

Auf dem Weg zu genderspezifischen Modellen in der Gründungsforschung

Candida G. Brush, Anne de Bruin, Friederike Welter

1 Einleitung

Die Zahl der Unternehmerinnen wächst weltweit rasant und sie leisten einen wesentlichen Beitrag zu Beschäftigung, Innovation und Wirtschaftswachstum (Kelleley et al. 2011: 5). Die theoretische Forschung zu Women's Entrepreneurship, die die immer noch zu beobachtenden Unterschiede zwischen Männern und Frauen im unternehmerischen Handeln¹ erklären möchte, steht jedoch noch am Anfang. Trotz einer wachsenden Zahl an Studien und Initiativen wie beispielsweise das DIANA-Projekt, das seit mehr als zwölf Jahren die Forschungsaktivitäten zum Thema „Women's Entrepreneurship“ vorantreibt, gibt es nur wenige theoretisch anspruchsvolle Untersuchungen (vgl. die Überblicke über den Stand der Forschung bei: de Bruin et al. 2006, 2007; Hughes et al. 2012; Jennings/Brush 2013). Eine kurSORISCHE Sichtung der Literatur zeigt, dass die meisten gebräuchlichen Modelle einer Unternehmensgründung dem Bild eines rationalen „Homo Oeconomicus“ verpflichtet sind. Nur selten berücksichtigen sie den Einfluss sozialer und kontextueller Rahmenbedingungen auf eine Gründung, wie beispielsweise Familie, Haushalt oder die jeweilige Kultur (Aldrich/Cliff 2003; Bird/Brush 2002; Shapero/Sokol 1982). So werden jedoch umfeldbedingte Geschlechtsunterschiede im Gründungsprozess von anderen Einflüssen überlagert und verdeckt.

Dabei kann wirtschaftliches Handeln ohne die Berücksichtigung sozialer Strukturen und Beziehungen nicht erklärt und verstanden werden, so Polanyi (1957) und Granovetter (1985). Unterschieden wird oft zwischen struktureller, institutioneller bzw. politischer und kultureller sowie kognitiver Einbettung (Zukin/DiMaggio 1990): Strukturelle Einbettung bezeichnet nach Granovetter die relationale Beziehungsstruktur der Individuen. Die kognitive Einbettung weist Ähnlichkeiten mit dem Konzept der begrenzten Rationalität auf: Die begrenzten

1 Unternehmerisches Handeln wird in diesem Beitrag als Übersetzung für den Begriff „Entrepreneurship“ verwendet. Gemeinhin wird Entrepreneurship mit Unternehmertum oder auch schon mal mit Gründung übersetzt. Wir haben uns jedoch für ein Wort entschieden, das, im Gegensatz zu Unternehmertum, den Prozesscharakter von Entrepreneurship direkt erkennen lässt. Als Synonym verwenden wir in diesem Kapitel auch unternehmerisches Verhalten.

kognitiven Fähigkeiten der Informationsverarbeitung beeinflussen die jeweiligen (unternehmerischen) Handlungen und Entscheidungen. Die jüngere Kognitionsforschung hat gezeigt, dass die soziale Einbettung von Personen über Gespräche und Interaktionen auch deren unternehmerisches Handeln beeinflusst (Mitchell et al. 2011). Eng verzahnt mit der kognitiven ist die kulturelle Einbettung, da kognitive Denkstrukturen auch Ausfluss kultureller Normen sind (Dequech 2003).

Mit dem vorliegenden Beitrag knüpfen wir an unsere Überlegungen zur sozialen Einbettung unternehmerischen Handelns auf verschiedenen Ebenen, nämlich der Mikroebene, der Ebene der Familie, sowie der Meso- und Makroebene (Brush et al. 2009) an.² Auf der Basis der Arbeiten von Shapero und Sokol (1982) entwickeln wir einen Erklärungsansatz, wie und inwieweit die individuelle Wahrnehmung der Machbarkeit und der Wünschbarkeit einer Unternehmensgründung geschlechtsspezifisch differieren kann. Wir erläutern, warum die familiäre Einbettung zu einer höheren oder niedrigeren Gründungswahrscheinlichkeit bei Frauen als bei Männern führen kann. Wir zeigen ferner auf, wie der Gründungsprozess und das unternehmerische Handeln von Frauen durch familiäre Ressourcen bzw. durch soziale Rollenzuschreibungen positiv oder negativ beeinflusst werden kann. Ein kurzer Ausblick beschließt das Kapitel.

