

SVEN RIPSAS

Entrepreneurship – Existenzgründungen – Start-ups

Ökonomische Grundlagen und neuere Entwicklungen

Der KfW-Gründungsmonitor ist eine wichtige Quelle für empirische Daten über das Gründungsgeschehen in Deutschland. Für das Jahr 2017 stellt der Monitor einen Rückgang der Gründungstätigkeit fest (-17%), wodurch die Gründerquote (Originalbegriff aus dem KfW-Gründungsmonitor) auf 1,08% absank, d. h. „im Jahr 2017 waren also von 10.000 Personen im Alter von 18 bis 64 Jahren 108 Existenzgründer“ (Metzger 2018, S. 1).

Die Bedeutung von Unternehmensgründungen für die Wirtschaft

Auf den ersten Blick ist die sinkende Zahl an Existenzgründungen eine alarmierende Nachricht. Doch ein genauer Blick auf die Zahlen zeigt, dass das Problem kein rein quantitatives ist, sondern dass es auch eine qualitative Dimension gibt. Und hier hat der KfW-Gründungsmonitor 2018 durchaus Positives zu vermelden, denn die strukturelle Qualität der realisierten Gründungen hat sich 2017 verbessert. „So nahm die Zahl ideengetriebener Chancengründer um 8%

auf 333.000 zu. Chancengründungen sind in der Regel überdurchschnittlich bestandsfest und beschäftigungsintensiv und haben daher volkswirtschaftlich einen besonderen Stellenwert. Darüber hinaus ging es bei der Zahl innovativer Gründer (76.000, +31%), digitaler Gründer (144.000, +3%) und Wachstumsgründer (127.000, +10%) aufwärts.“ (ebd.) Der aktuelle „Länderbericht Deutschland“ des Global Entrepreneurship Monitor“ bestätigt den erfreulichen Anstieg der Chancengründungen und betont, dass es einen Grund zu Optimismus hinsichtlich des Gründungsgeschehens in Deutschland gibt (Sternberger et al. 2018, S. 8).

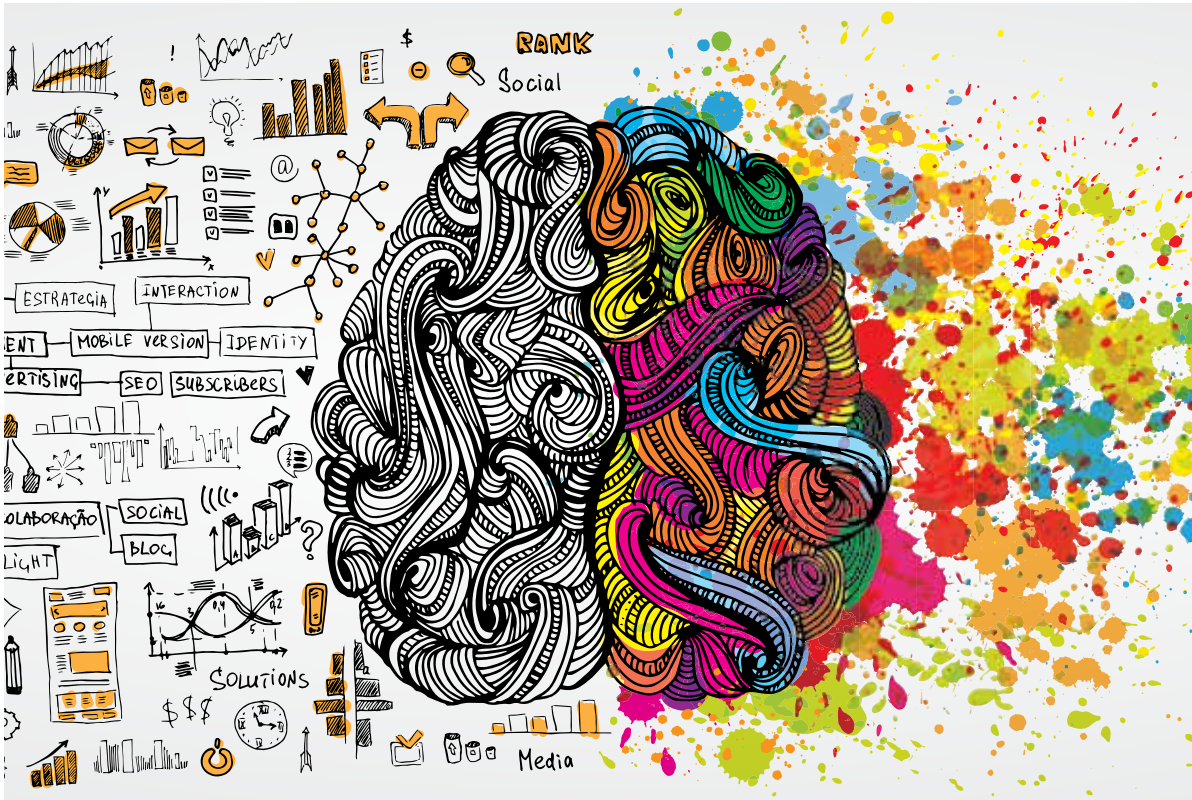
Die Gründer von heute bilden den Mittelstand von morgen. „Kleine und mittlere Unternehmen“ (KMU), oft auch als „der Mittelstand“ bezeichnet, werden in ihrer Bedeutung für die Wirtschaft oft unterschätzt. Das Institut für Mittelstandsforschung Bonn (ifm Bonn) definiert KMU insgesamt als Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern und mit einem Umsatz von bis zu 50 Millionen Euro. Diese KMU stellen ca. 99% aller Unternehmen (vgl. BMWi o. D.) und sie bieten ca. 82% der Ausbildungsplätze sowie 58% der Arbeitsplätze an, wodurch der Mittelstand zu Recht als die tragende Säule des Arbeitsmarktes in Deutschland bezeichnet werden kann.

