

Michael J. Fallgatter

**Theorie des Entrepreneurship**

# **nbf** neue betriebswirtschaftliche forschung

*(Folgende Bände sind zuletzt erschienen:)*

Band 234 Dr. Jörg Vogt  
**Vertrauen und Kontrolle in Transaktionen**

Band 235 Dr. Kai Wiltinger  
**Preismanagement in der unternehmerischen Praxis**

Band 236 Dr. Achim Walter  
**Der Beziehungspromotor**

Band 237 Dr. Matthias Bank  
**Gestaltung von Finanzierungsbeziehungen**

Band 238 Dr. Georg Wübker  
**Preisbündelung**

Band 239 Dr. Tobias Kollmann  
**Akzeptanz innovativer Nutzungsgüter und -systeme**

Band 240 Dr. Bernd Garbe  
**Industrielle Dienstleistungen**

Band 241 Dr. Bettina Rudolph  
**Kundenzufriedenheit im Industriegüterbereich**

Band 242 Dr. Markus Nöth  
**Informationsaggregation und Insidererkennung in Finanzmärkten**

Band 243 Dr. Joachim Houtman  
**Elemente einer umweltorientierten Produktionstheorie**

Band 244 Dr. Alexander Schieffer  
**Führungspersönlichkeit**

Band 245 Dr. Kai Romhardt  
**Die Organisation aus der Wissensperspektive**

Band 246 PD Dr. Axel Lehmann  
**Qualität und Produktivität im Dienstleistungsmanagement**

Band 247 Dr. Thomas Berndt  
**Grundsätze ordnungsmäßiger passiver Rechnungsabgrenzung**

Band 248 Dr. Gabriele Helfert  
**Teams im Relationship Marketing**

Band 249 Dr. Frank Huber  
**Spieltheorie und Marketing**

Band 250 Dr. Christiane Weiland  
**Die Wirkung bankaufsichtlicher Eigenkapitalanforderungen**

Band 251 Dr. Astrid Simanek  
**Markt- und kompetenzorientierte Geschäftsfeldplanung**

Band 252 Dr. Jochen Bigus  
**Risikoreizproblem und nicht gleichrangige Gläubigeransprüche**

Band 253 Univ.-Doz. Dr. Sonja Grabner-Kräuter  
**Die Ethisierung des Unternehmens**

Band 254 Dr. Thomas Ritter  
**Innovationserfolg durch Netzwerk-Kompetenz**

Band 255 Dr. Gerhard Satzger  
**Kapitalintensive Leistungen im globalen Wettbewerb**

Band 256 Dr. Michael Noeske  
**Durchlaufzeiten in Informationsprozessen**

Band 257 Dr. Marcus Rodermann  
**Strategisches Synergiemanagement**

Band 258 Dr. Dietrich von der Oelsnitz  
**Marktorientierter Unternehmenswandel Strategisches Synergiemanagement**

Band 259 Dr. Thorsten Blecker  
**Unternehmung ohne Grenzen**

Band 260 Dr. Alexander Philipp Mrzyk  
**Ertragswertorientierte Kreditwürdigkeitsprüfung bei Existenzgründungen**

Band 261 PD Dr. Michaela Haase  
**Institutionenökonomische Betriebswirtschaftstheorie**

Band 262 Prof. Dr. Robert Neumann  
**Die Organisation als Ordnung des Wissens**

Band 263 Prof. Dr. Norbert Klingebiel  
**Integriertes Performance Measurement**

Band 264 Prof. Dr. Insa Sjurts  
**Kollektive Unternehmensstrategie**

Band 265 Prof. Dr. Markus Voeth  
**Nutzenmessung in der Kaufverhaltensforschung**

Band 266 Dr. Peter Kajüter  
**Proaktives Kostenmanagement**

*(Fortsetzung am Ende des Buches)*

Michael J. Fallgatter

# **Theorie des Entrepreneurship**

Perspektiven zur Erforschung der Entstehung  
und Entwicklung junger Unternehmungen

Deutscher Universitäts-Verlag

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.

