



OTTO VON GUERICKE  
UNIVERSITÄT  
MAGDEBURG

WW

FAKULTÄT FÜR  
WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFT

# Forschungsbericht 2019

Lehrstuhl BWL, insb. Entrepreneurship

# LEHRSTUHL BWL, INSB. ENTREPRENEURSHIP

Universitätsplatz 2, 39106 Magdeburg  
Tel. 49 (0)391 67 58436, Fax 49 (0)391 67 41254  
<http://entrepreneurship.ovgu.de>

## 1. LEITUNG

Prof. Dr. Matthias Raith

## 2. HOCHSCHULLEHRER/INNEN

Prof. Dr. Matthias Raith

## 3. FORSCHUNGSPROFIL

- Unternehmensgründung als Entstehungs- und Gestaltungsprozess
- Theoretische Fundierung und praktische Entwicklung von analytischen Hilfsmitteln zur Unterstützung des Unternehmensgründungsprozesses
- Analyse komplexer Entscheidungsprobleme wie Marktpositionierung, Geschäftsmodellgestaltung, Finanzplanung, Finanzierungsgestaltung, Organisationsstrukturierung, Mitarbeiterauswahl oder Standortwahl
- Entwicklung einer präskriptiv orientierten Entrepreneurship-Forschung
- Entwicklung methodischer Grundlagen für den Bereich der Entscheidungs- und Verhandlungsanalyse
- Theoretische Fundierung und Gestaltung von Strukturen zur Begleitung und Förderung von Unternehmensgründern

## 4. SERVICEANGEBOT

**Prof. Dr. Raith:**

- German National Representative, European Academy of Management (EURAM)
- SIG Chair Entrepreneurship, European Academy of Management (EURAM)
- FGF Arbeitskreisleiter für Social Entrepreneurship

## 5. FORSCHUNGSPROJEKTE

**Projektleitung:** Prof. Dr. Matthias Raith  
**Projektbearbeitung:** Dr. Nicole Siebold  
**Förderer:** Haushalt - 01.01.2017 - 31.12.2020

### Social Entrepreneurship

Social Entrepreneure verfolgen vor allem das Ziel, grundlegende gesellschaftliche Bedürfnisse durch unternehmerische Ansätze zu befriedigen, die durch existierende Märkte und Institutionen nicht erfüllt werden. Sie entwickeln Geschäftsmodelle, die innovativ, effizient und wirtschaftlich nachhaltig sind.

#### **Teilprojekt 1: Theoretische Fundierung von Geschäftsmodellen und Konzipierung einer Typologie sozialer Geschäftsmodelle**

In diesem Forschungsprojekt wird ein ökonomisch nachhaltiges Geschäftsmodell formal als ein geschlossener Kreislauf charakterisiert, in dem Werte geschaffen, vermittelt und gesichert werden. Unter Berücksichtigung der strategischen Ausrichtung der sozialen Mission wird eine theoretische Typologie sozialer Geschäftsmodelle erstellt, welche das breite Spektrum von Sozialunternehmen in der Praxis abbilden kann. Die Typologie sowie illustrative internationale Beispiele der einzelnen Geschäftsmodelltypen dienen darüber hinaus als Grundlage, um weitere Geschäftsmodelle mit kognitiven Ansätzen zu generieren. Die theoretischen Modelle bieten somit einen proaktiven Gestaltungsansatz, um Geschäftsmodellinnovationen im sozialen Bereich zu initiieren.

#### **Teilprojekt 2: Untersuchung von Wachstumsstrategien und Wachstumsindikatoren**

Das Teilprojekt thematisiert das Phänomen, dass Sozialunternehmen zwar als Organisationen wachsen, dabei jedoch als primäres Ziel die Vergrößerung ihrer sozialen Wirkungsmacht verfolgen. Die Analyse untersucht konzeptionell, ob soziale Wirkung von Unternehmenswachstum getrieben oder aber umgekehrt der Treiber von Unternehmenswachstum ist. Mit Hilfe des Geschäftsmodellansatzes wird gezeigt, dass primär sozial orientierte Missionen durch externe Einflüsse wirkungsgetrieben wachsen, während eher kommerziell orientierte Missionen unter internen Optimierungsgesichtspunkten organisationsgetrieben skalieren. Hierzu werden quantitative Wachstumsindikatoren identifiziert, welche die soziale Wirkungsmacht unterschiedlicher Missionen objektiv messen und evaluieren.