Unternehmensgröße	Zahl der Beschäftigten	Umsatz in Euro/Jahr
kleinst	bis 9	bis 2 Millionen
klein*	bis 49	bis 10 Millionen
mittel**	bis 499	bis 50 Millionen
(KMU) zusammen	unter 500	bis 500 Millionen

Abb. 1: Definition des Begriffskonstrukts „kleine und mittlere Unternehmen“ (KMU)

Die Unternehmerfunktion in der ökonomischen Theorie

Um die Unternehmerfunktion richtig zu verstehen, hilft ein Blick in die ökonomische Theorie, in der hinsichtlich des Unternehmerbegriffes drei Phasen unterschieden werden: die Zeit vor der Neoklassik (Merkantilismus / Kameralismus,



© Kirasolly/Shutterstock.com

Klassik, Sozialismus, Historische Schule), die Neoklassik und die Post-Neoklassik. Als Vertreter der Vor-Neoklassik, die sich mit der Funktion des Unternehmers befassen, können u. a. Richard Cantillon (1697–1734) und Jean-Baptiste Say (1767–1832), als Vertreter der Neoklassik u. a. Carl Menger (1838–1917) und Frank Hyneman Knight (1885–1972) und als Vertreter der Post-Neoklassik z. B. Joseph Schumpeter (1883–1950) und Israel M. Kirzner (*1930) genannt werden (Welzel 1995, S. 41 ff.).

Seit den 2000er-Jahren ist das neue Begriffspaar „Entrepreneurship“ bzw. „Entrepreneur“ auch im deutschsprachigen Raum gebräuchlich. Entrepreneurship beinhaltet das Verfolgen einer unternehmerischen Gelegenheit (Opportunity), auch wenn man noch nicht über die Geldmittel, die Mitarbeiter oder die administrative Infrastruktur verfügt: „Entrepreneurship is the pursuit of opportunity without regard to resources currently controlled“ (Stevenson et al. 1994, S. 5). Der Entrepreneurship-Begriff hat damit eine andere Konnotation als der Begriff der „Existenzgründung“. Eine für den Aufbau einer kompetenzorientierten „Entrepreneurship Education“ hilfreiche Definition liefert die europäische Kommission im „EntreComp (Entrepreneurship Competence) Conceptual Model“:

“Entrepreneurship is when you act upon opportunities and ideas and transform them into value for others. The value that is created can be financial, cultural, or social.”