Habilitationsschrift Universität Bielefeld, 2002

1. Auflage Oktober 2002

Alle Rechte vorbehalten

© Deutscher Universitäts-Verlag GmbH, Wiesbaden, 2002

Lektorat: Brigitte Siegel/Annegret Eckert

Der Deutsche Universitäts-Verlag ist ein Unternehmen der  
Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer.  
[www.duv.de](http://www.duv.de)



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

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem  
Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche  
Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten  
wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Regine Zimmer, Dipl.-Designerin, Frankfurt/Main

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN 978-3-8244-9091-2      ISBN 978-3-322-95335-3 (eBook)  
DOI 10.1007/978-3-322-95335-3

## Vorwort

„Der Gründer träumt das Riesengroße. Er lebt wie in einem beständigen Fieber. Die Übertreibung seiner eigenen Ideen reizt ihn immer von neuem und hält ihn in immerwährender Bewegung. Die Grundstimmung seines Wesens ist ein enthusiastischer Lyrismus. Und aus dieser Grundstimmung heraus vollbringt er sein größtes Werk: er reißt andere Menschen mit sich fort, daß sie ihm seinen Plan durchführen helfen. Ist er ein großer Vertreter seiner Art, so eignet ihm eine dichterische Fähigkeit, vor den Augen der anderen Bilder von verführerischem Reiz und bunter Pracht erstehen zu machen, die von den Wundern, die er vollbringen will, eine Vorstellung geben: welchen Segen das geplante Werk für die Welt bedeutet, welchen Segen für die, die es ausführen. Er verspricht goldene Berge und weiß seine Versprechungen glaubhaft zu machen. Er regt die Phantasie an, er weckt den Glauben. Und er erweckt mächtige Instinkte, die er zu seinem Vorteil verwendet: er stachelt vor allem die Spielwut auf und stellt sie in seinen Dienst. Stimmung machen ist die Losung. Und dazu sind alle Mittel recht, die die Aufmerksamkeit, die Neugierde, die Kauflust erringen. Lärm wird Selbstzweck.

Und die Arbeit des Gründers ist vollbracht, seinen Zweck hat er erreicht, wenn weite Kreise in einen Zustand des Rausches geraten, in dem sie alle Mittel zu bewilligen bereit sind, die er zur Durchführung seines Unternehmens braucht“ (Sombart 1916, Bd. I, 2, S. 876).

Für die vorliegende Schrift hat dieses Zitat von Werner Sombart eine zweifache Bedeutung: Erstens umreißt es recht genau jenes Problemfeld, mit dem ich mich lange Zeit beschäftigte, zu dessen Erforschung ich Perspektiven aufzeigen möchte und das ich mit einigen weiterführenden Überlegungen näher beleuchte. Dabei bilden nicht nur die zur vorletzten Jahrhundertwende gehäuft auftretenden „großen Vertreter ihrer Art“, wie Werner von Siemens oder Konosuke Matsushita, den Untersuchungsgegenstand, sondern auch die Mehrheit von Unternehmern und junge Unternehmungen, die keine derart herausragenden Erfolge aufweisen können. Zweitens besitzt unternehmerisches Handeln als Problemfeld deutliche Parallelen zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit. Auch wenn der Vergleich von Unternehmern und einer universitären Beschäftigung – noch dazu in einem Beamtenstatus – für die Meisten in weiter Ferne liegt, ich sehe nach einer rund fünfjährigen intensiven Beschäftigung mit beidem viele Gemein-

## Vorwort

samkeiten. Stellt man sich vor allem die üblichen, von „verführerischem Reiz und bunter Pracht“ geprägten eigenen Zielsetzungen und den langen, von vielfältiger Ungewissheit geprägten Erstellungszeitraum vor, so wird auch bei einer wissenschaftlichen Qualifizierungsarbeit der permanente Kampf gegen einen zu schnellen Ab- und für einen erneuten Aufbau des eigenen „enthusiastischen Lyrismus“ leicht erkennbar.

