und weit reichenden Aussagen. Aber das scheint kaum zu stören, denn der Hauptzweck besteht ja darin zu zeigen, dass man die Methoden beherrscht und sinnvoll einsetzen könnte, wenn, ja wenn man eine geeignete Stichprobe zur Verfügung hätte.

***These 4:*** *Als Qualitätskriterium für Forschungsarbeiten ist der methodische Anspruch weit wichtiger als der inhaltliche Gehalt bzw. die praktische Relevanz.*

Was kann sich der wahrnehmende, interpretierende und handelnde Unternehmer angesichts dieser ernüchternden Situationsdiagnose von der akademischen Entrepreneurshipforschung erwarten? Nur (und nicht selten widersprüchliche) Hypothesen oder Theorien, welche eine Vielzahl von mehr oder weniger ähnlichen Entwicklungen zu erklären versuchen? Nur abstrakte Aussagen, die erst mühsam auf ihre Gültigkeit für eine konkrete Situation geprüft werden müssen? Aussagen, die nicht verlässlich sind und über deren Bedeutung endlose akademische Diskussionen geführt werden?

Diese Art der Forschung ist für Unternehmer häufig weder zugänglich noch attraktiv genug. Einerseits bleibt sie teilweise unbekannt oder wird nicht verstanden. Andererseits können Unternehmer die Ergebnisse der akademischen Entrepreneurshipforschung kaum auf ihre individuellen Situationen, also die Istzustände ihrer Konfigurationen, übertragen. Die mathematische Formulierung einer allgemeinen Preis- oder Transaktionskostentheorie ist zwar allgemeingültig, aber für den Unternehmer unbrauchbar. Der „Schumpeter-Unternehmer“ – diesbezüglich durchaus dem „Kirzner-Unternehmer“ entsprechend (Hering und Vincenti 2008, 28) – ist ein auf eigenes Risiko Suchender. Er produziert Pläne nicht als Entwicklungsexperte, sondern nach dem Gesetz von „Versuch und Irrtum“. Er ist nicht der rational Planende, Abwägende, Entscheidende, Kontrollierende, der Strategien auf dem Reißbrett entwirft, sondern das Gegenteil davon. Das Suchen des Unternehmers folgt nicht wissenschaftlich fundierten Handlungsempfehlungen, sondern ist Alternative dazu.

***These 5:*** *Außerhalb der einschlägigen Scientific Community werden die Forschungsergebnisse der Entrepreneurshipforschung (anders als jene der naturwissenschaftlich-technischen Forschung) kaum wahrgenommen bzw. sind kaum anwendbar.*

Eines der Hauptprobleme der heutigen Entrepreneurshipforschung scheint darin zu liegen, dass einzelne Mosaiksteinchen intensiv untersucht und durchleuchtet werden, ohne dass es gelingt, das Wissen über diese einzelnen Minimalausschnitte der Wirklichkeit zu einem Gesamtbild zusammenzu-

fügen. Diesem Problem versucht der ganzheitliche Forschungsansatz entgegenzutreten, indem, anstatt auf einzelne unidirektionale Kausalbeziehungen zu fokussieren, der Versuch unternommen wird, das ursächliche Zusammenwirken diverser Faktoren bei der Entwicklung von einer Situation zur nächsten zu rekonstruieren. Während bei partialtheoretisch fundierten Arbeiten versucht wird, jene Variablen, die außerhalb des betrachteten Zusammenhanges liegen, bei der Messung konstant zu halten, streben ganzheitlich fundierte Forschungsarbeiten danach, möglichst viele Variable in die Analyse einzubeziehen. Die Momentaufnahme dieser zahlreichen Variablen und der unter ihnen bestehenden Wechselwirkungen bildet die Konfiguration (Gestalt) ab. Das Ziel solcher Forschungsarbeiten besteht nun darin, aufzudecken, welche Kräfte auf welche Weise zusammenwirken, sodass sich eine Vorläufer-Konfiguration im Zeitablauf zu genau einer bestimmten Nachfolge-Konfiguration weiterentwickelt. Durch die Einbeziehung einer großen Anzahl von Variablen und die Berücksichtigung multidirektionaler Beziehungen bringen solche Konfigurationsanalysen einen Komplexitätsgrad mit sich, der einfache Hypothesentests und damit Aussagen über die Wirkung einer Variablen auf eine andere nicht mehr zulässt. Die Ergebnisse von Forschungsarbeiten, die dem ganzheitlichen Forschungsansatz verpflichtet sind, haben daher zwar eine höhere Praxisrelevanz, weil sie größere Ausschnitte realer Situationen beleuchten, gleichzeitig sind aber die Ergebnisse deutlich schwieriger zu verdichten und zu kommunizieren.

***These 6:** Im Rahmen des ganzheitlichen Forschungsansatzes können zwar Aussagen auf geringem Abstraktionsniveau formuliert werden. Der geringere Abstraktionsgrad führt jedoch zu einem höheren Komplexitätsgrad, wodurch die Verdichtung und damit die Kommunikation der Forschungsergebnisse erschwert werden.*

Über die aus der Vielzahl der Verknüpfungen resultierende Komplexität hinaus gibt es eine Komplexität, die aus der Art des Zusammenwirkens der Variablen resultiert. Dieser Komplexitätsursache kann nicht mehr nur durch die Identifizierung und Messung der Ausprägungen der beteiligten Variablen beigegeben werden. Es bedarf vielmehr einer Analyse dessen, was in Prozessen vor sich geht, was also beim Aufeinandertreffen aller relevanten Variablen passiert. Die Fragestellung erweitert sich damit – metaphorisch gesprochen – von Mengenverhältnissen für Zutaten (Determinanten) zur Frage des richtigen Vorgehens beim Zusammenmischen derselben. Gleiche Zutaten, jeweils anders zusammengemischt, können bekanntlich höchst verschiedene Kuchen ergeben. Wenn immer nur Zutaten identifiziert und gemessen werden, dürfen wir uns nicht wundern, wenn gleiche Zutatenmengen immer wieder zu verschiedenen Ergebnissen führen und keine verlässlichen Regelmäßigkeiten gefunden werden. Was für die Küche gilt, gilt sinngemäß auch für den Betrieb.

***These 7:** Entrepreneurshipforschung ist auf die Verknüpfung von Input- und Outputdaten fokussiert. Die dazwischen liegende „Black Box“ wird oft ausgeklammert, weil sie schwerer zugänglich ist.*

### ***3. Perspektiven für die Entrepreneurshipforschung***

Aus den Thesen über die diagnostizierten Defizite der aktuellen Forschungspraxis werden in der Folge Vorschläge für eine Neuorientierung zukünftiger Forschungsbemühungen abgeleitet. Dabei handelt es sich einerseits um sanftere Varianten mit inkrementellen Verbesserungen und andererseits um eine radikalere Variante der Neuorientierung.

#### **3.1. Inkrementelle Adjustierung der Ausrichtung der Entrepreneurshipforschung**

##### *Theorien mittlerer Reichweite*

Die Suche nach verlässlichen Theorien über Kausalbeziehungen in sozialen Kontexten hat zwar die Ambitionen der Forscher angestachelt, aber kaum praktisch verwertbare Ergebnisse erbracht. Ein Grund dafür liegt im hohen, aus den Naturwissenschaften kommenden Anspruch an den Gültigkeitsbereich der angestrebten theoretischen Aussagen. Anstelle von Theorien mit dem Gültigkeitsanspruch der Naturwissenschaften („semper et ubique“) wird daher für die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften die Generierung von Theorien „mittlerer Reichweite“ empfohlen (Merton 1949). Darunter stellt man sich vor, dass die getroffenen Aussagen „irgendwo“ zwischen extremer Allgemeingültigkeit und Individualität, beispielsweise auf typisierte Problemstellungen (Betriebstypen, Unternehmertypen, Umwelttypen usw.) mit zeitlich begrenzter Gültigkeit fokussiert werden. Ein Beispiel dafür ist im Rahmen der Entrepreneurshipforschung die empirische Fundierung der Hypothese, dass eine starke Ausprägung der klassischen Unternehmermerkmale in stabilen Kontexten die Nachteile eines schlechten Zugangs zu Kapital kompensiert (Wiklund und Shepherd 2005, S. 71). Die Hypothese ist nicht extrem abstrakt und beansprucht für entsprechend typisierte, damit relativ konkretisierte Situationen ein hohes Ausmaß an Gültigkeit.