2 Unser konzeptionelles Modell

Shapero und Sokol (1982) argumentieren, dass eine Gründung vor allem dann wahrscheinlich ist, wenn ein Individuum zwischen verschiedenen Lebens- und Arbeitsentwürfen wechselt. Positive wie negative Push- und Pullfaktoren ebenso wie negative Verlagerungseffekte beeinflussen folglich unternehmerisches Handeln. Beispiele für extreme negative Verlagerungseffekte sind beispielsweise die Flucht aufgrund politischer oder religiöser Verfolgung, aber auch der Verlust des Arbeitsplatzes oder die Unzufriedenheit mit der beruflichen Position. Zu den positiven Pullfaktoren zählen dagegen die wahrgenommenen Möglichkeiten zur unternehmerischen Betätigung. Dabei geht die wahrgenommene Wünschbarkeit von unternehmerischer Betätigung (*perceived desirability*) der wahrgenommenen Machbarkeit (*perceived feasibility*) voraus. Allerdings ist sie jeweils individuell ausgeprägt. Krueger et al. (2000) verweisen in diesem Zusammenhang darauf, dass die Wünschbarkeit von – wahrgenommenen – sozialen Normen und individuellen Einstellungen beeinflusst wird; die Machbarkeit werde dagegen von der wahrgenommenen individuellen und kollektiven Selbstwirksamkeit gelenkt.

Wahrgenommene Wünschbarkeit: Hinter diesem Konstrukt verborgen sich laut Shapero und Sokol (1982) soziale und kulturelle Faktoren, die unternehme-

2 Das Kapitel ist eine überarbeitete und gekürzte Fassung des englischsprachigen Beitrags von Brush et al. (2014).

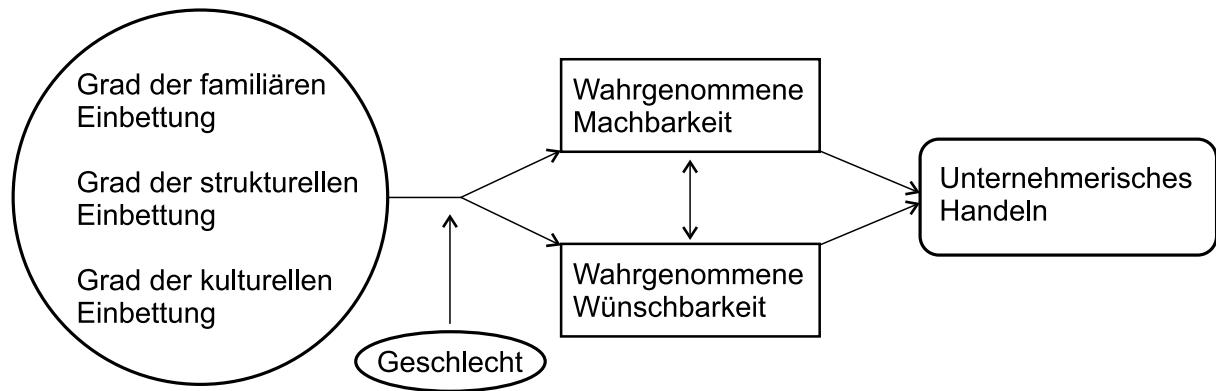
risches Handeln beeinflussen. Dies geschieht vor allem über den Einfluss der individuellen Wertesysteme: Dort, wo eine Gesellschaft unternehmerisches Handeln und Unternehmertum wertschätzt, werden mehr Personen diesen Weg einschlagen. Unter Bezug auf Ajzens Theorie des geplanten Verhaltens definieren Krueger et al. (2000) diese Wünschbarkeit als eine persönliche Einstellung, die von möglichen negativen oder positiven Konsequenzen einer Handlung bzw. der Wahrscheinlichkeit ihres Eintretens abhängt. Zudem beeinflussen soziale Normen die Wahrnehmungen des Einzelnen: So haben familiäre Wertvorstellungen und der Wert, der beispielsweise der Erwerbsarbeit zugemessen wird, einen Einfluss auf den Umfang der Erwerbsarbeit und auf die Unterstützung, die eine Gründerin von Seiten der Familie und von Freunden erwarten kann. In Verbindung mit gesellschaftlichen Einstellungen und Werten spielen gerade Familienmitglieder eine wichtige Rolle für die wahrgenommene Wünschbarkeit. Beispielsweise zeigen Studien für Russland und China, dass dortige Unternehmer häufig Vorbilder unter ihren Verwandten und unter ihren Kindheitsfreunden vorweisen konnten (Djankov et al. 2006).