Im Einzelnen verursachten der lange Zeit fehlende Zusammenhang vieler Überlegungen und die letztendlich bearbeitete thematische Breite, die ausgeprägte Verliebtheit in einzelne Argumente und die gleichzeitige Unzufriedenheit mit ganzen Abschnitten, die faszinierend stringente, teilweise geradezu brillante Gedankenführung einiger Autoren und die begrenzten eigenen Fähigkeiten, der selbst verschuldete Druck des „Habilitieren-Wollens“ und die damit verbundenen unklaren Anforderungen, das ausgeprägte Bewusstsein über die Existenz genau der benannten Punkte und die Unfähigkeit davon abzuschalten nicht nur vielfältige Irritationen, sondern auch eine erstaunlicherweise gut mögliche Kommunikation mit mir selbst. Vielleicht lagen die angedeuteten schwierigen Phasen auch nur daran, dass es eher unüblich ist, durch eine Qualifizierungsarbeit „mächtige Instinkte“ zu wecken und „weite Kreise in einen Zustand des Rausches“ zu versetzen.

Einige „Kreise“ unterstützten mich dennoch und haben einen wichtigen Anteil am erfolgreichen Abschluss meines Habilitationsverfahrens im Februar 2002 an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Bielefeld. Ich danke an erster Stelle meinem akademischem Lehrer Univ.-Prof. Dr. Fred G. Becker. Durch seinen – von mir so wahrgenommenen – starken Glauben an genau den oben beschriebenen wissenschaftlichen Prozess sowie durch die damit begründbaren, mir gewährten Freiräume schuf er die Basis für mein Denken. Die Aufgabe der weiteren Begutachtung übernahmen Univ.-Prof. Dr. Hermann Jahnke und Univ.-Prof. Dr. Thomas Ehrmann, bei denen ich mich ebenfalls herzlich bedanke. In verschiedener Hinsicht waren mir die beiden Mitarbeiter- und Doktorandengenerationen, die ich am Lehrstuhl von Prof. Becker erleben durfte, eine sehr große Hilfe. Für viele Diskussionen und Unterstützungen bedanke ich mich nicht minder herzlich bei Dipl.-Kffr. Andrea Fasterding, Dr. André Fleer, Dipl.-Kffr. Katja Gierke, Dr. Sven Günther, Dipl.-Kffr. Natascha Henseler sowie Dipl.-Kfm. Dirk Quermann, der viele wichtige Hinweise gegeben hat. Noch immer vorhandene Ungenauigkeiten, Inkonsistenzen und Fehler liegen freilich allein in meiner Schuld.

Michael Fallgatter

## Inhaltsverzeichnis

Gliederung.....	VII
Abbildungsverzeichnis .....	XI
Tabellenverzeichnis.....	XIII
Abkürzungsverzeichnis der Zeitschriften .....	XV

### Teil 1: Zum Gegenstand der Arbeit

A. Inhalte und Erkenntnisziele .....	1
B. Aufbau der Arbeit .....	6

### Teil 2: Zum Erfahrungsobjekt „Entrepreneurship“ – Einige Überlegungen zu tragfähigen Konturen und zur Institutionalisierung als betriebswirtschaftliche Teil-Disziplin

A. „Essenzialistische“ Konturierung von Entrepreneurship .....	11
I. Zum Begriff „Entrepreneurship“ .....	11
1. Entwicklungslinien und Begriffsvielfalt .....	11
2. Definitionen und weiterführende Fragen .....	17
II. „Existenz-“ vs. „Unternehmungsgründung“ .....	21
III. Formen von Unternehmungsgründungen und Konkretisierung „junger“ Unternehmungen .....	24
B. Zur betriebswirtschaftlichen Teil-Disziplin „Entrepreneurship“ .....	29
I. Sensibilisierung für potenzielle Entwicklungshindernisse .....	29
1. Ausgangslage .....	29
2. Entrepreneurship als Querschnittsfach und Tendenzen einer „ABWLisierung“ .....	32
3. Paradigmatische Defizite .....	34
4. Tradition des methodologischen Individualismus und Unternehmerzentrierung .....	37
5. „Produktion“ von Unternehmern als vorrangige Zielsetzung .....	39
II. Abgrenzung gegenüber Innovations-, F&E- und Technologiemanagement .....	42
III. Entrepreneurship-Adressaten .....	44