Abb. 2: European Commission, Quelle: <https://ec.europa.eu/jrc/entrecomp>

Im Folgenden soll der Versuch unternommen werden, die ökonomische Definition von Stevenson et al. und die kompetenz- und handlungsorientierte Definition der Europäischen Union zusammenzuführen. Es gibt zahlreiche Beiträge zur historischen Entwicklung der Unternehmerfunktion (z. B. Hébert/Link 1988, Ripsas 1997, Shane/Venkataraman 2000 und Fallgatter 2002), die die Funktion des Unternehmers untersuchen. Im Ergebnis können vier Hauptfunktionen des Entrepreneurs festgehalten werden (in Klammern die wichtigsten Vertreter der jeweiligen Denkschule) (vgl. ausführlich Ripsas 1997, S. 10–51):

1. Übernahme von Unsicherheit (Knight)
2. Innovationen am Markt durchsetzen (Schumpeter)
3. Entdecken von Preisarbitragen (Kirzner)
4. Koordination von Ressourcen (Casson)
5. Gestaltung von neuen Geschäftsmodellen (Faltin / Ripsas)

Josef Schumpeter (1991/1993) hat den Unternehmerbegriff wie kein zweiter im deutschsprachigen Raum beeinflusst. Seine Definition des unternehmerischen Handelns beruht auf der Unterscheidung von Erfindung (Invention) und der wirtschaftlichen Umsetzung neuartiger Verknüpfungen vorhandener Möglichkeiten (Innovation) (vgl. auch Borbély 2008, S. 401). Für den Amerikaner Israel M. Kirzner ist es vor allem das Entdecken, durch das Entrepreneure zu gewinnbringenden Möglichkeiten gelangen, weil sie Dinge sehen, die andere nicht sehen (Kirzner 1978, S. 11 f.). Mit dem von der indischen Professorin Saras Sarasvathy gepägten „Effectuation-Ansatz“ kam 2009 ein neuer, bedeutender Ansatz hinzu (Sarasvathy 2009).

Abb. 5: Im Spannungsfeld zwischen kreativen Ideen auf der einen und ökonomischen Überlegungen auf der anderen Seite müssen Existenzgründerinnen und Existenzgründer den Spagat wagen.



Abb. 6: Wer langfristig erfolgreich mit seiner Unternehmung sein will, sollte stets offen für Neues und immer auf der Suche nach innovativen Ideen sein.

Innovation ist hilfreich, aber kurzfristig nicht zwingend notwendig. So ist es in stark wachsenden Märkte oftmals ausreichend, ein knappes Produkt zur Verfügung zu stellen, das viele Kunden sehnlichst kaufen möchten. Ein Beispiel dafür sind die Handyläden der frühen 2000er-Jahre. Ihre Anzahl wuchs schnell, denn es ging vor allem darum, die Nachfrage von vielen Kunden, die auch ein Mobiltelefon kaufen wollten, zu befriedigen. Mit der Marktsättigung verschwanden viele Geschäfte so schnell wie sie gekommen waren, was die Notwendigkeit der Innovation für den langfristigen Erfolg unterstreicht.

Nachdem Schumpeter die Handlungsorientierung (Innovationen durchsetzen) und Kirzner die Kompetenz, neue ökonomische Chancen zu entdecken, als definierende Merkmale des Entrepreneurship betont haben, formulieren Faltn und Ripsas, dass die Gestaltung eines neuen Geschäftsmodells den Kern des unternehmerischen Handelns ausmacht. So bringen sie die verschiedenen Definitionen in Einklang miteinander: „Entrepreneurship ist der Prozess der Entwicklung eines innovativen und wertschaffenden Geschäftsmodells, verbunden mit der Gründung einer Organisation und der Führung derselben zum Ziele der Verbesserung des Angebots für Unternehmen oder Endverbraucher“ (vgl. Faltn/Ripsas 2011, S. 22).