Wahrgenommene Machbarkeit: Dies bezieht sich darauf, ob jemand eine Gründung und das eigene unternehmerische Handeln als machbar bzw. umsetzbar wahrnimmt. Machbarkeit und Wünschbarkeit sind eng miteinander verwoben: nimmt eine Person eine Gründung als nicht wünschenswert war, wird sie auch niemals ihre Machbarkeit durchdenken (Fitzsimmons/Douglas 2011). Umgekehrt wird eine Gründung als nicht machbar wahrgenommen, wenn ihre Wünschbarkeit in Frage gestellt ist. Krueger et al. (2000) schlagen daher den Begriff „Selbst-Wirksamkeit“ als Indikator für die wahrgenommene Machbarkeit vor. Demnach berücksichtigen potenzielle Gründer nicht nur die möglichen Konsequenzen, sondern überlegen auch, inwieweit sie überhaupt die Möglichkeiten besitzen, eine bestimmte Handlung ausführen zu können. Diese Selbstwirksamkeit schließt die Internalisierung von Kompetenzen und dem Glauben an eigene Kenntnisse ein. Zudem wird sie von der Anerkennung anderer stark beeinflusst; Krueger (2000) verweist in diesem Zusammenhang auch darauf, dass die Selbstwirksamkeit auch das Verhalten von Managern und Arbeitnehmern beeinflusst. Zudem könnten mögliche Geschlechtsunterschiede hinsichtlich der Arbeitsinteressen und der Performance häufig auf Unterschiede im Selbstbewusstsein zurückgeführt werden – und damit indirekt auch auf gesellschaftliche Normen und Einstellungen.

Unser Konzept ist dynamisch: Entgegen den originären Ausführungen bei Shapero und Sokol (1982) betrachten wir Wünschbarkeit und Machbarkeit als etwas, was simultan abläuft und nicht sequentiell. Damit ist die Trennung von Wünschbarkeit und Machbarkeit aufgrund der rekursiven Beziehungen zwischen beiden Merkmalen eher analytischer Natur, wie aus Abbildung 1 ersichtlich wird. Gleichzeitig fügen wir strukturelle, kulturelle und familiäre Einbet-

tungsperspektiven hinzu. Dadurch können wir Geschlechtsunterschiede im unternehmerischen Handeln von Frauen und Männern abbilden (Abb. 1).

Abb. 1: Konzeptionelles Modell



Quelle: Brush et al. 2014

3 Anwendung des Modells

In diesem Abschnitt entwickeln wir eine Reihe von allgemeinen Überlegungen, mit deren Hilfe die Einbettung des unternehmerischen Handels und die jeweilige Verknüpfung mit der individuell wahrgenommenen Wünschbarkeit und Machbarkeit abgebildet werden können.

Strukturelle Einbettung: Persönliche und berufliche Netzwerke bestimmen, mit wem wir interagieren. Sie können deshalb bei der Gründung sowohl hinderlich als auch förderlich sein. Netzwerke mit größeren strukturellen „Löchern“ produzieren bessere Informationen. Der Zugang zu Informationen ist auch Ausfluss der individuellen Machtposition im Netzwerk und er kann ebenfalls Folgewirkungen auf den Zugang zu weiteren – finanziellen – Ressourcen haben. Die Netzwerke von Unternehmerinnen unterscheiden sich strukturell von denjenigen der Unternehmer und erzeugen oftmals spezifische Barrieren für unternehmerisches Handeln (Ibarra 1993). Verpflichtungen in Familie und Haushalt sowie Karriereunterbrechungen durch Schwangerschaften und Kindererziehung wirken sich einerseits auf die Möglichkeiten von Unternehmerinnen aus, ein vielfältiges und reichhaltiges berufliches Netzwerk aufzubauen und zu pflegen. Andererseits zeigen empirische Studien auch, dass die geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Zusammensetzung von Netzwerken Frauen benachteiligen: So hat eine Unternehmerin mit Kindern oftmals vorrangig ein Netzwerk mit vielen Müttern und weniger beruflichen Kontakten (Allen 2000) und sie verlässt sich eher auf familiäre Unterstützung als dass sie professionellen Rat einholt. Sie pflegt ihre Netzwerke aufgrund von zeitlichen Restriktionen weniger intensiv als ein Un-