## Inhaltsverzeichnis

C. „Nominalistische“ Konturierung von Entrepreneurship .....	46
I. Überblick .....	46
II. Konzeptionen zur Entstehung und Entwicklung junger Unternehmungen .....	50
1. Prozessorientierung .....	50
2. Infrastrukturorientierung .....	54
3. Erfolgsorientierung .....	55
III. Zur „konstitutiv-dialektischen“ Problemstruktur als Differen- zierungskriterium gegenüber etablierten Unternehmungen .....	59
1. Differenzierungsnotwendigkeit und -hinweise .....	59
2. „Konstitutiv-dialektische“ Problemstruktur von Unternehmensgründungen und jungen Unternehmungen .....	63
IV. Integrativer Entrepreneurship-Bezugsrahmen .....	70

### **Teil 3: Zum Stand der Entrepreneurship-Forschung – Ansatzpunkte einer Beschreibung und Erklärung der Entstehung und Entwicklung junger Unternehmungen**

A. Entwicklungslinien und Systematisierung der Entrepreneurship-Forschung .....	75
I. Rekonstruktion wirtschaftswissenschaftlicher Zurückhaltung .....	75
II. Systematisierungsproblematik und -vorschläge .....	81
III. „4-Ebenen-Systematik“ der Entrepreneurship-Forschung und Studienauswahl .....	85
B. Gesamtwirtschaftliche Ebene: Unternehmerfunktionen und kontextuelle Kontingenzen .....	91
I. Funktionen des Unternehmers in der Wirtschaftstheorie .....	91
1. Überblick .....	91
2. Gesamtwirtschaftliche Funktionen .....	94
3. Funktion des Risikoträgers und Unternehmungsgestalters .....	97
II. Kontingenzen des „Unternehmerangebots“ und -handelns .....	101
1. Überblick .....	101
2. Inter-gesellschaftliche Argumentationen .....	105
3. Intra-gesellschaftliche Argumentationen .....	108
III. Zwischenfazit: Grenzen des Risikoträgertheorems und Konkretisierung der „Kultur der Selbstständigkeit“ .....	111
C. Personelle Ebene: Unternehmerbezogene Kontingenzen .....	114
I. Überblick .....	114
II. Zeitlich stabile Handlungsdispositionen .....	116
1. Motive zur und Wertvorstellungen der unternehmerischen Betätigung .....	116
2. Unmittelbar handlungsprägende Eigenschaften .....	120



## Inhaltsverzeichnis

III. Unternehmerische Ontogenese und Karriere.....	126
IV. Differenzierung zwischen Unternehmern und angestellten Managern .....	131
V. Zwischenfazit: Zur unvermeidbaren Heterogenität und zu den Potenzialen unternehmerbezogener Forschungen.....	135
D. Instrumentelle Ebene: Unternehmerhandeln und (Miss-)Erfolgsfaktoren .....	141
I. Planung und Organisation.....	141
II. Erfolgs- und Misserfolgswissenschaften.....	150
III. Zwischenfazit: Schwierigkeiten einer Erforschung von Erfolgsfaktoren .....	156
E. Unternehmungsebene: Strukturelle Änderungen und deren Ursachen .....	162
I. Überblick .....	162
II. „Klassische“ und „moderne“ Theorien der Unternehmung .....	166
III. Ressourcenorientierte Ansätze.....	167
IV. Biologisch inspirierte Theorien .....	170
F. Fazit: Fragmentierung und deskriptiv-kausale Ausrichtung .....	180

### **Teil 4: Zur typenbildenden Entrepreneurship-Forschung – Ideal- und realtypische Integration von Forschungsströmungen**

A. Typenbildung als Forschungsparadigma.....	185
I. Systematisierung, Definitionen, Funktionen .....	185
II. Organisationstheoretische Renaissance typenbildender Forschung .....	191
1. Konfigurationstheoretische Argumentation .....	191
2. „Neo-kontingenztheoretischer“ Fortschritt .....	194
III. Paradigmatische Vorentscheidungen und Zusammenhänge .....	199
1. Existenz und begrenzte Zahl von Typen.....	199
2. Passung und Äquifinalität .....	202
3. Ideal- und Realtypen als „punktuelle Gleichgewichte“ .....	213
IV. Methodik der Ideal- und Realtypenbildung.....	217
B. Illustrierende Beispiele typenbildender Entrepreneurship-Forschung .....	229
I. Überblick .....	229
II. Struktur-Orientierung .....	231
III. Phasen-Orientierung .....	238
IV. Markt- und Wettbewerbs-Orientierung .....	247
V. Risikokapitalgeber-Orientierung .....	254
C. Typenbildende Unternehmer-Forschung.....	259
I. Überblick .....	259
II. Ideal-Typen der funktionalen Unternehmertheorie .....	262