Solche Entdeckungen sind Signale an alle Akteure, die in ähnlichen Konfigurationen tätig sind: vor allem an Unternehmer, Kapitalgeber und Rahmen gestaltende Politiker.

Derzeit scheinen Unternehmer aber wenig Interesse an solchen Hypothesen zu haben, die nur aus auffälligen Wahrscheinlichkeiten innerhalb einer Stichprobe beobachteter Fälle gewonnen wurden. Möglicherweise mangelt es bislang an der geeigneten Kommunikationsstrategie. Außerdem sind Entdeckungen auf der Basis von Durchschnittswerten und Varianzen sehr kostspielig und zeitintensiv (im Beispielfall handelt es sich um eine Längsschnittuntersuchung). Es stellt sich daher die Frage, wer in Zukunft für diesen Aufwand aufkommen wird. Die Unternehmer? Durch von ihnen direkt bezahlte Forschungsaufträge – oder von ihnen nicht verhinderbare indirekte Verwendung ihrer Abgaben für staatliche Forschungsbudgets? Ebenso bleibt unklar, wer die Masse an Fragebögen ausfüllen oder als Interviewpartner zur Verfügung stehen wird, wenn immer mehr Anhänger dieser Art von Forschung immer mehr unübersehbare Stichproben ziehen wollen.



### *Arbeitsteilung zwischen Forschern und Unternehmern*

Was allgemein (und daher implizit, aber nur abstrakt auch für einen Einzelbetrieb) gilt, ist das urreichste Interessengebiet der Forschung. Das ist aber für die Praxis nicht genug, denn die Praxis befasst sich nicht mit allgemein formulierten Problemen, sondern mit den Besonderheiten des Einzelfalls. Das Allgemeingültige und deshalb Abstrakte bedarf für die Entscheidung im Einzelfall der Konkretisierung. Konkretisierungen einer allgemeinen Strategie können von mehreren Betrieben in gleicher Weise vorgenommen werden. Das könnte z.B. dann eintreten, wenn ein Unternehmensberater allen seinen Klienten dieselbe, seiner Meinung nach bewährte Strategie empfiehlt. Diese Strategien können sich dann im Wettbewerb nicht vorteilhaft voneinander abheben. Daher ist in der Regel jene Strategie wertvoller, die im Konkreten einzigartig ist.

Die Konkretisierung allgemeiner Strategietypen ist eine Kunst, die Kreativität verlangt. Sie ist daher eher die Kunst des gestaltenden Unternehmers als die des analysierenden Forschers. Sie ist aber auch oft nicht die Kunst eines einsamen Unternehmers, sondern die Kunst, die sich aus der Konfrontation von Ideen in einem innovationsfreundlichen Klima ergibt. Sie ist schließlich nicht nur die Kunst eines innovationsfreundlichen Mikroklimas innerhalb eines Betriebs, sondern auch eines innovationsfreundlichen Makroklimas in der Gesellschaft. Strategien (die zu Erfolg oder Misserfolg führen können) entstehen (emergieren) aus dem Aufeinandertreffen vieler Einzelmerkmale aus der Innen- und der Außenwelt des konkreten Betriebs (Mintzberg und Waters 1985).

Die Aufgabe der betriebswirtschaftlichen Forschung sehen wir daher nicht darin, das, was Unternehmer tun sollen, besser zu tun. Stattdessen plädieren wir für eine Arbeitsteilung zwischen Forschung und Praxis, bei welcher jede von beiden ihre Stärken in die Waagschale wirft: die Forschung die Analyse und Gestaltung des Allgemeingültigen, die Praxis die Analyse und Gestaltung des Individuellen, Konkreten. Gute Forscher müssen nicht gleichzeitig gute Unternehmer sein, wohl aber können erfolgreiche Forscher auch einmal die Seiten wechseln und in die Unternehmerrolle schlüpfen. Je konkreter die Determinanten und die Prozesse des Zusammenwirkens und dessen Auswirkungen auf ein Ergebnis, z.B. eine Internationalisierungsstrategie und in der Folge von deren betriebswirtschaftlichem Erfolg, betrachtet werden, desto weiter entfernt liegt diese Aufgabenstellung daher von der Forschung. Der Umgang mit dem Einzelfall verbleibt ureigenste Kompetenz des Unternehmers.