Kapitalist und Entrepreneur unterscheiden

Aber geht es nicht eigentlich um Gewinnmaximierung? Um diese Frage zu beantworten, ist es wichtig, zwischen der ökonomischen Funktion des Kapitalisten und der des Entrepreneurs zu unterscheiden (vgl. Kirzner 1978, S. 25). Auf der Basis der „Marktprozesstheorie“ und der Prämisse, dass der

„homo agens“ von Ludwig von Mises (1940) den gewinnmaximierenden „homo oeconomicus“ ablöst, schreibt Kirzner: „Es hat sich als äußerst hilfreich erwiesen, wenn man statt des Ökonomisierens den umfassenderen Begriff des menschlichen Handelns von Mises in den Mittelpunkt stellt. Mit dem von Mises entwickelten Konzept des homo agens lässt sich alles, was man mit Hilfe der Begriffe ‚Ökonomisieren‘ und ‚Effizienzstreben‘ erreichen kann, ebenfalls erreichen. Aber das Konzept des menschlichen Handelns begrenzt die Entscheidungsträger (oder die ökonomische Analyse seiner Entscheidungen) nicht auf gegebene Mittel und Zwecke, wie es das Allokations- und Ökonomisierungskonzept tut. Menschliches Handeln, in dem von Mises entwickelten Sinne, schließt Handlungen mit ein, die von Menschen unternommen werden, um ‚Unbequemlichkeiten zu beseitigen‘ und ‚um sich besser zu stellen‘“ (Kirzner 1978, S. 26f.).

Um individuelle und gesellschaftliche Verbesserung der Verhältnisse zu erreichen, bedarf es der Findigkeit, der Kreativität, des unternehmerischen Elements im menschlichen Handeln. Es zeigt sich, dass die Handlung, das Entwickeln innovativer Geschäftsmodelle, und die Kompetenz zur Umsetzung der Ideen in Gründungen beim Entrepreneurship im Vordergrund stehen. Demgegenüber steht der Kapitalist, der lediglich die finanziellen Mittel zur Umsetzung des Gründungsvorhabens zur Verfügung stellt.

Inwiefern die Besteuerung des Kapitals in einer Volkswirtschaft erfolgt, ist ein wirtschaftspolitisches Thema und kann hier nicht vertieft werden. Festgehalten werden muss nur, dass der Gründer und die Gründerin in der Funktion des Entrepreneurs eine andere ökonomische Rolle einnehmen als ein Kapitalgeber. Eine Förderung des Entrepreneurship als die im Marktprozess treibende Kraft ist im Wettbewerb der Regionen ein wichtiges Element.

Entrepreneurship: Existenzgründungen und Start-ups

Aus der EU kommt nicht nur eine gelungene Definition für den Begriff „Entrepreneurship“, sondern auch die Übersetzung mit dem Wort „Unternehmergeist“. Das ist eine gute Lösung dafür, dass die deutsche Sprache den häufig verwendeten Begriff „Unternehmer“ zweifach belegt hat und damit unscharf ist. Beim Unternehmer handelt es sich einerseits um eine agierende, natürliche Person, die ein Unternehmen plant, gründet, leitet und die persönliche wie auch finanzielle Risiken in Kauf nimmt (funktionaler Unternehmerbegriff). Andererseits ist es aber auch ein Rechtsbegriff, der sowohl die natürliche Person als auch Personengesellschaften (z. B. die OHK und die KG) und juristische Personen (z. B. die GmbH oder AG) umfasst (institutioneller Unternehmerbegriff). Dadurch werden die Vertreter der Letzteren in der Alltagssprache (z. B. in den Nachrichten) teilweise als Unternehmer bezeichnet, unabhängig davon, ob sie wirklich unternehmerisch handeln oder nicht.

Was viele nicht bedenken: Der Begriff der „Existenzgründung“ kommt nicht aus der Wirtschaft. In der Ökonomie als Wissenschaft gibt es lediglich die „Unternehmensgründung“. Der Begriff Existenzgründung wurde in der So-

zialpolitik der 1970er-Jahre populär. Ziel war es, Menschen auf der Suche nach Arbeit die Selbstständigkeit als Alternative zum Angestelltenverhältnis schmackhaft zu machen. Bei der Existenzgründung geht es demnach um die kurzfristige Einkommenserzielung durch die Gründung eines Unternehmens (oder einer Existenz als Einzelkaufmann oder -frau) mit etabliertem Geschäftsmodell, beispielsweise als Gastronom, als Handwerker oder als Grafikdesigner.

Für die Gastronomie lässt sich der Unterschied zwischen „Existenzgründungen“ und „Start-ups“ gut mit einem aktuellen Beispiel verdeutlichen: Jeder kennt die obligatorische Pizzeria an der Ecke oder das Wirtshaus mit einheimischer Küche im Dorfkern. Zumeist werden diese Betriebe von Personen als Einzelkaufmann oder Einzelkauffrau bzw. Familienunternehmen geführt, die daraus ihr Einkommen und das für die Familie erzielen, sowie das für die vielleicht drei bis neun Angestellten und deren Familien. Die Personen hinter diesen Betrieben sind Existenzgründer, die mit aller Begeisterung für ihre Unternehmen arbeiten. Ihnen gebührt höchster Respekt, denn die Herausforderungen, die sie meistern müssen, sind groß.

Die Unterschiede zwischen Existenzgründern und Start-up-Entrepreneuren liegen in den Bereichen Innovation und Wachstum. Schnellwachsende Gründungsunternehmen (Start-



Abb. 7: Ein Familienunternehmen zu leiten bedeutet, ein hohes Maß an Verantwortung zu tragen und Risiken einzugehen – für die Firma und die darin beschäftigten Familienangehörigen gleichermaßen.

ups oder „Gazellen“) haben ein durchschnittliches Wachstum von 20% (vgl. Dautzenberg 2012, S. 6) und streben Wettbewerbsvorteile durch innovative Geschäftsmodelle an (vgl. Ripsas/Tröger 2014). Sie verändern eine Branche mit neuen Wertschöpfungsprozessen und Angeboten.

Anders als die Pizzeria an der Ecke bzw. das Wirtshaus im Dorfkern, hatte das Gastronomie-Start-up Vapiano von Beginn an große Ziele und ist damit ein gutes Beispiel für ein typisches Start-up. Vapiano ist keine Existenzgründung, denn die kurzfristige Einkommenserzielung war nicht das Ziel der Gründer. Sie wollten eine globale Nische besetzen, ein großes Unternehmen bauen. Das Unternehmen eröffnete 2002 das erste Restaurant in Hamburg, mit einem innovativen Angebot, das man als „Italian Fast Food“ bezeichnen könnte.

Vapiano bot also eine Innovation und veränderte darüber hinaus die Art der Produktion (u. a. durch kleine Produktauswahl, fehlende Kellner und die Zubereitung der Speisen, während die Kunden am Tresen warten). Anders als der typische Existenzgründer-Gastronom aber, gründeten die Vapiano-Gründer nicht nur einen Betrieb, um ein finanzielles Auskommen zu erzielen. Als Entrepreneurinnen wollten sie wachsen und eine ganze Branche verändern – dies mit Erfolg: Bereits 2016 gab es über 200 Vapiano-Filialen in 33 Ländern (vgl. www.vapiano.de, Stand 20.11.2018).

Blank und Dorf definieren ein Start-up als eine temporäre Organisation auf der Suche nach einem skalierbaren, wiederholbaren, profitablen Geschäftsmodell (Blank und Dorf 2012, S. XVII). Eine andere Start-up-Definition liefert der „Deutsche Startup Monitor“ (DSM), wobei das erste Kriterium und mindestens eines der beiden letzten Kriterien von einem Unternehmen erfüllt werden müssen, um als Start-up im Sinne des DSM bezeichnet werden zu können:

- ▶ Ein Start-up ist ein Unternehmen, das jünger als 10 Jahre ist.
- ▶ Ein Start-up hat ein innovatives Geschäftsmodell und/oder setzt innovative Technologien ein.
- ▶ Ein Start-up zeigt signifikantes Wachstum (> 20%), entweder im Hinblick auf die Anzahl der Mitarbeiter oder den Umsatz betreffend.

Abb. 3: Deutscher Startup Monitor 2014, Quelle: Ripsas und Tröger 2014, S. 14.