## Inhaltsverzeichnis

1. Pionierunternehmer nach J. Schumpeter .....	262
2. Arbitrageure nach I. Kirzner .....	265
3. Marktphasenbezogene Unternehmer nach E. Heuss .....	268
4. Weitere funktionale Unternehmerbeschreibungen .....	271
5. Zwischenfazit .....	274
III. Ideal- und Real-Typen der positiven Unternehmertheorie .....	279
1. Empirisch ermittelte Unternehmertypen .....	279
2. Theoretisch-konzeptionell ermittelte Unternehmertypen .....	284
3. Unternehmertypen und Erfolg .....	288
4. Zwischenfazit .....	295
IV. Nutzung der Theorieangebote und offene Fragen .....	303
1. Überblick .....	303
2. Zur Komplementarität der Konzeptionen von J. Schumpeter und I. Kirzner .....	303
3. Konsequenzen für typenbildende Unternehmerforschung .....	306
4. Ausblick .....	308
D. Übergreifende Betrachtung typenbildender Entrepreneurship-Forschung .....	311
I. Ideal- vs. Realtypen und Bezug zu finanzwirtschaftlichem Erfolg .....	311
II. Wachstum wissenschaftlicher Erkenntnis durch typenbildende Forschung .....	315
III. Fazit .....	319
 <b>Teil 5: Zu einem wesentlichen Desiderat und der weiteren Entwicklung betriebswirtschaftlicher Entrepreneurship-Forschung</b>	
A. Zum Regulationsgefüge des unternehmerischen Handelns .....	323
I. Notwendigkeit und Ansatzpunkte .....	323
II. Ansatzpunkte zur Beschreibung von unternehmerischem Handeln .....	326
III. Regulationsgefüge des unternehmerischen Handelns .....	329
B. Abgrenzungsproblem betriebswirtschaftlicher Entrepreneurship-Forschung .....	332
C. Zusammenfassendes Fazit .....	336
 Literaturverzeichnis .....	 341

**Abbildungsverzeichnis**

Abb. 1: Aufbau der Arbeit ..... 7

Abb. 2: Zur Unterscheidung von Existenz- und Unternehmungsgründungen ..... 22

Abb. 3: Innovations-, F&E- und Technologiemanagement..... 43

Abb. 4: Variablen einer Unternehmungsgründung ..... 49

Abb. 5: Prozessmodell von Bygrave..... 51

Abb. 6: Prozessmodell nach Timmons ..... 52

Abb. 7: Prozessmodell nach Bhawe ..... 54

Abb. 8: Entrepreneurship-Bezugsrahmen ..... 71

Abb. 9: „4-Ebenen-Systematik“ der Entrepreneurship-Forschung ..... 87

Abb. 10: Verfahren empirischer Analysen ..... 90

Abb. 11: Motivationsbezogenes Modell zur Unternehmungsgründung  
und -fortführung ..... 139