#### **Teilprojekt 3: Qualitative Wachstumsanalyse von dualen Missionen in Sozialunternehmen**

Dieses Teilprojekt betrachtet Sozialunternehmen, in denen soziale und ökonomische Missionen miteinander verbunden sind (so genannte Hybridunternehmen) und im Sinne der Wirkungsvergrößerung gemeinsam skaliert werden. Spezielle wird das Zusammenspiel dualer Missionen untersucht und mögliche Auswirkungen auf Unternehmenswachstum analysiert. Als Untersuchungsgegenstand wird ein prominenter Geschäftsmodelltyp ausgewählt, auf dessen Basis qualitative Daten in zwölf Interviews mit Sozialunternehmern dieses Typs erhoben werden. Die Ergebnisse der explorativen Analyse zeigen, dass soziale und ökonomische Missionen nicht immer gleichwertig wachsen und Wachstumsbestrebungen von Sozialunternehmen dem Risiko unterliegen, eine der Missionen zum Nachteil der anderen zu vernachlässigen (Mission Drift), was eine existenzielle Bedrohung zur Folge haben kann.

---

**Projektleitung:** Prof. Dr. Matthias Raith  
**Projektbearbeitung:** M.Sc. Charlott Menke  
**Förderer:** Haushalt - 01.10.2013 - 31.03.2019

### **Untersuchung von entrepreneurischer Kompetenz und Persönlichkeit sowie von entrepreneurischen Stereotypen**

Im ersten Teil des Forschungsprojekts sollen entrepreneurische Kompetenzen untersucht werden. Im Gegensatz zu Nichtgründern und Verlegenheitsgründern besitzen Entrepreneure (Gelegenheitsgründer) bereits vor der Unternehmensgründung spezifische Kompetenzen, die sich positiv auf ihr Vorhaben zu gründen auswirken und es verstärken. Daher soll mittels empirischer Untersuchungen gezeigt werden, welche spezifischen entrepreneurischen Kompetenzen für das Gründungsvorhaben ausschlaggebend sind und wie diese in den akademischen Ausbildungsangeboten entwickelt werden können.

Im zweiten Teil des Forschungsprojekts sollen die Persönlichkeitsunterschiede von kommerziellen Un-

ternehmern und Sozialunternehmern analysiert werden, da ihnen oft unterschiedliche Merkmale zugeschrieben werden. Diese Merkmalsunterschiede sind bislang jedoch nicht empirisch untersucht worden. Im Rahmen dieses Forschungsprojekts sollen mittels der "Big Five" Persönlichkeitsdimensionen beide Unternehmertypen hinsichtlich ihrer Persönlichkeitsunterschiede empirisch untersucht werden. Es soll gezeigt werden, dass trotz der unterschiedlichen Außenwahrnehmung beide Unternehmertypen gewisse Gemeinsamkeiten aufweisen.

Im dritten Teil des Forschungsprojekts soll analysiert werden, ob kommerzielle Unternehmer und Sozialunternehmer von der Gesellschaft unterschiedlich wahrgenommen werden und ob diese unterschiedliche Wahrnehmung einen Einfluss auf die Gründungsabsicht in unserer Gesellschaft hat. Um diesen Zusammenhang zu untersuchen, wird im Rahmen dieses Forschungsprojekts das "Stereotype Content Model" mit der "Theory of Planned Behavior" theoretisch verknüpft und anschließend empirisch überprüft. Es soll gezeigt werden, dass beide Unternehmertypen unterschiedlich wahrgenommen werden und dies die unterschiedlichen Gründungsquoten von kommerziellen und sozialen Unternehmen zur Folge hat.

---

**Projektleitung:** Prof. Dr. Matthias Raith  
**Projektbearbeitung:** Dr. Nicole Siebold, Dr. Christoph Starke  
**Förderer:** Haushalt - 01.01.2015 - 31.12.2020

### Entscheidungsstrategien im Gründungsprozess

In der Entrepreneurship-Literatur werden verschiedene Muster des entrepreneurialischen Entscheidungsverhaltens im unternehmerischen Gestaltungsprozess beschrieben. Es zeigt sich, dass Gründer nicht nur auf Top-down-Planungsansätze zurückgreifen, die häufig unter dem Begriff *Causation* zusammengefasst werden. Vielmehr zeigt die Empirie auch, dass Gründer sogenannte Bottom-up-Ansätze verwenden, wie *Effectuation* oder *Bricolage*, die die Verfügbarkeit der eigenen Fähigkeiten und Ressourcen in den Mittelpunkt rücken. Während diese Entscheidungsansätze in der Literatur rein deskriptiv behandelt werden, soll in diesem Projekt eine präskriptive Sichtweise eingenommen werden. Dabei werden die verschiedenen Ansätze zunächst miteinander in einem einheitlichen konzeptionellen Rahmen verglichen, um dann darauf aufbauend strategische Handlungsempfehlungen ableiten zu können. Es soll entscheidungstheoretisch gezeigt werden, unter welchen Bedingungen der jeweilige Ansatz im Hinblick auf wünschenswerte Gründungsergebnisse optimal ist.