Auch hinsichtlich der langfristigen Einkommenserwartungen unterscheiden sich Start-up-Entrepreneure von Existenzgründern. Das Einkommen von Start-up-Entrepreneuren ist in den ersten Jahren oft gering, denn Innovationen benötigen Zeit, um sich am Markt durchzusetzen. Teilweise liegt es deutlich unter dem der Existenzgründer. Bevor also das Start-up durch hohe Gehaltszahlungen die Liquidität belastet und damit das Wachstum bremst, müssen sich Gründer und Gründerinnen von Start-ups mit eher bescheidenen Gehältern zufriedengeben. Mit der Etablierung des Unternehmens am Markt aber können höhere Gehälter gezahlt werden, wobei sich der eigentliche Gewinn für die Entrepreneurinnen durch den gestiegenen Wert ihrer Unternehmensanteile realisiert. Auf diese Weise kann ein Einkommen erzielt werden, das weit über dem vieler Existenzgründer und Angestellten liegt.

Gründungen in der digitalen Wirtschaft

Selbstfahrende Autos, Mikro-Brauereien mit vielfältigen Biervariationen und Nachbarschafts-Apps, die das Teilen von Gartengeräten und die Verabredung im Restaurant online ermöglichen, bereichern unseren Alltag. Bei vielen Gründungen spielt die neue Logik der digitalen Ökonomie eine immer wichtigere Rolle, bietet sie doch oft einen entscheidenden wirtschaftlichen Vorteil gegenüber der klassischen Industrieökonomie des 20. Jahrhunderts.

Kaufmännische Kompetenz ist kein Hexenwerk und braucht nicht als langweilig empfunden zu werden. Ein Geschäftsmodell zu gestalten ist etwas für ökonomisch Kreative. Geschäftsmodelle finden ihren Ausdruck in Umsatz und Kosten. Stückkosten tendieren in manchen digitalen Geschäftsmodellen gegen Null, neue Angebote entstehen. Zur kaufmännischen Kompetenz zählen die Kenntnisse der digitalen Ökonomie, denn das Internet hat die Ökonomie radikal verändert. Ein Shopping-Center konkurriert mit Online-Shops, die von der Werbung lebenden Printmedien verlieren Kunden an Online-Info-Portale und personalisierte Werbung ist möglich, wodurch ein lange in der Werbewirksamkeitsforschung behandeltes Problem („Wir wissen, dass 50% der Werbeausgaben umsonst sind, nur nicht welche 50%.“) nun reduziert werden konnte.

Zum Entrepreneurship gehören Nerds, Visionäre, Dickköpfe, Querdenker, engagierte Weltverbesserer und natürlich auch institutionelle und private Investoren, die Wirtschaft und Gesellschaft gestalten wollen. Sie gehen Risiken ein, wollen die Welt verbessern, Geld verdienen und Wohlstand schaffen. Sie erproben innovative Geschäftsmodelle und messen deren ökonomischen Nutzen. Sie experimentieren mit neuester Technologie und engagieren sich dort, wo etablierte Unternehmen und die Politik keine Lösungen anbieten.

Helmut Schmidt sagte einmal: „Wer Visionen hat, der soll zum Arzt gehen“. Dies mochte für die Realpolitik der 1970er-Jahre zutreffen, nicht aber für die Wirtschaft im digitalen Zeitalter. Entrepreneurinnen brauchen Visionen. Mark Zuckerberg und Elon Musk trauen sich, völlig neue Angebote in der digitalen Ökonomie zu denken, genauso wie es z. B. Anita Roddick mit dem Body Shop für die Kosmetikindustrie vorgemacht hat.

In diesem Sinne muss die Gründungsförderung weniger auf das Erstellen von Businessplänen ausgerichtet werden als vielmehr auf das Schaffen von völlig neuen Produkten und Dienstleistungen. Pläne vermitteln eine falsche Sicherheit. In der sich schnell verändernden wirtschaftlichen Umgebung des digitalen Zeitalters sollte vielmehr das entdeckende Lernen, das schrittweise Erkunden des Marktes vermittelt werden, wie es z. B. von Faltn (*Kopfschlägt Kapital 2011*) oder Ash Maurya (*Running Lean 2012*) vorgestellt wird.

Neue Facetten des Entrepreneurship: Social Entrepreneurs und Crowdfunding

Mit der digitalen Ökonomie werden aber auch „Social Entrepreneurs“ immer präsenter. Gründerinnen und Gründer, die mit ihren Unternehmen die Welt etwas besser machen

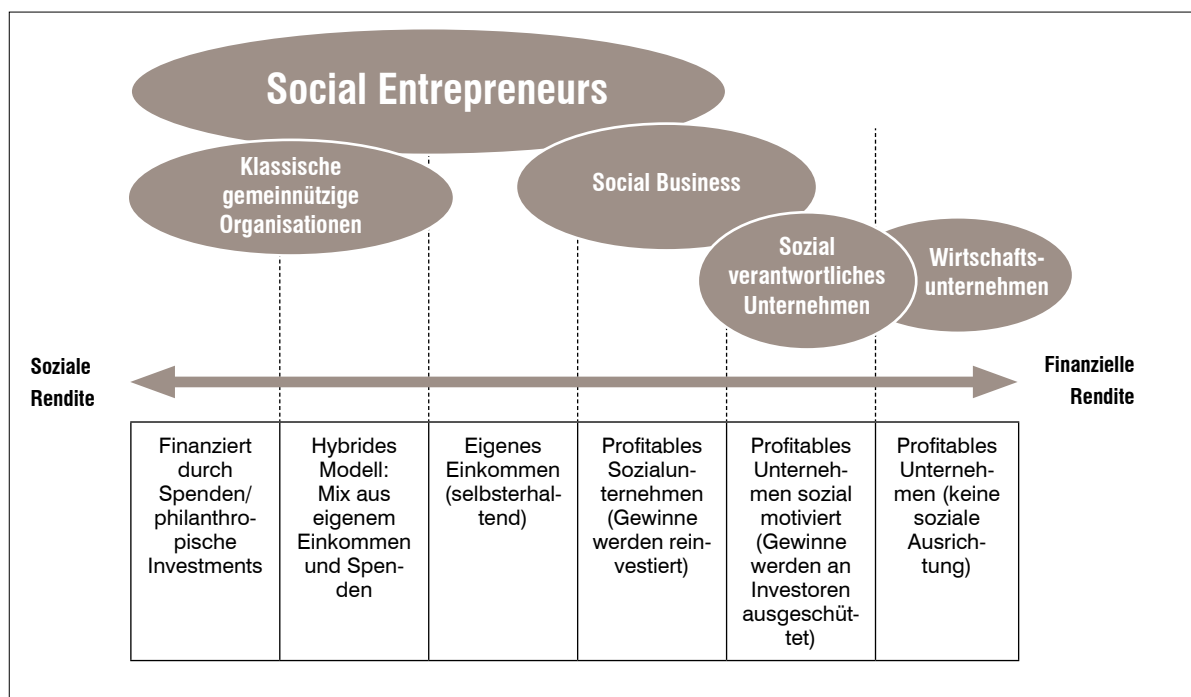


Abb. 4: Einordnung von Social Entrepreneurship nach Zielsetzung und Organisationsform

wollen und bewusst auf Gewinnanteile verzichten, – sei es, mit einer Vermittlungsplattform für gemeinnützige Hilfsangebote oder durch die Entwicklung einer neuen, kostengünstigen Augenoperationmethode für Regionen, in denen die Menschen über weniger finanzielle Mittel verfügen als in den Industrieländern Westeuropas oder Nordamerikas – sind ein wesentlicher Bestandteil des Entrepreneurship.

Die Übergänge zwischen gewinnorientierten Gründungen und „Social Entrepreneurship“ sind fließend, denn manchmal ist die unternehmerische Lösung eines gesellschaftlichen Missstands an sich schon sozial.

Ein neues Instrument, das sich nicht nur gut dafür eignet, die Zielgruppe im Gründungsprozess zu erkunden, sondern das auch völlig neue Möglichkeiten der Gründungsfinanzierung ermöglicht, ist das „Crowdfunding“. Dabei stellt die Gründerin oder der Gründer die eigene Produktidee auf einer entsprechenden Plattform (z. B. kickstarter.com oder startnext.de) der Öffentlichkeit vor. Oft sind die Produkte sogar noch im Entwicklungsstadium und das Ziel ist es, finanzielle Mittel für die Fertigstellung einer Innovation einzusammeln. Findet die Gründerin oder der Gründer eine entsprechend hohe Zahl an Interessenten, die bereit sind, das Produkt vorzubestellen oder das Projekt einfach nur zu unterstützen, so ist dies ein erstes Indiz dafür, dass das Nutzenversprechen bereits ansprechend formuliert ist.