ternehmer (Renzulli et al. 2000). Diese Netzwerkhomophilie (dazu Ruef et al. 2003) kann ihr unternehmerisches Handeln beeinträchtigen, insbesondere, wenn dadurch der Zugang zu Informationen und anderen für eine Gründung notwendigen Ressourcen, wie beispielsweise Finanzierung, nicht oder nur eingeschränkt gegeben ist (Carter et al. 2007). Dadurch wird auch die wahrgenommene Machbarkeit einer Gründung beeinflusst.

Das führt zu *Überlegung 1*: Die jeweilige strukturelle Einbettung beeinflusst die Wahrnehmungen der Wünschbarkeit wie der Machbarkeit einer Gründung von Frauen und Männer in unterschiedlichem Ausmaß. Das wiederum hat Auswirkungen auf die Wahrscheinlichkeit einer Gründung.

Kulturelle Einbettung: Die kulturelle Einbettung spiegelt den gesellschaftlichen und sozialen Kontext für Unternehmertum wider. Sie beeinflusst das unternehmerische Handeln, indem sie allgemein gültige Werte und Einstellungen vorgibt. Frühe gesellschaftliche Einflüsse zeigen sich beispielsweise in den Berufsentscheidungen: (Jüngere) Männer haben eine höhere Präferenz, sich selbstständig zu machen als (jüngere) Frauen; Frauen sind hingegen oftmals weniger von sich und ihren Fähigkeiten überzeugt (Chen et al. 1998; Kirkwood 2007). Letztlich beeinflusst also immer noch die geschlechtsspezifisch unterschiedliche Sozialisation unternehmerisches Handeln und darüber hinaus den Unternehmenserfolg bzw. die -entwicklung. Das zeigt sich auch in den Motivationen für eine Gründung: Ljunggren und Kolvereid (1996) zeigten, dass Frauen bei der Gründung eher persönliche Motive und Erwartungen in den Vordergrund stellen (Autonomie, Herausforderung), während Männer sich eher auf wirtschaftliche Erwartungen wie Risiko und Gewinn fokussieren. Auch andere Studien haben geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich der Motivationen für eine Unternehmensgründung und in Bezug auf die spätere Unternehmensentwicklung nachgewiesen (Rosa et al. 1996; Verheul et al. 2012).

Schließlich variiert die Machbarkeit einer Gründung stark mit dem jeweiligen Grad der wirtschaftlichen Entwicklung eines Landes (Kelley et al. 2013): In vielen Ländern stufen sogar die vorherrschenden gesellschaftlichen Einstellungen das unternehmerische Handeln von Frauen als „weniger wünschenswert“ ein (Baughn et al. 2006). Kulturell bedingte Genderstereotypen führen zudem dazu, dass Männer und Frauen letztlich bestimmte Berufe oder Branchen bevorzugen (Brink et al. 2014) und auch die häusliche Arbeitsteilung zuungunsten von Frauen „festgelegt“ ist. Aber auch ein vermeintlich gendergerechtes Wohlfahrtsmodell wie in den nordischen Staaten mag zwar die weibliche Erwerbstätigkeit generell fördern, jedoch nicht unbedingt Unternehmerinnen (Neergaard/Thrane 2011): Gesetzliche Regelungen, die die Gleichberechtigung im öffentlichen Leben und am Arbeitsmarkt unterstützen, perpetuieren gleichzeitig die traditionelle Rolle von Frauen zu Hause und diskriminieren damit Unternehmerinnen, die ihre unternehmerische Tätigkeit mit familiären Verpflichtungen ver-

einbaren müssen. Hier zeigen Elam and Terjesen (2010), wie Familienpolitik und arbeitsmarktpolitische Institutionen wie beispielsweise geschlechtsspezifische Lohnunterschiede oder die öffentlichen Ausgaben für Kindergärten die Gründungsentscheidungen von Frauen beeinflussen können.