Abb. 12: Vorteile einer Geschäftsplanung..... 146

Abb. 13: Modell des Erfolgsanspruch-Niveaus von Unternehmern..... 160

Abb. 14: Klassifikationen und Idealtypenbildung ..... 227

Abb. 15: Handeln als Probevariation und Umsetzung..... 327

Abb. 16: Regulationsgefüge einer Handlungssequenz ..... 330

**Tabellenverzeichnis**

Tab. 1: Fassetten des Titels „Theorie des ‚Entrepreneurship‘“ .....	2
Tab. 2: Definitionen von „Entrepreneurship“ .....	17
Tab. 3: Formen von Unternehmungsgründungen .....	27
Tab. 4: Infrastruktur für Unternehmungsgründungen .....	55
Tab. 5: Hypothesen zur Erfolgswirkung unterschiedlicher Variablen.....	58
Tab. 6: Problembarrrieren und -typen .....	66
Tab. 7 „Schools of Thought“ .....	82
Tab. 8: Ideengeschichte wirtschaftstheoretischer Unternehmerforschung .....	92
Tab. 9: Studien zum „Unternehmerangebot“ .....	104
Tab. 10: Studien zu Motiven und Wertvorstellungen von Unternehmungsgründern und Unternehmern .....	119
Tab. 11: Studien zu persönlichen Eigenschaften von Unternehmern .....	121
Tab. 12: Studien zur unternehmerischen Ontogenese und Karriere .....	127
Tab. 13: Studien zur Differenzierung von Unternehmern und angestellten Managern .....	132
Tab. 14: Studien zu Planung und Organisation von Unternehmungsgründungen und jungen Unternehmungen .....	145
Tab. 15: Studien zu Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren .....	153
Tab. 16: Systematisierung typenbildender Forschung .....	189
Tab. 17: Konvergenz der Definitionen von „Konfiguration“ .....	193
Tab. 18: Unterschied der Kontingenz- und Konfigurationstheorie.....	196
Tab. 19: Zentrale Kritikpunkte an der Kontingenztheorie .....	198
Tab. 20: Formen von Passung .....	205
Tab. 21: Entstehung äquifinaler Typen .....	209

## Tabellenverzeichnis

Tab. 22: Charakterisierung agglomerativer Verfahren .....	223
Tab. 23: Aktivitäten in der Prä-Gründungsphase.....	242
Tab. 24: Sequenzen von Prä-Gründungsaktivitäten .....	243
Tab. 25: Kennwerte der Erhebungsdimensionen .....	244
Tab. 26: Idealtypen junger Unternehmungen in unterschiedlichen Marktphasen .....	248
Tab. 27: Dimensionen kompetitiver Vorteile.....	252
Tab. 28: Kriterienkatalog zur Bewertung von Risikokapital-Beteiligungen .....	256
Tab. 29: Sammlung aus heutiger Sicht fragwürdiger Unternehmereigenschaften bei Schumpeter .....	275
Tab. 30: Hypothesen über den „Inventor-Entrepreneur“ .....	281
Tab. 31: Charakteristika unterschiedlicher Unternehmer- und Unternehmungstypen .....	283
Tab. 32: Unternehmer- und Unternehmungstypen.....	291
Tab. 33: Studien zu Unternehmertypen .....	297

**Abkürzungsverzeichnis der Zeitschriften**

AER	=	American Economic Review
AJS	=	American Journal of Sociology
AJSB	=	American Journal of Small Business
AMJ	=	Academy of Management Journal
AMR	=	Academy of Management Review
ASQ	=	Administrative Science Quarterly
ASR	=	American Sociological Review
BFuP	=	Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis
CMR	=	California Management Review
DBW	=	Die Betriebswirtschaft
ESBJ	=	European Small Business Journal
ERD	=	Entrepreneurship and Regional Development
ET&P	=	Entrepreneurship Theory & Practice
HBR	=	Harvard Business Review
ISBJ	=	International Small Business Journal
JAP	=	Journal of Applied Psychology
JBE	=	Journal of Behavioral Economics
JEBO	=	Journal of Economic Behavior and Organization
JfB	=	Journal für Betriebswirtschaft
JIBS	=	Journal of International Business Studies
JITE	=	Journal of Institutional and Theoretical Economics/Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft
JM	=	Journal of Management
JMR	=	Journal of Marketing Research
JMS	=	Journal of Management Studies
JoBV	=	Journal of Business Venturing
JSBM	=	Journal of Small Business Management
LRP	=	Long Range Planning
mir	=	Management International Review
MS	=	Management Science
OS	=	Organization Studies
SMJ	=	Strategic Management Journal
VSWG	=	Vierteljahresschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte
ZfB	=	Zeitschrift für Betriebswirtschaft
ZfbF	=	Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung

### Abkürzungsverzeichnis der Zeitschriften

ZfP	=	Zeitschrift für Personalforschung
ZfO	=	Zeitschrift Führung und Organisation
ZfS	=	Zeitschrift für Soziologie
ZgS	=	Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft