

# Zusammenhänge zwischen Lebensläufen, Gründungsmotiven und wirtschaftlichem Erfolg

*Dilani Jayawarna, John Kitching, Julia Rouse*

Wir wollen der Frage nachgehen, wie die Motive für eine berufliche Selbständigkeit, deren wirtschaftlicher Erfolg sowie die geschäftliche Entwicklung, die individuellen Karrieren und die Entwicklung von privaten Haushalten in ihrer jeweiligen Dynamik zusammenhängen.<sup>1</sup> Dies soll unser Verständnis erweitern, wie kleine Unternehmen in ihrer Einbettung in den Haushalt des Gründers oder der Gründerin zu verstehen sind (Wheelock et al. 2003), indem wir auch die Entwicklung des Unternehmens und die individuelle Karriere als Faktoren einbeziehen, um neue Wege zum Verständnis von Selbständigkeit aufzuzeigen und entsprechende Forschungen anzuregen.

## 1 Gründungsmotive

In der Vergangenheit wurde eine Vielzahl von Gründungsmotiven identifiziert (Birley/Westhead 1994; Carter et al. 2003; Cassar 2007; Shane et al. 1991; Wu et al. 2007). Dennoch fehlen hier wichtige Aspekte. Erstens beziehen sich Studien über Start-ups oft nur auf ein einziges Motiv (Wu et al. 2007) oder sie führen zwar eine Reihe von Motiven an, ohne aber darauf einzugehen, wie sie entstanden sind (Carter et al. 2003; Shane et al. 1991). Da Individuen in ihrem Handeln durch ein Bündel von Motiven angetrieben werden (Deci/Ryan 1985; Segal et al. 2005), sind diese nicht als einzelne und allein für sich wirksame zu konzipieren, sondern müssen dahingehend untersucht werden, wie sie sich zu spezifischen Mustern kombinieren.

Zweitens gibt es einige wenige Studien, die von Motivclustern ausgehen (z.B. Birley/Westhead 1994; Dubini 1989), allerdings methodische Schwächen aufweisen, indem sie z.B. Methoden des schnellen Clusterings anwenden, bei dem die Anzahl der Cluster im Vorhinein, also vor einer Überprüfung der Daten, festgelegt wird. Auf diese Art wird ein wichtiges Ziel der Clusteranalyse verfehlt, nämlich – wie es beim mehrstufigen Clustering geschieht – abhängig von statistisch erfassten Zusammenhängen heterogene Stichproben in Untereinheiten

---

1 Bei dem vorliegenden Text handelt es sich um die überarbeitete und gekürzte Version von: Jayawarna, D./Rouse, J./Kitching, J. 2013: Entrepreneur motivations and life course. In: International Small Business Journal, 31, 1: 34–56.

aufzuspalten (Everitt et al. 2001). Darüber hinaus wurde in diesen Studien vernachlässigt, die Homogenität der Cluster hinsichtlich ihrer Validität zu überprüfen, was Zweifel an ihren wechselseitigen Abgrenzungen aufwirft.

Drittens wurden Motivcluster in den bisherigen Studien nicht systematisch mit Karrierewegen oder sozialen Merkmalen – Klasse, Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit und Alter – verbunden, die ihren Zugang zu symbolischen und materiellen Ressourcen bestimmen. Auch wurden Gründungsmotive nicht in einem weiteren Kontext von Gelegenheitsstrukturen des Arbeitsmarktes oder im Zusammenhang mit den finanziellen Ressourcen und dem Sozial- und Humankapital gesehen, die in den eigenen Betrieb eingebracht werden (Burke 2002; Noorderhaven et al. 2004).

Viertens wurde bisher bei der Untersuchung der Gründungsmotive den Strategien keine Beachtung geschenkt, die der Vereinbarkeit von Haushalts- und Familienanforderungen dienen. Die entsprechenden Gründungsmotive bleiben unsichtbar, wenn ein eng gefasstes Verständnis von Selbständigkeit vorliegt, wonach dieses getrennt vom Familienleben stattfindet (Rouse/Kitching 2006). Außerdem sollte das Motiv, Einkommen aus Selbständigkeit zu beziehen, im Zusammenhang damit gesehen werden, inwiefern auf diese Weise die Rolle des Ernährers einer Familie erfüllt werden soll (Rouse 2004). Angesichts der bestehenden geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung (Bradley 2007) ist davon auszugehen, dass auch diese Motive geschlechtsspezifisch geprägt sind, insbesondere in Phasen, in denen es erhöhte Anforderungen an Pflegeaufgaben und Haushaltsarbeit gibt.

Fünftens wird in der Mehrzahl der Untersuchungen stillschweigend davon ausgegangen, dass die Motive der Selbständigen zur Zeit ihres Einstiegs als Start-up auch für die folgende Zeit festliegen und sich unabhängig von Erfahrungen und Erfolgen im Lauf der geschäftlichen Entwicklung nicht mehr verändern (Carter et al. 2003; Cassar 2007; Hessels et al. 2008). Studien zu Start-ups haben sich häufig auf retrospektive Berichte gestützt (z.B. Carter et al. 2003; Krueger et al. 2000), so dass entsprechende Abweichungen ebenso wenig erfasst werden konnten (Shane et al. 2003) wie nachträgliche Rationalisierungen. Wenn man erklären will, warum Gründer über längere Zeit selbständig bleiben, erscheint es uns unerlässlich, die möglicherweise wechselnden Motive in einzelnen Phasen der unternehmerischen Entwicklung zu beachten.

Schließlich haben quantitative Studien nur einen geringen Zusammenhang zwischen einzelnen Motiven und dem wirtschaftlichen Erfolg festgestellt (Baum et al. 2001; Shane et al. 2003). Bei dem einzigen Versuch, zu diesem Zweck Motivcluster heran zu ziehen (Birley/Westhead 1994), hat sich keinerlei signifikanter Zusammenhang gezeigt, aber das muss nicht unbedingt heißen, dass dieser tatsächlich nicht existiert, sondern es können hier auch theoretische und methodische Schwächen vorliegen (Cassar 2007). Insofern erscheint es nötig, hier

sowohl theoretisch wie empirisch weiter zu arbeiten, um die Möglichkeit derartiger Zusammenhänge zu untersuchen.