Für die Türkei zeigen Ufuk und Özgen (2001), dass die unternehmerische Betätigung von Frauen sich einerseits negativ auf die Rolle der Frau in ihrer Familie auswirkt, andererseits jedoch positiv auf ihre gesellschaftliche Rolle und ihr persönliches Leben. Ebenso erklärt die kulturelle Einbettung den überaus niedrigen Anteil von Unternehmerinnen in den Ländern Nordafrikas und des Mittleren Ostens (Ahmad 2011; Al-Dajani/Marlow 2010): Gesellschaftliche und religiöse Traditionen der arabischen Kulturen sehen den Platz der Frau im Haus und in der Familie. Folglich ist ihre Möglichkeit, sich unternehmerisch zu betätigen, eingeschränkt. Ähnliche Muster zeigen sich auch in den zentralasiatischen und vielen anderen ehemals sowjetischen Ländern, die nach der Transformation in Hinblick auf die Genderbeziehungen einen eher traditionellen Weg einschlugen (Aidis et al. 2007; Welter/Smallbone 2010).

Das führt zu *Überlegung 2*: Die jeweilige kulturelle Einbettung beeinflusst die Wahrnehmung der Wünschbarkeit wie der Machbarkeit einer Gründung von Frauen und Männern in unterschiedlichem Ausmaß. Das wiederum hat Auswirkungen auf die Wahrscheinlichkeit einer Gründung.

Familiäre Einbettung: Die familiäre Einbettung drückt sich beispielsweise in den vorherrschenden Rollen innerhalb der Familie bzw. des Haushaltes aus sowie in den familiären Einstellungen, Werten und Normen und im Zugang zu Ressourcen und Netzwerken (Aldrich/Cliff 2003). Die Rollenerwartungen und spezifische Machtverteilungen innerhalb der Familie und des Haushaltes nehmen unmittelbar Einfluß auf die familiäre Einbettung der unternehmerischen Betätigung, was sich im Zugang zu den Ressourcen, in der emotionalen Unterstützung und in der Zeit ausdrückt, die einer Gründerin für ihr Vorhaben zur Verfügung steht. Generell spielen Familienmitglieder eine wichtige Rolle für die Akzeptanz der unternehmerischen Betätigung des Einzelnen – sie können ermutigen oder entmutigen (Shapero/Sokol 1982). Zudem übt die familiäre Dynamik einen nicht unerheblichen Einfluss auf individuelle Verhaltensweisen und Einstellungen, beispielsweise in Bezug auf Unabhängigkeit und Motivationen für eine Gründung, aus. Überlegungen zur familiären Einbettung des unternehmerischen Handelns sind in der Gründungsforschung relativ neu (Aldrich/Cliff 2003; Dyer 2003; Welter 2011). So weist Ahl (2006) darauf hin, dass gerade die Forschung zu Unternehmerinnen die Zusammenhänge zwischen Arbeit und Familie nicht berücksichtigt. Stattdessen wird per se vorausgesetzt, dass beides in voneinander klar getrennten Lebensbereichen – einem öffentlichen und einem privaten Bereich – stattfindet. Cole und Johnson (2007) illustrieren diese Zusammenhänge anschaulich am Beispiel von Scheidungen, bei denen die Ehefrau Mit-

unternehmerin war und die privaten und geschäftlichen Beziehungen nun neu definiert und verhandelt werden müssen.