Vom Crowdfunding zu unterscheiden sind das „Crowdfunding“ (Kreditvermittlungsplattformen wie z. B. smava.de und kapilendo.de) und das „Crowdfunding“ (z. B. seedmatch.de oder companisto.de). Anders als das eher dem Markt zuzurechnende Crowdfunding ist gerade das letztgenannte vergleichsweise risikoreich und damit nur erfahrenen Teilnehmern am Kapitalmarkt zu empfehlen.

Literatur

Blank, S. / Dorf, B. (2012): Startup Owner's Manual. Pescadero: K & S Ranch.
 Borbély, E. (2008): J. A. Schumpeter und die Innovationsforschung.

MEB 2008 6th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking. Budapest, Ungarn.
 Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (o. D.): Wirtschaftsmotor Mittelstand 2017.
 Dautzenberg, K. (2012): Studie über schnellwachsende Unternehmen (Gazellen). Ramboll Creditreform.
 European Commission: <https://ec.europa.eu/jrc/entrecomp> (05.11.2018).
 Fallgatter, M. J. (2002): Theorie des Entrepreneurship. Perspektiven zur Erforschung der Entstehung und Entwicklung junger Unternehmungen. 1. Aufl. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.
 Faltin, G. (2011): Kopf schlägt Kapital (9. Aufl.). München: Hanser.
 Faltin, G. / Ripsas, S. (2011): Das Gestalten von Geschäftsmodellen als Kern des Entrepreneurship. Working Paper Nr. 61 des Institute of Management Berlin, HWR Berlin.
 Frischen, K. / Lawald, A. (2008): Social entrepreneurship: Theorie und Praxis des Sozialunternehmertums. Stiftung-&-Sponsoring-Verlag.
 Hébert, R. F. / Link, A. N. (1988): The Entrepreneur. New York: Praeger.
 IfM-Bonn (2018): <https://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-des-ifm-bonn> (05.11.2018).
 Kirzner, I. (1978): Wettbewerb und Unternehmertum. Tübingen: Mohr.
 Maurya, A. (2012): Running Lean. Cambridge: O'Reilly.
 Metzger, G. (2018): KfW-Gründungsmonitor 2018. Hrsg. v. KfW Bankengruppe, Frankfurt a. M.
 Reset – Digital for Good (2018): <https://reset.org/knowledge/social-entrepreneurs-reformer-von-unten> (05.11.2018).
 Ripsas, S. (1997): Entrepreneurship als ökonomischer Prozess. Wiesbaden: Gabler.
 Ripsas, S. / Tröger, S. (2014): Deutsche Startup Monitor. Hrsgg. v. KPMG, Bundesverband Deutscher Startups e. V. und Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin.
 Sarasvathy, Saras D. (2009): Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise. Edward Elgar Publishing.
 Shane, S. / Venkatarman, S. (2000): The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. In: The Academy Journal of Management Review 25 (1), S. 217–226.
 Sternberg, R. / von Bloh, J. / Gorynia-Pfeffer, Natalia (2018): Global Entrepreneurship Monitor Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich – Länderbericht Deutschland 2017 / 2018. Hrsgg. v. RKW Rationalisierungs- und Innovationsforum der Deutschen Wirtschaft e. V., Eschborn.
 Schumpeter, J. (1993): Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung (8. Aufl., 1. Aufl. ersch. 1991), Berlin: Duncker & Humblot.
 Stevenson, H. / Roberts, M. J. / Grousbeck, H. I. 1994. New business ventures and the entrepreneur. Boston: IRWIN.
 Welzel, B. (1995). Der Unternehmer in der Nationalökonomie. Untersuchungen zur Wirtschaftspolitik Bd. 101. Hrsgg. v. Institut für Wirtschaftspolitik an der Universität zu Köln.