Wir gehen davon aus, dass Gründungsmotive besser als bisher verstanden werden können, wenn untersucht wird wie robust Motivprofile mit multiplen dynamischen Umfeldfaktoren im Rahmen des Lebenslaufs zusammenhängen, so dass – wie wir im Folgenden zeigen wollen – Verbindungen zwischen Motiven, Lebenslauf und wirtschaftlichem Erfolg deutlich werden.

Über welche Mechanismen entwickeln sich Motive in Bezug auf die Karriere, den eigenen Haushalt, die unternehmerische Praxis und deren Erfolg? Archer (2000) konzipiert das Verständnis des Selbst und seiner Handlungsoptionen als Ergebnis eines kontinuierlichen biographischen Prozesses, bei dem Akteure Deutungen vornehmen und handeln, und zwar im Rahmen spezifischer sozialer Rahmenbedingungen, die es ihnen ermöglichen oder aber sie daran hindern, ihre Ziele zu verwirklichen, wobei Menschen einen Sinn dafür entwickeln, welche Projekte für sie umsetzbar sind. Diese werden bei ihrer Umsetzung auf die Probe gestellt, was dazu führen kann, dass die Akteure sich über eventuelle Fehler klar werden und ihre ursprünglichen Projekte revidieren. Innerhalb dieses Rahmens entwickeln sich Gründungsmotive im Zusammenhang mit Erfahrungen, die in Bezug auf die Karriere, den Haushalt und die unternehmerische Entwicklung gemacht werden.

Die Beziehungen zwischen den Motiven und dem Kontext des Lebenslaufs sind nicht mechanistisch zu verstehen (Archer 2000). Die Akteure müssen ihre Entscheidungen stets unter Unsicherheit treffen und damit rechnen, dass die Bedingungen in ihrem Umfeld sich ändern; ihre Motive sind durch solche Änderungen in Bezug auf Karriere, Haushalt und Geschäftsleben geprägt, aber nicht determiniert. Da es verschiedene Motive gibt, kann es auch vorkommen, dass Menschen, wenn sie vor Zielkonflikten stehen, deren Hierarchie auf subtile Art neu ordnen und möglicherweise einigen Zielen dann einen besonderen Vorrang einräumen. Gleichwohl ist festzustellen, dass Selbständige eine Lebensführung anstreben, bei der Motive, Handeln und die äußeren Umstände im Großen und Ganzen aufeinander abgestimmt sind. Im Folgenden stellen wir einen explorativen Test für unser Modell vor.

## **2 Zusammenhänge von Gründungsmotiven, wirtschaftlichem Erfolg und Lebenslauf: Ansatz und Methode**

Wir untersuchen die genannten Zusammenhänge in einer Kohorte, die sich in einer spezifischen Phase ihrer unternehmerischen Entwicklung befindet – nämlich in den ersten Jahren nach der Gründung – und werfen dabei drei Forschungsfragen auf:

- Frage 1: Können Gründungsmotive in Bezug auf eine bestimmte Phase der Unternehmensentwicklung in einem sinnvollen und statistisch robusten Profil erfasst werden?  
Diese Frage wird anhand der multi-faktoriellen Clusteranalyse einer Kohorte von benachteiligten Gründer/innen in der ersten Zeit nach ihrer Gründung untersucht.
- Frage 2: Gibt es einen Zusammenhang zwischen Motivclustern in der frühen Gründungsphase und spezifischen Lebenslagen in Bezug auf Karriere und Haushalt?
- Frage 3: Gibt es einen Zusammenhang zwischen Motivclustern in der frühen Gründungsphase und spezifischen Merkmalen des neugegründeten Unternehmens?

Hier wird die statistische Relevanz des Zusammenhangs der Variablen Motivcluster, Karriereverläufe und Haushaltssituationen sowie der geschäftlichen Praxis und des wirtschaftlichen Erfolges anhand entsprechender Daten untersucht.

Eine ausführliche Darstellung unseres methodischen Ansatzes findet sich in Jayawarna et al. (2013). Sie wird hier kurz zusammengefasst: Wir befragten wiederholt 211 Teilnehmer/innen eines englischen Programms für Start-ups, und zwar zuerst 2004, dann erneut 2006. Bei der zweiten Befragung ging es darum, die Motive dafür zu ergründen, warum die Betroffenen ihre Geschäftstätigkeit fortsetzen wollten (zu diesem Zeitpunkt waren die Gründungen im Durchschnitt 39 Monate alt). Die 25 Motive wurden einschlägigen Listen aus der Selbständigenliteratur entnommen (Birley/Westhead 1994; Carter et al. 2003; Dubini 1989; Kolvereid 1992), wobei eine fünfstufige Skala verwendet wurde. Die Daten zu den Geschäftsstrategien entstammen 14 Fragen, die bei der zweiten Befragungswelle gestellt wurden und den Kategorien von Carter et al. (1994) entsprechen. Mittels einer explorativen Faktoranalyse wurden sechs Strategien identifiziert: Marktsensitivität, Dienstleistungsqualität, Unterscheidungskraft, Attraktivität des Standorts, technologische Komplexität und Preiswettbewerb. Andere Variablen, die sich auf Karriereverläufe und die Haushaltssituation bezogen, ebenso wie der geschäftliche Erfolg wurden entweder mit *single items*-Skalen oder mit anderen gängigen Methoden erfasst.

Die meisten Befragten waren Inhaber von Kleinstunternehmen, von denen 69% von zuhause aus betrieben wurden und deren Umsätze im Durchschnitt 35.400 £ betrugen (Medianwert 18.850 £). Berücksichtigt man, dass das Programm auf soziale Inklusion abzielte, so ist festzuhalten, dass 60% der Befragten zuvor arbeitslos waren. Insofern könnten die Motivationsmuster, die wir identifiziert haben, spezifisch für die von uns untersuchte Gruppe sein.