In Brush et al. (2009) stellen wir aus diesem Grund, und zwar als Metapher für die familiäre Einbettung, das Konstrukt „Mutterschaft“ in den Vordergrund unserer theoretischen Überlegungen zu genderspezifischen Einflüssen auf unternehmerisches Handeln. Die Standardmodelle aus der Gründungsforschung, die auf Markt bzw. die Geschäftsidee, finanzielle und personelle Ressourcen abstellen, greifen unserer Meinung nach für die Erklärung des unternehmerischen Handelns von Frauen zu kurz. In dieser Hinsicht zeigen Anna et al. (1999), dass Unternehmerinnen in traditionell stärker von Frauen besetzten Wirtschaftszweigen (z.B. Dienstleistungen, Handel) eher Sicherheitsaspekte und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf betonen als Unternehmerinnen in nicht-traditionellen Wirtschaftszweigen (z.B. Verarbeitendes Gewerbe). Familiäre Vorbilder, die Ehe und Selbstbewußtsein beeinflussen das Angebot an Unternehmerinnen zudem positiv – Ausbildung und Erfahrung hingegen negativ (Shiller/Crewson 1997). Zudem sind die Ressourcen, die der Unternehmerin abhängig von der Größe des Haushalts zugänglich sind, die Zustimmung des jeweiligen Haushaltvorstands und die Gesundheit der Haushaltsglieder entscheidend. Ähnliche Ergebnisse berichten Studien zu Portfoliounternehmern in der Landwirtschaft, so z.B. Carter und Ram (2003).

Das führt zu *Überlegung 3*: Die jeweilige familiäre Einbettung beeinflusst die Wahrnehmung der Wünschbarkeit wie der Machbarkeit einer Gründung von Frauen und Männern in unterschiedlichem Ausmaß. Das wiederum hat Auswirkungen auf die Wahrscheinlichkeit einer Gründung.

4 Ausblick

In diesem Beitrag vertreten wir die These, dass sich Unterschiede in der unternehmerischen Betätigung von Frauen und Männern, ihrem Gründungsverhalten wie auch der weiteren Unternehmensentwicklung mit Hilfe einer Einbettungsperspektive besser erklären lassen. Diese Einbettung differiert zwischen den beiden Geschlechtern und hat Auswirkungen darauf, ob die Einzelne eine eigene Gründung überhaupt für sich selbst als Möglichkeit wahrnimmt und als wünschenswert erachtet. Dies kann sich im Zeitablauf durchaus ändern – beispielsweise können bei jüngeren Frauen andere Einbettungsaspekte eine stärkere Rolle spielen als bei denjenigen, die nach Kindererziehung und Familienphase den Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt suchen. Auch räumliche Aspekte spielen eine Rolle (Berg 1997), insbesondere jedoch in Verbindung mit der jeweiligen Landeskultur.

Der Blick auf die spezifische Einbettung individuellen – unternehmerischen – Handelns erlaubt es also, Erklärungen für eine geringere Beteiligung von Frauen als Gründerinnen und Unternehmerinnen abzuleiten. Gleiches gilt übrigens auch für andere Bevölkerungsgruppen, wie beispielsweise ausländische oder ältere Gründer. Gleichzeitig erfordert eine Analyse der spezifischen Einbettung eine Betrachtung von Makro- und Mikroebenen des unternehmerischen Handelns. Jennings et al. (2010) verdeutlichen, wie genderspezifische Unterschiede verschwinden, sobald sich der Blick nur auf das hochaggregierte ökonomische Umfeld richtet: Die Autorinnen haben empirisch getestet, welche Unterschiede im genderspezifischen Umgang im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Familie und Unternehmertum zu beobachten sind. Auf aggregierter Ebene waren keine geschlechtsspezifischen Unterschiede festzustellen, jedoch auf der Ebene der verschiedenen Umfelder. Eine Disaggregation des „Gründungsumfeldes“ ist also notwendig, damit die vielfältigen Einflüsse der strukturellen, kulturellen und familiären Einbettung auf die Wünschbarkeit und Machbarkeit unternehmerischen Handelns verdeutlicht werden können.