Die Forschung kann dazu allerdings manchmal Erkenntnisse beitragen, die sich in die konkreten Entscheidungsprozesse der Unternehmer nützlich einbauen lassen – unter einer (an sich selbstverständlichen) Voraussetzung natürlich: wenn diese Erkenntnisse richtig sind. Die Auflösung der Widersprüche und Inkommensurabilitäten in den vorgelegten Forschungsarbeiten im Bereich Entrepreneurship verlangt den Forschern da wohl noch einige Arbeit ab.

### *Koordination der Einzelanstrengungen*

Studien zum selben Thema könnten besser aufeinander Bezug nehmen. Neue Studien könnten so konzipiert werden, dass die Behauptungen vorangegangener Studien überprüft werden. Bei der Anwendung eines Überprüfungsdesigns auf andere Regionen und/oder andere Branchen könnten diesbezügliche Unterschiede berücksichtigt bzw. zumindest transparent gemacht werden.

Durch Zusammenarbeit zwischen den auf diesem Gebiet aktiven Forschern könnten in zukünftigen Studien größere Stichproben untersucht werden, die den Zufallsfaktor reduzieren und der Vielfalt der möglichen Variablen besser gerecht werden.

Die untersuchten Variablen (beispielsweise sowohl Internationalisierungsstrategien als auch deren Determinanten) könnten – insbesondere wenn größere Stichproben verfügbar sind – stärker konkretisiert werden. Wenn das nicht möglich erscheint, sollte zumindest stärker auf die Präzision der Begriffe geachtet werden.

### **3.2. Radikale Neuausrichtung der Entrepreneurshipforschung – Entwicklung der Fähigkeiten zur Formulierung subjektiver Theorien**

Die soziale Welt ist durch das Auftauchen immer neuer Erscheinungen geprägt und insofern dynamisch. Einen großen Teil dieser Dynamik erhält sie durch unternehmerisch handelnde Personen, die nicht nur die Wirtschaft, sondern die Gesellschaft als Ganzes vorantreiben und diesem Entwicklungsprozess auch immer wieder neue Richtungen geben. Eine Erklärung dieser Prozesse scheint auf Basis stabiler Theorien, die es durch Verifikation bzw. Falsifikation über lange Zeiträume hinweg zu prüfen gilt, nicht leistbar. Stabile, weit reichende Theorien sind in einer Welt des ständigen Wandels von geringem Nutzen. Sie können nur auf einem sehr hohen Abstraktionsniveau Gültigkeit beanspruchen, wie beispielsweise die allgemeine Markt- oder Transaktionskosten- oder Spieltheorie.

Will man abstrakte Theorien mit weitem Gültigkeitsanspruch zur Erklärung konkreter sozialer Phänomene nützen, müssen in der Regel unzählige Zusatzannahmen eingeführt werden. Damit werden diese Modelle allzu oft sehr komplex, bleiben aber trotzdem zu simpel, um die Realität adäquat abbilden zu können. Jede Begebenheit in der sozialen Welt ist ein Einzelfall, eine einzigartige Situation, die aus einem langen, einzigartigen Prozess resultiert, auf den eine unüberschaubare Zahl von Variablen Einfluss nimmt. Dennoch sind die meisten Einzelereignisse, mit welchen wir konfrontiert werden, nicht vollkommen überraschend und treffen uns nicht vollkommen unvorbereitet. Vielmehr können wir aus Einzelfällen lernen, so wie das auch jedem Kind in seinem Entwicklungsprozess gelingt.

Lernen bedeutet fähig zu sein, explizites oder implizites Wissen aus einem oder mehreren Fällen auf einen neuen Fall zu übertragen. Das Beförderungsmittel kann als *subjektive Theorie* (Groeben, Wahl, Schlee, und Schlee 1988) bezeichnet werden: Diese ist (so wie die objektive Theorie) ein Gebäude aus Hypothesen, die (anders als die objektive Theorie) allerdings nicht mit den in der Forscher-

gemeinde vertretenen und insofern objektivierten Meinungen übereinstimmen muss, sondern sich im Gehirn eines einzelnen Menschen manifestiert, der dazu auch gar nicht „Berufsforscher“, sondern bloß neugierig sein und wahrgenommene Signale logisch verknüpfen können muss.