Die Analyse erfolgte in drei Schritten. Zuerst wurden die 25 Motive einer explorativen Faktoranalyse unterzogen, um die darunter liegenden Dimensionen

zu identifizieren. Daraus ergaben sich sieben Gruppen von Motiven, die hier in der Reihenfolge der Häufigkeit ihres Auftretens dargestellt werden (in Klammern die entsprechenden Häufigkeiten) und in denen jeweils mehrere Untermotive zusammengefasst werden:

- *Leistung* (26,5%) – die vier Untermotive fallen allesamt unter Maslows Bedürfnis nach Selbstverwirklichung (Maslow 1943), wozu die Wünsche nach persönlicher Leistungsfähigkeit, kontinuierlichem Lernen und nach Erfolg durch eigene Anstrengung gehören (Taormina/Lao 2007).
- *Flexibilität* (12%) – zu den vier Untermotiven gehören die Wünsche von Selbständigen, von zuhause aus zu arbeiten, flexibel die Anforderungen der Familie und der Arbeit zu kombinieren, die Arbeitszeit relativ frei zu gestalten und dabei unabhängig zu sein. Sie kommen den Merkmalen nahe, die Dubini (1989) „Freiheitsfaktor“ und Carter et al. (2003) „Streben nach Unabhängigkeit“ genannt haben.
- *Materielle Interessen* (11,5%) – die vier Untermotive entsprechen drei Variablen, die bereits in früheren Studien genannt wurden: „greifbare Vorteile oder materielle Anreize“ (Dubini 1989), „wahrgenommene Instrumentalität von Wohlstand“ (Birley/Westhead 1994) und „finanzieller Erfolg“ (Carter et al. 2003).
- *Macht* (9%) – hier sind drei Untermotive erfasst, die an die Unterscheidung von Shane et al. (1991) zwischen Motiven von „Macht“ und von „Status“ anknüpfen. „Macht“ steht für das Bedürfnis, Situationen zu beherrschen, indem man der „Chef“ ist.
- *Status* (8%) – die beiden Untermotive beziehen sich auf das Streben nach Prestige, wie es von Shane et al. (1991) identifiziert wurde. Es entspricht ebenfalls dem „Bedürfnis nach Anerkennung“ (Birley/Westhead 1994; Carter 2003).
- *Gemeinschaft* (5%) – die beiden Merkmale umfassen das Bedürfnis von Selbständigen, einen Beitrag zur größeren Gemeinschaft zu leisten oder aber anderen zu helfen, die einen ähnlichen sozialen Hintergrund wie sie selbst aufweisen (Dubini 1989). Es ist eng verbunden mit „kommunitaristischen“ (Scheinberg/MacMillan 1988) oder „philanthropischen“ Bestrebungen (Dubini 1989).
- *Vorbilder* (5%) – die beiden Untermotive beziehen sich sowohl auf Vorbilder wie auf familiäre Traditionen, die zu Selbständigkeit ermutigen (Shane et al. 1991).

Im zweiten Schritt der Analyse wurden die Befragten auf der Basis ihrer Motivationslagen in Clustern zusammengefasst, um spezifische Typen von Selbständigkeit voneinander abzugrenzen. Aufgrund unserer Kritik am schnellen Clustering sind wir im Gegensatz zu diesem mehrstufig vorgegangen (Norusis 2007),



so dass anhand von statistisch erfassten Zusammenhängen die beste Clusterlösung herausgefunden werden konnte. Darüber hinaus haben wir eine Reihe von anspruchsvollen Methoden angewendet, um unsere Typenbildung dahingehend zu validieren, dass die Cluster sowohl intern homogen wie im Vergleich unterschiedlicher Cluster heterogen sind und ihre Zusammenstellung weder auf Zufallsfaktoren noch auf Idiosynkrasien beruht. Im Vergleich zu anderen Studien über Gründungsmotive weisen unsere Tests eine wesentlich größere Validität auf (Birley/Westhead 1994; Dubini 1989).

Beim dritten Schritt haben wir die statistischen Zusammenhänge zwischen den Typen einerseits sowie zwischen Karrieremustern, Haushaltssituationen, geschäftlichen Ressourcen, Verläufen und Ergebnissen andererseits untersucht.

### 3 Motivationstypen

Folgende sechs Typen wurden identifiziert und werden hier wiederum in der Reihenfolge der Häufigkeit ihres Auftretens vorgestellt:

*Selbständige aus Not* (30%) werden dies aus Zwangslagen heraus. Sie weisen keine hohen Werte bei den üblicherweise mit Selbständigkeit verbundenen Motiven auf, entweder weil diese bei ihnen überhaupt fehlen oder aber nicht zu erkennen sind. Ein gewisses Interesse zeigen sie immerhin für Flexibilität, materielle Interessen, Leistung und Beiträge zum Gemeinschaftsleben. Im Durchschnitt erreichen sie hohe Werte für drei „materialistische“ Indikatoren: „Sicherheit für mich und meine Familie“, „meine Träume verwirklichen“ und „der Abhängigkeit von Sozialleistungen entkommen“.

*Pragmatische Selbständige* (21%) sind solche, für die vor allem die Flexibilität zählt, die es ihnen erlaubt, erwerbstätig zu sein und gleichzeitig anderen Anforderungen zu genügen, insbesondere solchen der Familie. Bei ihnen findet man von allen Typen die höchsten Werte für das Flexibilitätsmotiv, wobei auch alle vier Untermotive hohe Werte aufweisen. Diese Selbständigen äußerten zudem Interesse an Beiträgen zum Gemeinschaftsleben. Signifikant niedrige Werte gibt es demgegenüber für Bedürfnisse nach „Status“ und Leistung sowie in Bezug auf „materielle Interessen“.

*Materiell interessierte Selbständige* (18%) werden vor allem durch ökonomische Faktoren motiviert, insbesondere durch das Ziel, „viel Geld zu machen“. Dabei folgen sie auch Vorbildern und streben Macht und Status an. Dagegen spielen die Wünsche nach Flexibilität oder Beiträgen zum Gemeinschaftsleben für sie keine Rolle.

*Gemeinschaftsorientierte Selbständige* (13%) nannten als ihr vorrangiges Motiv, einen Beitrag zum Gemeinschaftsleben zu leisten, aber auch Flexibilität und Leistungsfähigkeit waren für sie wichtige Gründe für Selbständigkeit, ebenso wie die Orientierung an Vorbildern. Dagegen spielten materielle Erwägungen und Status für sie kaum eine Rolle.

*Lern- und verdienstorientierte Selbständige* (10%) werden signifikant durch Leistungsmotivation angetrieben, vor allem durch Chancen zu lernen und sich auf die Herausforderung einzulassen, ein Unternehmen zu leiten. Auch materielle Faktoren haben für sie einen hohen Stellenwert, so dass sie insgesamt eine Mischung von Motiven aufweisen: durch Lernen leistungsfähig zu werden und Herausforderungen anzunehmen, aber auch Wohlstand zu erreichen. Bis zu einem gewissen Grad sind sie ebenfalls an Flexibilität und Herrschaft interessiert, nicht aber an einem Beitrag zum Gemeinschaftsleben. Sie arbeiten gerne von zuhause aus, nehmen Steuerentlastungen in Anspruch und verbringen viel Zeit mit der Familie.

*Prestige- und herrschaftsorientierte Selbständige* (8%) werden durch die Aussicht auf hohen Status und auf die Herrschaft über andere im Arbeitsprozess motiviert. Erstaunlicherweise weist dieser Typ hingegen niedrige Werte in Bezug auf Leistungsbedürfnisse und Interessen an hohem Verdienst auf.

### *Gründungsmotive, unternehmerischer Erfolg und Lebenslauf*

Die verschiedenen Typen von Gründungsmotiven zeigen in unserer Studie einen deutlichen Zusammenhang mit den untersuchten Merkmalen des Lebenslaufs, wobei wir uns hier auf jene beschränken, die statistisch signifikant sind. Gleichwohl sind diese Zusammenhänge nicht allgemein gültig, da einzelne Befragte innerhalb der Cluster in ihrem Lebenslauf bzw. bei ihrem geschäftlichen Profil auch davon abweichen, was darauf hinweist, wie komplex die Umfeldfaktoren für Selbständigkeit sind, und wie individuelle Motivationen auch von gesellschaftlichen Erwartungen abweichen können (Archer 2000).

*Selbständige aus Not* sind überwiegend junge Angehörige der Arbeiterklasse, häufig auch von ethnischen Minderheiten, die nur eine geringe Neigung an den Tag legen, auf Dauer bei ihrer Geschäftstätigkeit zu bleiben (lediglich 13% von ihnen haben vor, das Unternehmen wachsen zu lassen, und fast 25% wollen es eher verkleinern). Ihre unmittelbaren Motive, diesen Weg überhaupt eingeschlagen zu haben, sind darauf zurückzuführen, dass ihnen alternative Beschäftigungsmöglichkeiten, sowohl als Angehörige der Arbeiterklasse wie einer ethnischen Minderheit, verwehrt sind (MacDonald 1996; Rouse 2004). Sie sehen ihre Selbständigkeit auch längerfristig nur als Notlösung an, weil sie es bevorzu-

gen würden, angestellt zu arbeiten. Außerdem haben sie nur geringe Hoffnungen, auf diese Art zu einem besseren Status oder Wohlstand zu erlangen, da ihre unternehmerische Tätigkeit an einem Mangel an Ressourcen leidet. Dazu kommt, dass ihnen als Jugendliche jegliche Vermögenswerte fehlen, mit denen sie eventuelle Kredite absichern könnten (Fairlie 2005). Sie investieren daher weder in Personal noch in Sachgüter und bleiben stark von öffentlichen Zuwendungen abhängig. Ihre Geschäftsstrategie zielt vor allem auf Preiswettbewerb, und zwar vor allem im Handel von niedrigwertigen Produkten für Angehörige ihrer eigenen sozialen Schicht, denen es an Human- und Sozialkapital mangelt (MacDonald 1996; Rouse 2004). Trotzdem sie die Selbständigkeit nur als Notnagel betreiben und trotz ihrer geringen Ressourcen haben die meisten von ihnen besonders lange wöchentliche Arbeitszeiten (im Durchschnitt 58 Stunden). Sie haben nur begrenzt Verantwortlichkeiten für Kinder und müssen möglicherweise auch wegen ihres niedrigen Kapitaleinsatzes speziell auf Arbeitsintensität setzen. Mit ihrem Verdienst sind sie meist relativ zufrieden, was wahrscheinlich damit zusammenhängt, dass sie keine größeren Haushalte zu versorgen und auch geringe Erwartungen haben. Dennoch bedeutet der grundsätzliche Mangel an Ressourcen und Chancen, dass die kurzfristige Zufriedenheit sich nicht in längerfristige Motive umsetzt, weiterhin selbständig bleiben zu wollen. Insofern ist dieser Typus volatil und zeigt Merkmale des Übergangs.

*Pragmatische Selbständige* sind meist weiß, und zwar Mütter aus der Arbeiterklasse, die eine Teilzeit-Beschäftigung als Überbrückung in einer Haushaltsphase brauchen, in der sie eine andere Beschäftigung schwer finden, weil sie den doppelten Nachteil einer mangelhaften Ausbildung und von Mutterpflichten haben (Rouse/Kitching 2006). Die Selbständigkeit gibt ihnen die seltene Möglichkeit der Flexibilität, um eine Teilzeit-Beschäftigung (im Durchschnitt 21 Stunden) mit der Betreuung der Kinder (97% von ihnen haben derartige Verpflichtungen) im eigenen Heim zu kombinieren (87% arbeiten von zuhause aus). Da diese Situation vorübergehend ist, besteht auch bei ihnen wenig Anreiz, langfristig selbständig zu bleiben. In 86% der Fälle handelt es sich bei diesem Typus um Frauen, was einen deutlichen Beleg für die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung in Bezug auf Sorgaufgaben in der frühen Phase der Reproduktion im Zyklus des Lebenslaufs darstellt (Crompton 2006). Die Umsätze bei dieser Geschäftstätigkeit wachsen nur langsam und ihr Potential bleibt beschränkt, da die zur Verfügung stehende Zeit begrenzt und die Ausbildung unzureichend ist, wobei auch die Erwartungen nicht allzu hoch sind (was sich in der relativen Zufriedenheit mit niedrigen Verdiensten ausdrückt) und niedrigwertige Geschäftsstrategien im Bereich der Dienstleistungen eingeschlagen werden. Bei diesen Selbständigen findet sich die niedrigste Risikobereitschaft. Dass Frauen generell diese Orientierung aufweisen, wird weithin angenommen (Brindley 2005). Für den hier dargestellten Typus kommt hinzu, dass die Selbständigen als



Mütter einen relativ kurzen Zeithorizont aufweisen, da es ihnen darum geht, auf diese Art einen Verdienst zu erzielen, ihr längerfristiges Ziel aber in einer Karriere als Arbeitnehmerin liegt. Die Risikoaversion führt auch dazu, dass sie nur geringe kreditfinanzierte Investitionen vornehmen, dies jedoch mit hohem Personaleinsatz kompensieren.

*Materiell interessierte Selbständige* entsprechen am ehesten dem männlichen Stereotyp des „heroischen“ Unternehmers (Ahl 2006): Die meisten von ihnen sind weiße Männer, unter 40 Jahre alt, mit akademischer Ausbildung sowie Selbständigkeitserfahrungen in der Familie, und mehr als die Hälfte verfügt über eigene Geschäftsräume. Ihre Absicht, selbständig zu bleiben, ist nur schwach ausgeprägt, was vermutlich mit einer gewissen Unzufriedenheit in Bezug auf die erzielten Verdienste zusammenhängt, wobei junge Väter gleichzeitig unter dem Druck stehen, ein höheres Einkommen für den Familienhaushalt zu erzielen und ein Unternehmen, das dieses nicht gewährleisten kann, lieber zu verlassen (Rouse 2004). Kurz- wie langfristig sind Hoffnungen auf steigende Verdienste somit eine wichtige Voraussetzung, um diesen Typus der Selbständigkeit aufrechtzuerhalten. Dementsprechend findet man hier auch das stärkste Interesse an den geschäftlichen Erträgen. In dieser Gruppe erfolgen die höchsten kreditfinanzierten Investitionen und ist die Risikoneigung am zweithöchsten, hier gibt es die größten Wachstumserwartungen und die zweitstärkste Umsatzsteigerung. Das ausgeprägte Ertragsinteresse übersetzt sich in marktorientierte Strategien (Marktsensitivität und Attraktivität des Standorts). Vom Bild des heroischen Unternehmers unterscheidet sich der Typus der materiell interessierten Selbständigen insofern, als er allenfalls reguläre wöchentliche Arbeitszeiten auf sich nehmen will (38 Stunden), was vermutlich mit familiären Pflichten zusammenhängt – mehr als 60% haben Kinder, und 20% haben Kinder im Grundschulalter zu Hause. Insofern sollte beachtet werden, dass die klassischen Stereotypen im Licht der wachsenden Beteiligung von Männern an der Kinderbetreuung eventuell revidiert werden müssen (O'Brien 2005). Auch unzureichende Erträge aus selbständiger Tätigkeit können es notwendig machen, dass beide Partner erwerbstätig sind. Alles in allem bestätigen diese Ergebnisse, dass selbst bei traditionell männlich konnotierten und materiell orientierten Motiven von Selbständigen deren Einbettung in die jeweilige Haushaltskonstellation beachtet werden sollte.

*Gemeinschaftsorientierte Selbständige* sind häufiger Frauen als Männer und die meisten von ihnen gehören ethnischen Minderheiten an. Sie verfolgen meist eine längerfristige Perspektive, aber ihr Umsatzwachstum ist bescheiden und nur 25% von ihnen planen, selbst wenn sie mit ihren Verdiensten eher unzufrieden sind, sich in dieser Richtung weiter zu entwickeln. Ihre primäre Strategie liegt im Preiswettbewerb, gefolgt von der Qualität der Dienstleistungen, die am unteren Ende der Wertskala angesiedelt sind. Die meisten (82%) verfügen über Geschäftsräume, da diese für das Angebot an Dienstleistungen für die Gemeinschaft

unerlässlich sind. Nur wenige dieser Selbständigen sind risikogeneigt und ihr Antrieb, diese kleinen, wenig riskanten und marginalen Unternehmen überhaupt zu betreiben, liegt in dem Nutzen für die Gemeinschaft, wozu sie lange wöchentliche Arbeitszeiten (47 Stunden) in Kauf nehmen und auch ein hohes Bildungsniveau einbringen. Gleichwohl bleiben ihre kreditfinanzierten Investitionen ebenso gering wie ihr Aufwand für Personalausgaben, was vermutlich damit zusammenhängt, dass der eigene Verdienst niedrig ist und Unterstützungszahlungen für soziale Zwecke verfügbar sind (Sharir/Lerner 2006), außerdem Frauen ohnehin eine geringe Neigung haben, sich auf Risiken einzulassen und sich zu verschulden (Carter/Shaw 2006). Diese Art der Selbständigkeit kann für Familien ohne Selbständigkeitserfahrungen attraktiv sein – nur ein Drittel von ihnen verfügt darüber. Die meisten von ihnen haben Kinder zu betreuen, die wenigsten allerdings solche im Vorschulalter, sondern meist größere Kinder. Anders als die pragmatischen Selbständigen ist ihr Engagement demnach nicht auf eine kurze Phase des Familienlebens beschränkt, sondern die Entscheidung zur Selbständigkeit folgt einer längerfristigen Perspektive.