Literatur

- Ahl, H. (2006): Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 30/No. 5, S. 595–621
- Ahmad, S. Z. (2011): Evidence of the characteristics of women entrepreneurs in the Kingdom of Saudi Arabia: An empirical investigation. In: *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 3/No. 2, S. 123–143
- Aidis, R./Welter, F./Smallbone, D./Isakova, N. (2007): Female entrepreneurship in transition economies: The case of Lithuania and Ukraine. In: *Feminist Economics*, Vol 13/No. 2, S. 157–183
- Ajzen, I. (1991): Theory of planned behavior. In: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50/No. 2, S. 179–211
- Al-Dajani, H./Marlow, S. (2010): The Impact of Women's Home-Based Enterprise on Marriage Dynamics: Evidence from Jordan. In: *International Small Business Journal*, Vol. 28/No. 5, S. 470–487
- Aldrich, H. E./Cliff, J. E. (2003): The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 18/No. 5, S. 573–596
- Allen, W. D. (2000): Social networks and self-employment. In: *The journal of Socio-Economics*, Vol. 29/No. 5, S. 487–501

- Anna, A. L./Chandler, G. N./Jansen, E./Mero, N. P. (1999): Women Business Owners in Traditional and Non-Traditional Industries. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 15/No. 3, S. 279–303
- Baughn, C. C./Chua, B.-L./Neupert, K. E. (2006): The Normative Context for Women's Participation in Entrepreneurship: A Multicountry Study. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 30/No. 5, S. 687–708
- Berg, N. G. (1997): Gender, place and entrepreneurship. In: *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 9/No. 3, S. 259–268
- Bird, B./Brush, C. G. (2002): A Gendered Perspective on Organizational Creation. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 26/No. 3, S. 41–65
- Brink, S./Kriwoluzky, S./Bijedic, T./Ettl, K./Welter, F. (2014): Gender, Innovation und Unternehmensentwicklung. In: Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Hg.): IfM-Materialien, Nr. 228. Bonn
- Brush, C. G./de Bruin, A./Welter, F. (2009): A gender-aware framework for women's entrepreneurship. In: *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 1/No. 1, S. 8–24
- Brush, C./de Bruin, A./Welter, F. (2014, im Erscheinen): Advancing theory development in venture creation: signposts for understanding gender. In: Lewis, K./Henry, C./Gatewood, E./Watson J. (eds.): *Women's Entrepreneurship in the 21st Century: An International Multi-level Research Analysis*. Cheltenham/Northampton
- Carter, S./Ram, M. (2003): Reassessing Portfolio Entrepreneurship. In: *Small Business Economics*, Vol. 21/No. 4, S. 371–380
- Carter, S./Shaw, E./Wilson, F./Lam, W. (2007): Gender, Entrepreneurship and Bank Lending: The Criteria and Processes Used by Bank Loan Officers in Assessing Applications. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31/No. 3, S. 427–444
- Chen, C. C./Greene, P. G./Crick, A. 1998: Does entrepreneurial self – efficacy distinguish entrepreneurs from managers. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 13/No. 1, S. 295–316
- Cole, P./Johnson, K. (2007): An Exploration of Successful Copreneurial Relationships Post-divorce. In: *Family Business Review*, Vol. 20/No. 3, S. 185–198
- de Bruin, A./Brush, C. G./Welter, F. (2006): Introduction to the special issue: Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 30/No. 5, S. 585–593
- de Bruin, A./Brush, C. G./Welter, F. (2007): Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31/No. 3, S. 323–339
- Dequech, D. (2003): Cognitive and cultural embeddedness: Combining institutional economics and economic sociology. In: *Journal of Economic Issues*, Vol. 37/No. 2, S. 461–470
- Djankov, S./Qian, Y./Roland, G./Zhuravskaya, E. (2006): Entrepreneurship in China and Russia Compared. In: *Journal of the European Economic Association: Papers and Proceedings*, Vol. 4/No. 2–3, S. 352–365
- Dyer, W. G. (2003): The Family: The Missing Variable in Organizational Research. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 27/No. 4, S. 401–416