Jeder Ausschnitt aus der Welt kann als Bündel von interdependenten Variablen interpretiert werden, die durch ihre Interdependenzen und Interaktionen etwas (qualitativ) anderes ergeben als ihre bloße (quantitative) Addition. Dafür werden häufig Begriffe wie System, Ganzheit, Konfiguration oder Gestalt („gestalt“ existiert sogar auch als Lehnwort im Englischen) verwendet. Ein Unternehmen stellt durch das Zusammentreffen vieler Umwelt- und Innenweltvariablen ein solches System dar, ein individuelles, einzigartiges, anderen allenfalls ähnliches, aber niemals gleiches System. Die Unternehmerperson spielt in diesem System eine besondere Rolle: Sie entwickelt subjektive Theorien über die Effekte der wahrgenommenen Interdependenzen. Sind ihre Wahrnehmungen und Interpretationen in der konkreten Situation stimmig, kann sie zielgerichtet intervenieren: Damit steigen die Chancen auf eine wunschgemäße Weiterentwicklung der individuellen Konfiguration.

Angesichts der Schwierigkeiten, rechtzeitig (und nicht erst ex post) zu verlässlichen, im Betriebsalltag umsetzbaren allgemeinen Erkenntnissen zu gelangen, sollte die betriebswirtschaftliche Forschung folglich stärker auf die Generierung von Erkenntnissen für den selbständigen Umgang mit a priori unbekanntem Problemstellungen ausgerichtet werden. Das hieße, dass sich die betriebswirtschaftliche Forschung vor allem dort, wo allgemeingültige Erkenntnisse nur mit Verzögerung und geringer Verlässlichkeit entstehen, mehr um die Aufklärung eines anderen Wirkungszusammenhangs, gewissermaßen eines Meta-Wirkungszusammenhangs kümmern sollte: Dieser Meta-Wirkungszusammenhang betrifft die Entwicklung der Fähigkeiten von Personen (insbesondere Unternehmern und Managern und solchen, die es werden wollen) sowie Organisationen, individuelle, für ihre konkrete Situation gültige Wirkungszusammenhänge zu erkennen und darauf prompt, kreativ, aber gleichzeitig logisch konsequent zu reagieren. Das würde heißen, dass wir uns mehr damit beschäftigen sollten, wie Personen und Organisationen solche Fähigkeiten erwerben können, die sie in die Lage versetzen, sich selbst, die ihnen im Betrieb zur Verfügung stehenden Ressourcen und ihre Umwelt richtig zu erkennen, deren Weiterentwicklung in die Zukunft selbst richtig zu prognostizieren und durch eigene Interventionen darauf angemessen zu reagieren.

#### **4. Resümee**

Nach einer Dekade der dramatischen Expansion der Entrepreneurshipforschung in den akademischen Strukturen des deutschen Sprachraumes und der tendenziell unkritischen Rezeption der an diesen Einrichtungen entstehenden Forschungsergebnisse, einerseits innerhalb der Scientific Community und andererseits auch vonseiten der Medien, ist eine neue Generation von Forschern herangewachsen, die sich kritisch mit den Fundamenten und der Entwicklung der Entrepreneurshipforschung auseinandersetzt. Die Skepsis, die ältere Generationen von Betriebswirten dieser hoch dynamischen und von einem positivistisch gefärbten Fortschrittsglauben getragenen Entrepreneurshipwelle von jeher entgegen-

genbrachten, bildet nun die Basis für eine kritische Auseinandersetzung mit der Forschungspraxis zum Gegenstand Entrepreneurship sowie für eine Evaluierung der daraus entspringenden Forschungsergebnisse. Die Defizite, die unsere Standortbestimmung offenbart, lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Wir erkennen ein stark fragmentiertes Forschungsfeld, in dem isolierte Kleingruppen von hochgradig spezialisierten, karriereorientierten Forschern auf höchstem methodischem Niveau Kleinstauschnitte der Wirklichkeit mit zu kleinen, zu verzerrten und zu kontextbezogenen Stichproben bearbeiten. Die Ergebnisse dieser Anstrengungen sind Detailaussagen über aus einem weiteren Zusammenhang herausgelöste Kausalbeziehungen zwischen einzelnen Variablen. Solche Aussagen sind häufig nicht mit früheren Ergebnissen in Verbindung zu setzen und sind mangels inhaltlichem Gehalt und Reichweite kaum praxisrelevant. So wird die Entrepreneurshipforschung von den Unternehmern und der Gesellschaft insgesamt tatsächlich auch kaum wahrgenommen. Damit fehlt der Entrepreneurshipforschung das Image der Nützlichkeit. Die Rechtfertigung der Scientific Community, dass sich diese Nützlichkeit nicht gleich, sondern erst langfristig einstellen wird, läuft Gefahr, nicht ernst genommen zu werden. Symptome dafür sind zähe Verhandlungen über Verlängerungen der Finanzierung von Stiftungslehrstühlen oder sogar deren Schließung: Unternehmer warten nicht auf Godot (im Sinne von Samuel Becket).