*Lern- und verdienstorientierte Selbständige* haben insofern Ähnlichkeiten mit den materiell orientierten Selbständigen, als es sich auch bei ihnen überwiegend um Männer mit hohem Bildungsstand handelt. Allerdings sind sie üblicherweise älter (meist über 40 Jahre alt) und die wenigsten haben kleine Kinder, für die sie sorgen müssen, was ihnen lange wöchentliche Arbeitszeiten ermöglicht (im Durchschnitt 44 Stunden). Für die Männer ist es möglich, dass sie in ihrem späteren Leben den Druck zu verdienen mit dem Wunsch zu lernen kombinieren können, da ihre Frauen selbst als Mütter bessere Verdienste erzielen und sie somit eine geringere Verantwortlichkeit als Ernährer haben. Diese Selbständigen sehen ihre Tätigkeit als Karrierevehikel (drei Viertel von ihnen planen ein Wachstum ihres Unternehmens), was ihre Position in der Mitte ihres Karriereweges reflektiert. Sie sind bereit, Risiken einzugehen, wollen lernen, verfolgen Nischenstrategien (technologisch anspruchsvolle Lösungen und Unterscheidungskraft) und weisen die höchsten Umsatzsteigerungen auf. Sie sind am wenigsten zufrieden mit ihren Verdiensten, was ihre hohen Ansprüche am Lernen und an den erzielten Einkommen widerspiegelt. Verglichen mit den materiell interessierten Selbständigen sind sie optimistischer in Bezug auf die längerfristigen Perspektiven ihrer Unternehmen, da sie auf ein Wachstum der Erträge bauen. Drei Viertel von ihnen arbeiten von zuhause aus, so dass sie auch geringere Kosten als diese haben. Ein weiterer Unterschied zu dieser Gruppe besteht darin, dass lediglich 18% von ihnen Erfahrungen mit Familienunternehmen haben, andererseits viele von ihnen (57%) ethnischen Minderheiten angehören. Es ist also anzunehmen, dass ihre Orientierung am Lernen und Verdienen auch von daher rührt, dass sie auf dem Arbeitsmarkt Diskriminierungen erfahren haben.

*Prestige- und herrschaftsorientierte Selbständige* sind meist Männer mit hohem Bildungsstand, die älter als lern- und verdienstorientierte Selbständige sind. Sie folgen überwiegend einem Familienmodell (87%) und sind bestrebt, ihre Selbständigkeit längerfristig aufrecht zu erhalten, was auch damit zusammenhängen kann, dass sie sich an anderen Familienmitgliedern orientieren, und sie in diesem Karriereweg eine Möglichkeit des Statuserhalts sehen. Fast die Hälfte von ihnen (46%) sind Angehörige ethnischer Minderheiten und sehen sich somit in ihren Statusambitionen möglicherweise durch rassistische Diskriminierungen behindert. Sie haben die zweithöchste Neigung zu kreditfinanzierten Investitionen, was damit zusammenhängen kann, dass sie aufgrund ihres höheren Alters über Vermögenswerte verfügen (Hart et al. 2005) und höhere Ausgaben haben, da sie eigene Geschäftsräume nutzen. Ebenso wie die verdienst- und lernorientierten Selbständigen sind auch sie an Lernerfahrungen interessiert und verfolgen Strategien, die auf hochwertige Märkte gerichtet sind (Marktsensitivität und anspruchsvolle technologische Lösungen). Gleichwohl weisen sie lediglich ein durchschnittliches Wachstum der Umsätze auf und ihre entsprechenden Ambitionen sind gemischt (ein Drittel von ihnen plant deren Reduzierung, nur ein Viertel ihre Vergrößerung). Sie zeigen sich zufrieden mit ihren Erträgen und haben kürzere wöchentliche Arbeitszeiten (im Durchschnitt 27 Stunden) als die verdienst- und lernorientierten Selbständigen. Im Vergleich zu diesen haben mehr von ihnen die Verantwortung für Kinder (62%) und bei 18% von ihnen betrifft dies kleine Kinder. Diese Gruppe ist weniger unter Druck, hohe Verdienste zu erlangen und verfügt über mehr Freiheit, Geschäftsleben und Freizeit auszubalancieren, da häufig beide Partner erwerbstätig sind, und so die Anforderungen an den männlichen Ernährer geringer sind (Crompton 2006).

Unsere Ergebnisse zeigen, dass es bei Selbständigen Motivcluster gibt, die mit der Dynamik ihrer Lebensläufe ebenso wie mit spezifischen Geschäftsstrategien und -ergebnissen zusammenhängen, so dass sich verschiedene Typen identifizieren lassen, die sowohl konzeptionell schlüssig wie empirisch robust sind.

## 4 Diskussion der Ergebnisse

Wir haben eine neue Art der Verbindung zwischen Motivmustern, Lebensläufen, Geschäftsstrategien und -ergebnissen aufgezeigt, wie sie in bestimmten Stadien der unternehmerischen Entwicklung auftreten. Diese Ergebnisse stützen unseren Ansatz, dass die Motivationen und wirtschaftlichen Erfolge von Selbständigen dynamisch mit dem sozialen Umfeld zusammenhängen, insbesondere mit bestimmten Lebensphasen.

Da die Motivprofile, die wir identifiziert haben, an Faktoren und Cluster bisheriger Forschungen anknüpfen (Birley/Westhead 1994; Shane et al. 2003), neh-

men wir an, dass sie auch für die größere Gesamtheit der Kleinunternehmen gültig sind, was selbstverständlich für weitere Samples von Selbständigen untersucht werden muss. Die *Häufigkeiten* bestimmter Merkmale, auf die wir gestoßen sind, mögen mit unserer spezifischen Grundgesamtheit zusammenhängen, insbesondere das starke Auftreten der *Selbständigen aus Not*, das mit dem Mangel an Beschäftigungsalternativen für die von uns Befragten zusammenhängt. Auch die Merkmale des Lebenslaufs, die mit bestimmten Profilen assoziiert werden, könnten in einem anderen Sample unterschiedlich ausfallen: Zum Beispiel scheint es denkbar, dass Mütter oder Angehörige von Minderheiten mit einem spezifischen beruflichen Werdegang eher bei den lern- und verdienstorientierten oder auch bei den materiell orientierten Selbständigen zu finden wären. Dazu sind weitere Studien zu unterschiedlichen Samples von Selbständigen erforderlich.