---

**Projektleitung:** Dr. Nicole Siebold  
**Kooperationen:** Prof. Dr. Steffen Korgaard, University of Southern Denmark; Prof. Dr. Franziska Günzel-Jensen, Aarhus University; Dr. Arne Kröger, Alto University  
**Förderer:** Haushalt - 01.12.2017 - 31.12.2020

### Sustainable Development Goals

In diesem Forschungsprojekt werden Organisationen und neue Organisationsformen untersucht, die "Grand Challenges" adressieren und damit die 17 Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals; auch "SDGs") der UN umsetzen. Die SDGs umfassen beispielsweise Zielsetzungen zur Reduzierung von Armut und Ungleichheit, zum Klimawandel oder zum nachhaltigen Konsum.

Die durchgeführten Analysen im Rahmen des Forschungsprojektes thematisieren dabei zum einen, dass die global formulierten Ziele der UN in lokalen Sozialunternehmen umgesetzt werden. Dabei wird beispielsweise erforscht, welche Wahrnehmungen Sozialunternehmer zu den SDG haben oder aber welche Aktivitäten zur Adressierung der SDGs in den jeweiligen Sozialunternehmen umgesetzt werden. Zum anderen wird erforscht, welche Wechselbeziehungen zwischen den SDGs bestehen und welche Fragestellungen zur weiteren Erforschung der SDGs im Entrepreneurship-Bereich relevant sind.

**Projektleitung:** Dr. Christoph Starke  
**Förderer:** Industrie - 01.07.2017 - 31.12.2020

### **ELLIPSE - Locating and Leveraging the Intrapreneurship Potential of Small Enterprises**

Das Projekt verfolgt das Ziel, das Intrapreneurship-Potenzial kleiner Unternehmen in Sachsen-Anhalt zu identifizieren und zu heben, um dadurch die Weichen auf kontinuierliches Wachstum, dauerhafte Wettbewerbsfähigkeit sowie nachhaltige und hochwertige Beschäftigung zu stellen. Im Rahmen der Auftragsforschung wird durch explorative und quantitative Forschungsansätze zunächst eine kooperative Unternehmensumgebung identifiziert, die sowohl Mitarbeitern als auch Unternehmenseigentümern einen Anreiz gibt, den Intrapreneurship-Prozess synergetisch voranzutreiben. Anschließend wird aus den Ergebnissen der Befragungen eine Intrapreneurship-Toolbox abgeleitet, die es kleinen Unternehmen erlaubt, eine kooperative Unternehmensumgebung zu implementieren. Die Toolbox wird abschließend in ausgewählten Unternehmen getestet, um Hinweise auf Wirkungen und Modifikationsbedarfe zu erhalten.

## **6. EIGENE KONGRESSE, WISSENSCHAFTLICHE TAGUNGEN UND EXPONATE AUF MESSEN**

### **Frühjahrstreffen des FGF Arbeitskreises Social Entrepreneurship**

Datum: 03.-04.05.2018

Ort: Magdeburg

Organisatoren: Prof. Dr. Matthias Raith

Anzahl Vorträge/Teilnehmer: 10 Vorträge, 15 Teilnehmer

### **Professional Development Workshop: "Operationalizing Grand Challenges for Social Enterprises by Applying Creativity Techniques", Jahreskonferenz der Academy of Management (AOM)**

Datum: 10.08.2018

Ort: Chicago

Organisatoren: Dr. Nicole Siebold, Prof. Dr. Franziska Günzel-Jensen, Dr. Arne Kröger, Prof. Dr. Steffen Korsgaard

Anzahl Vorträge/Teilnehmer: 2 Keynotes, Panel, Interaktiver Workshop, 30 Teilnehmer

## 7. VERÖFFENTLICHUNGEN

### DISSERTATIONEN

**Menke, Charlott; Raith, Matthias G. [AkademischeR BetreuerIn]; Sadrieh, Abdolkarim [AkademischeR BetreuerIn]**

Antecedents of entrepreneurial behavior  
Magdeburg, 2019, 156 Seiten, Diagramme, 30 cm;  
[Enthält 3 Aufsätze; Literaturangaben]