Die Entrepreneurshipforschung braucht Auswege aus der zunehmenden Fokussierung auf sich selbst mit Konzepten, die eine deutliche Nutzenkomponente für die Gesellschaft heute und nicht bloß für eine vage ferne Zukunft erkennen lassen. Wiederholte Ankündigungen, aus der Vielzahl fragmentierter Einzelergebnisse irgendwann einmal zu einer befriedigenden, „alles“ erklärenden (und insofern mit großer Reichweite ausgestatteten) Theorie gelangen zu wollen, werden mit der Zeit unglaubwürdig werden. Die Unternehmer verlangen nützliche (viable) Forschungsergebnisse, die ihnen bei der Bewältigung ihrer Probleme möglichst effizient helfen. Dafür können weniger weitreichend angelegte Erklärungsversuche, klare Arbeitsteilung mit den Unternehmern sowie bessere Koordination unter den Forschern inkrementale Verbesserungen bringen.

Die Entrepreneurshipforschung kann und soll die Unternehmer und ihre Bezugsgruppen außerhalb und innerhalb der Unternehmungen aber nicht von der Last der Entscheidungsprozesse – von der Suche nach Betätigungsmöglichkeiten über deren Bewertung bis zu deren Umsetzung und Kontrolle – befreien. Denn Chancen zu erkennen und diese durch dazu passende Entscheidungen zu nutzen, ist die ureigenste Aufgabe des Unternehmers. Der radikale Ausweg aus dem Irrgarten gegenwärtiger Entrepreneurshipforschung führt daher zur Befähigung der Unternehmerpersonen, eigene subjektive Theorien zu bilden und so ihre ureigensten Funktionen in Wirtschaft und Gesellschaft – als Alternative zur Versorgung mit Expertenratschlägen – wahrzunehmen. Diese Orientierung führt weg von der Suche nach Erkenntnissen und darauf aufbauenden Empfehlungen, *was* Unternehmer tun sollen, und hin zu Erkenntnissen, *wie* Menschen zu Unternehmern (gemacht) werden, die dann selbst am besten wissen, was zu tun ist. Die Entrepreneurshipforschung wäre somit auf eine Metaebene, die Metaebene

der Bildungsforschung (im umfassenden Sinn, daher nicht: Ausbildungsforschung) anzuheben – mit dem Erkenntnisziel: Was macht den perfekten Unternehmer aus? – Das war übrigens schon der Kern der (wahrscheinlich) ersten Abhandlung über den Unternehmer (damals: Kaufmann) von Benedetto Cotrugli (1458).