Unsere Daten bieten darüber hinaus Anschlüsse an weitere Erkenntnisse der einschlägigen Literatur zu Selbständigen. So unterstützt etwa das Ergebnis, dass die *Selbständigen aus Not* sehr lange Arbeitszeiten, aber auch geringen wirtschaftlichen Erfolg aufweisen, das Argument, dass ressourcenarme Selbständige sozial begrenzte Aussichten haben, unabhängig davon, wie sehr sie sich anstrengen (MacDonald 1996; Rouse 2004). Das festgestellte beschränkte Arbeitspotential und die kurzfristige zeitliche Perspektive von *pragmatischen Selbständigen* können die „Risikoaversion“, die weiblichen Selbständigen zugeschrieben wird, sowohl erklären wie problematisieren (Brindley 2005). Unser Ergebnis, dass *materiell interessierte Selbständige* häufig Sorgepflichten für Kinder haben und nicht überdurchschnittlich lange arbeiten, bietet neue empirische Evidenz, um die gängige Normalitätsvorstellung der „ungebundenen Männlichkeit“ zu widerlegen, die archetypischen Konzepten von Selbständigkeit häufig unterliegt (Ahl 2006), zumindest aber gibt sie Hinweise darauf, dass diese Praxis kontingent sein kann, da sie vor allem darauf beruht, dass ein Unternehmen etabliert werden soll, von dessen Erträgen ein Haushalt leben kann. Auch der Befund, dass es sich bei *gemeinschaftsorientierten Selbständigen* häufig um ältere Frauen handelt, die frei von Pflichten der Kinderbetreuung und in der Lage sind, lange Arbeitszeiten bei geringen Verdiensten auf sich zu nehmen, wirft ein neues Licht auf geschlechtsspezifische Lebensläufe, die diese Art von Selbständigkeit hervorbringen.

Für Sozialwissenschaftler/innen, die sich mit dem Wachstum und den Lebenszyklen von Gründungen befassen, dürfte die von uns entdeckte Verbindung zwischen dem Wohlergehen eines Unternehmens und dem Typus der lern- und verdienstorientierten Selbständigen interessant sein. Indem wir ihre Motivationen mit ihrem Lebenslauf in Verbindung setzten, fanden wir heraus, dass es sich dabei häufig um ältere Männer handelt, die nur selten Betreuungspflichten für Kinder, aber hohe Ansprüche an ihr eigenes Einkommen haben, und möglicher-

weise für den Erhalt einer bereits älteren Familie verantwortlich sind. Viele von ihnen arbeiten von zuhause aus, was darauf hinweist, dass geschäftliche Potentiale nicht allein daran festzumachen sind, an welchem Ort die entsprechenden Aktivitäten stattfinden. So können etwa wissensbasierte Unternehmen für Nischenmärkte durchaus von zuhause aus betrieben werden.

Im Rahmen unseres Ansatzes, Gründungsmotive, Lebensläufe und geschäftliche Ergebnisse in engem Zusammenhang zu sehen, wird deutlich, wie diese Motive durch sozialstrukturelle Beschränkungen und Chancen im Lebenslauf geprägt werden. Klassen- und geschlechtsspezifische Prozesse führen dazu, dass Jugendliche der Arbeiterklasse (*Selbständige aus Not*) ebenso wie Mütter mit Betreuungspflichten für kleine Kinder (*pragmatische Selbständige*) wenig Ausichten auf eine Stellung als abhängig Erwerbstätige haben. Diese Exklusion lässt sie ihre Energien auf die Möglichkeit der Selbständigkeit richten, aber ihre beschränkten Ressourcen behindern sie hier genauso wie bei der Aussicht auf eine Position als unselbständig Beschäftigte. Dieses Ergebnis unterstützt die zunehmend verbreitete Erkenntnis, dass Unternehmertum keineswegs einen für alle offenen Weg zum Erfolg darstellt (Rouse/Jayawarna 2006, 2011). Anders als die *Selbständigen aus Not* sind diejenigen, die sich bei ihrer Karriere auf halbem Weg befinden (*materiell interessierte Selbständige* und *lern- und verdienstorientierte Selbständige*) in der Lage, größere Ressourcen für ihre Selbständigkeit zu mobilisieren, anspruchsvollere Geschäftsstrategien zu entwickeln und bessere Ergebnisse zu erzielen. Aber der Wandel in der geschlechtsspezifischen Teilung der Hausarbeit hat es mit sich gebracht, dass die Belastungen von Betreuungspflichten nicht mehr allein bei den Frauen verbleiben (Bradley 2007), so dass viele *materiell interessierte Selbständige* sich gezwungen sehen, sich ebenfalls darum zu kümmern, wenn die Familien jung sind. Gleichwohl steht für Männer in dieser Lebenslage im Allgemeinen der Druck eines auskömmlichen Verdienstes im Vordergrund. Oftmals sind die Ergebnisse von Programmen zur Förderung von Selbständigkeit enttäuschend (Jayawarna/Rouse 2011), was zu Unzufriedenheit führt und Zweifel hinsichtlich der Überlebensfähigkeit der Unternehmen von *materiell orientierten Selbständigen* aufkommen lässt. Der ökonomische Druck kann im mittleren Lebensalter anhalten (*lern- und verdienstorientierte Selbständige*), aber er kann in Haushalten gemildert werden, in denen angestrebt wird, die Hausarbeit gleichmäßiger aufzuteilen (*prestige- und herrschaftsorientierte Selbständige*). Im Gegensatz dazu sind ältere Frauen oft relativ frei sowohl von Anforderungen der Kinderbetreuung wie von der Erzielung eines hohen Verdienstes, was es ihnen erlaubt, sich der gemeinschaftsorientierten Selbständigkeit zuzuwenden. Insofern zeigt sich, dass Ansätze, mit denen die Motivationen von Selbständigen in Modi der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung eingebettet werden, zur Erklärung der Selbständigkeit von Männern wie von Frauen erheblich beitragen.