- Elam, A./Terjesen, S. (2010): Gendered Institutions and Cross-National Patterns of Business Creation for Men and Women. In: *European Journal of Development Research*, Vol. 22/ No. 3, S. 331–348
- Fitzsimmons, J./Douglas, E. (2011): Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 26/No.. 4, S. 431–440
- Granovetter, M. (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. In: *The American Journal of Sociology*, Vol. 91/No. 3, S. 481–510
- Hughes, K. D./Jennings, J. E./Brush, C./Carter, S./Welter, F. (2012): Extending Women's Entrepreneurship Research in New Directions. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 36/No. 2, S. 1–14
- Ibarra, H. (1993): Personal networks of women and minorities in management: A conceptual framework. In: *Academy of Management Review*, Vol. 18/No. 1, S. 56–87
- Jennings, J. E./Brush, C. G. (2013): Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? In: *The Academy of Management Annals*, Vol. 7/No. 1, S. 663–715
- Jennings, J./Hughes, K./Devereaux Jennings, P. D. (2010): The work-family interface strategies of male and female entrepreneurs: Are there any differences? In: Brush, C./de Bruin, A./Gatewood, E. J./Henry, C. (eds.): *Women entrepreneurs and the global environment for growth: A Research Perspective*. Cheltenham/Northampton, S. 163–186
- Kelley, D./Brush, C./Greene, P./Litovsky, Y. (2011): Global Entrepreneurship Monitor 2010. In: *Women's Report*. Babson College, Wellesley
- Kelley, D./Brush, C./Greene, P./Litovsky, Y. (2013): Global Entrepreneurship Monitor 2012. In: *Women's Report*. Babson College, Wellesley
- Kirkwood, J. (2007): Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered? In: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 13/No. 1, S. 39–59
- Krueger, N. F. (2000): The cognitive infrastructure of opportunity emergence. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 24/No. 3, S. 5–23
- Krueger, N. F./Reilly, M. D./Carsrud, A. L. (2000): Competing models of entrepreneurial intentions. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 15/No. 5–6, S. 411–432
- Ljunggren, E./Kolvereid, L. (1996): New business formation: does gender make a difference? In: *Women in Management Review*, Vol. 11/No. 4, S. 3–12
- Marlow, S. (2002): Women and self-employment: A part of or apart from theoretical construct? In: *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, Vol. 3/No. 2, S. 83–91
- Mitchell, R. K./Randolph-Seng, B./Mitchell, J. R. (2011): Socially situated cognition: imagining new opportunities for entrepreneurship research. In: *Academy of Management Review*, Vol. 36/No. 4, S. 774–776
- Neergaard, H./Thrane, C. (2011): The Nordic Welfare Model: barrier or facilitator of women's entrepreneurship in Denmark? In: *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 3/No. 2, S. 88–104
- Polanyi, K. (1957): *The great transformation: the political and economic origins of our time*. Boston
- Renzulli, L. A./Aldrich, H./Moody, J. (2000): Family matters: Gender, networks, and entrepreneurial outcomes. In: *Social Forces*, Vol. 79/No. 2, S. 523–546

- Rosa, P./Carter, S./Hamilton, D. (1996): Gender as a Determinant of Small Business Performance: Insights from a British Study. In: *Small Business Economics*, Vol. 8/No. 6, S. 463–478
- Ruef, M./Aldrich, H. E./Carter, N. M. (2003): The structure of founding teams: Homophily, strong ties, and isolation among US entrepreneurs. In: *American Sociological Review*, Vol. 68/No. 2, S. 195–222
- Shapero, A./Sokol, L. (1982): The Social Dimensions of Entrepreneurship. In Kent, C. A./Sexton D. L./Vesper, K. H. (eds.): *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, S. 72–90
- Shiller, B. R./Crewson, P. E. (1997): Entrepreneurial origins: A longitudinal inquiry. In: *Economic Inquiry*, Vol. 35/No. 3, S. 523–531
- Ufuk, H./Özgen, Ö. (2001): Interaction between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey. In: *Journal of Business Ethics*, Vol. 31/Jg. 2, S. 95–106
- Verheul, I./Thurik, R./Grilo, I./van der Zwan, P. (2012): Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. In: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 33/No. 2, S. 235–341
- Welter, F. (2011): Contextualizing Entrepreneurship-Conceptual Challenges and Ways Forward. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 35/No. 1, S. 165–184
- Welter, F./Smallbone, D. (2010): The Embeddedness of Women's Entrepreneurship in a Transition Context. In: Brush, C. G./de Bruin, A./Gatewood, E./Henry, C. (eds.): *Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth: A Research Perspective*. Cheltenham/Northampton, S. 96–117
- Zukin, S./DiMaggio, P. (eds.) (1990): *Structures of capital: The social organization of the economy*. New York