### **Literatur:**

- Busenitz, L.W., G. Pages West III, D. Shepherd, T. Nelson, G. Chandler und A. Zacharakis (2003). „Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions“, *Journal of Management*, 29 (3), 285-308.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature de commerce en général*. London.
- Cotrugli, B. (1458/1990). *Il libro dell'arte di mercatura*. Venedig.
- Davidsson, P. und J. Wiklund (2001). „Levels of analysis in entrepreneurship research: current research practice and suggestions for the future“, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (4), 81-99.
- Fallgatter M. J. (2004). „Entrepreneurship: Konturen einer jungen Disziplin“, *Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF)*, 56 (2), 23-44.
- Franke, N. (2007). „Entrepreneurship“, in *Handwörterbuch der Betriebswirtschaft*, Hrsg. Köhler, R., H. U. Küpper und A. Pfingsten, 6. Aufl., Stuttgart, 367-374.
- Fueglistaller, U., C. Müller, und T. Volery (2008). *Entrepreneurship*. 2. Auflage. Wiesbaden.
- Gamm, G., A. Hetzel und M. Lilienthal (2001). *Hauptwerke der Sozialphilosophie*, Stuttgart.
- Grichnik D. (2006). „Die Opportunity Map der internationalen Entrepreneurshipforschung“, *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 76 (12), 100-125.
- Groeben, N., D. Wahl, J. Schlee und B. Schlee (1988). *Forschungsprogramm Subjektive Theorie: Eine Einführung in die Psychologie des reflexiven Subjekts*. Tübingen.
- Haahti, A., G. Hall und R. Donckels (Hrsg.) (1998). *The internationalization of SMEs: the interstratos project*. London.
- Hering, T. und A. J. F. Vincenti (2008). „Unternehmerische Grundfunktionen“, in *Entrepreneurship: Theorie und Fallstudien zu Gründungs-, Wachstums- und KMU-Management*. Hrsg. Kraus, S., und M. Fink. Wien, 26-36.
- Hobson N. (2006/2007). „Is it about time you got a second life?“, *Strategic Communication Management*, 11 (1), 3.
- Hofmann, M. (1968). *Das Unternehmerische Element in der Betriebswirtschaft*. Berlin.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago, IL.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity and profit*. Chicago, IL.
- Klandt H., L. T. Koch und U. Knaup (2005). *Entrepreneurship-Professuren 2004 - Eine Studie zur Entrepreneurshipforschung und -lehre an deutschsprachigen Hochschulen*. FGF, Bonn.
- Kollmann T. und A. Kuckertz (2006). *Zehn Jahre G-Forum - Entwicklungstendenzen der deutschen Entrepreneurshipforschung*. 10. Forum Gründungsforschung. Berlin.
- Low, M. B. (2001). „The adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose“, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (4), 17-25.

- Merton, R. K. (1949). *Social theory and social structure. Toward the codification of theory and research*. Glencoe: Ill. (Revised and enlarged edition 1959)
- Mintzberg, H. und J. A. Waters (1985). „Of strategies, deliberate and emergent“, *Strategic Management Journal* 6 (3), 257-272.
- Mises L. von (1949): *Nationalökonomie – Theorie des Handelns und Wirtschaftens*. Genf.
- Oberparleiter, K. (1951). *Das Unternehmerproblem*. Wien.
- Pichler, J. H. (2008). „Entrepreneurially driven innovation as dynamics of ‘economic life’: a Schumpeterian perspective“, in *Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe*. Festschrift für Josef Mugler zum 60. Geburtstag. Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship. Hrsg. Frank, H., H. Neubauer und D. Röbl, D., Sonderheft 7, 41-55.
- Protokoll der Rencontres de St. Gall (1949). Unveröffentlichtes Manuskript.
- Sarasvathy, S. D. (2004). „The questions we ask and the questions we care about: reformulating some problems in entrepreneurship research“, *Journal of Business Venturing*, 19 (5), 707-717.
- Schumpeter, J. A. (1912). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Leipzig.
- Shane S. und S. Venkataraman (2000). „The promise of entrepreneurship as a field of reserach“, *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. London.
- Steyaert, C. (2005). „Entrepreneurship: in between what?: on the 'frontier' as a discourse of entrepreneurship research“, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2 (1), 2-16.
- The STRATOS Group (1990). *Strategic orientations of small European businesses*. Aldershot.
- Turgot, A. R. J. (1766). *Réflexions sur la formation et la distribution des richesses*, London.
- Veciana, J. M. (2007). „Entrepreneurship as a scientific research programme“, in *Entrepreneurship concepts, theory and perspective*, Hrsg. Cuervo, A; D. Ribeiro und S. Roig, Berlin/Heidelberg, 23-71.
- Venkataraman S. (1997). „The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective“, in *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*. Hrsg. Katz J. A. und R. H. Brockhaus, Greenwich, CT.
- Weber, M. (1904/1905). „Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus“, in *Archiv für Sozialwissenschaften und Sozialpolitik*, (20) 1, 1-54 und (21) 1, 1-110.
- Welsch, H. (Hrsg.) (2004). *Entrepreneurship. The way ahead*. New York.
- Wiklund, J. und D. Shepherd (2005): „Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach“, *Journal of Business Venturing*, 20 (1), 71–91.