Schließlich können Gründungsmotive in ihrer Verbindung mit Ethnizität betrachtet werden. Die Exklusion der *Selbständigen aus Not* in Bezug auf abhängige Beschäftigung kann sowohl mit ethnischer wie mit klassen- und altersmäßiger Diskriminierung zu tun haben. Auch das Bedürfnis, Selbständigkeit als Quelle von Prestige und Herrschaft zu nutzen, kann mit ethnischen Strukturen verbunden sein, da ältere Männer aus ethnischen Minderheiten oft geringe Beschäftigungschancen haben, was ihren Status untergräbt, der ihnen üblicherweise mit einem aufsteigendem Karriereverlauf zukäme. Viele dieser Selbständigen folgen einem Rollenverständnis, bei dem die Selbständigkeit dazu dient, ihr soziales Ansehen, selbst wenn dies mit wirtschaftlichen Nachteilen verbunden ist, zumindest ansatzweise zu erhöhen. Demgegenüber zeigt sich bei Frauen aus ethnischen Minderheiten eher eine soziale Motivation für ihre Selbständigkeit, die mit dem Bedürfnis verbunden sein kann, etwas für eine benachteiligte Gemeinschaft zu tun.

## Fazit

Ausgehend von soziologischen Erkenntnissen haben wir einen Ansatz entworfen, bei dem Gründungsmotive als abhängig von geschlechtsspezifischen und klassenmäßigen sozialen Strukturierungen gesehen werden, aber auch von individueller Praxis. Zudem erscheinen sie je nach dem sozialen Feedback und/oder der persönlichen Reflexion als wandelbar, sie entwickeln sich somit in einem permanenten Prozess der Interaktion zwischen Individuen und ihrer Umwelt. Diese komplexe Situation kann unserer Ansicht nach dadurch erfasst werden, dass die wechselseitigen Zusammenhänge zwischen Gründungsmotiven, wirtschaftlichem Erfolg und drei dynamischen Bereichen des Lebenslaufs untersucht werden: der beruflichen Karriere, dem Zyklus des privaten Haushalts und dem Werdegang des Unternehmens. Wir haben einen explorativen Test unseres konzeptionellen Rahmens vorgestellt. Dieser beruht auf zwei wesentlichen methodischen Annahmen: Erstens, dass die prospektiven Befunde für Gründungsmotive in einer spezifischen Phase der geschäftlichen Entwicklung (den ersten Jahren nach der Gründung) zu erfassen sind; zweitens, dass bei einer streng validierten, mehrstufigen Clusteranalyse sechs unterschiedliche Motivationsprofile zu identifizieren sind: *Selbständige aus Not* sowie *pragmatische, materiell interessierte, gemeinschaftsorientierte, lern- und verdienstorientierte* und schließlich *prestige- und herrschaftsorientierte Selbständige*.

Unser Ansatz der Verbindung von Gründungsmotiven mit der Dynamik von drei Lebensbereichen wird durch die neuartigen statistischen Zusammenhänge belegt, die hier für eine frühe Unternehmensphase zwischen spezifischen Selbstständigkeitsprofilen und Merkmalen der beruflichen Karriere sowie der Haus-

haltungssituation festgestellt wurden. Er stützt somit Konzepte, denen zufolge Kleinunternehmen in ihrer Einbettung in den privaten Haushalt und in den Lebenslauf der Selbständigen zu verstehen sind (Wheelock et al. 2003), geht aber darüber hinaus, indem gezeigt wird, dass diese auch mit dem Verlauf der beruflichen Karriere in Verbindung gebracht werden müssen. Kleinunternehmen entwickeln sich ständig und befinden sich zu verschiedenen Zeitpunkten in bestimmten Stadien ihrer wirtschaftlichen Entwicklung. Gleichzeitig haben wir konzeptionell begründet und empirisch nachgewiesen, dass Gründungsmotive mit spezifischen unternehmerischen Strategien und Erfolgen zusammenhängen. Alles in allem stellen wir robuste Evidenz dafür vor, dass eine Untersuchung der Zusammenhänge zwischen Motivationen, Lebensläufen sowie Geschäftspraktiken und -ergebnissen einen wesentlichen Beitrag zu unserem Verständnis von Selbständigkeit darstellen kann. Dabei wird auf eine Reihe von weiteren, zukünftig zu verfolgenden Forschungsfragen hingewiesen – dazu gehören empirische Tests von Selbständigenkohorten auf der Basis unserer Begrifflichkeit ebenso wie die Analyse verschiedener Phasen der geschäftlichen Entwicklung und der Veränderungen von Motiven im Lebenslauf.

(Übersetzt von *Dorothea Schmidt*)

## Literatur

- Ahl, H. (2006): Why Research on Women's Enterprise Needs New direction. In: *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 30/No. 5, S. 595–621
- Archer, M. (2000): *Being Human*. Cambridge: Cambridge University Press
- Baum, J. R./Locke, E. A./Smith, K. G. (2001): A Multi-Dimensional Model of Venture Growth. In: *Academy of Management Journal*, Vol. 44/No. 2, S. 292–303
- Birley, S./Westhead P. (1994): A Taxonomy of Business Start-Up Reasons and their Impact on Firm Growth and Size. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 9/No. 1, S. 7–31
- Bradley, H. (2007): *Gender*. Cambridge: Polity Press
- Brindley, C. S. (2005): Barriers to Women Achieving their Entrepreneurial Potential: Women and Risk. In: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 11/No. 2, S. 144–161
- Burke, A. E./FitzRoy, F. R./Nolan, M. A. (2002): Self-Employment, Wealth and Job Creation: The Roles of Gender, Non-Pecuniary Motivation and Entrepreneurial Ability. In: *Small Business Economics*, Vol. 19/No. 3, S. 255–270
- Carter, N. M./Steam, T. M./Reynolds, P. D./Miller, B. A. (1994): New Venture Strategies: Theory Development with an Empirical Base. In: *Strategic Management Journal*, Vol. 15/No. 1, S. 21–41

- Carter, N. M./Gartner, W. B./Shaver, K. G./Gatewood, E. J. (2003): The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 18/No. 1, S. 13–39
- Carter, S./Shaw, E. (2006): Women's Business Ownership: Recent Research and Policy Developments. Report to the Small Business Service (Internet: <http://www.berr.gov.uk/files/file38330.pdf>)
- Cassar, G. (2007): Money, Money, Money? A Longitudinal Investigation of Entrepreneur Career Reasons, Growth Preferences and Achieved Growth. In: *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 19/No. 1, S. 89–107
- Crompton, R. (2006): *Employment and the Family: The Reconfiguration of Work and Family Life in Contemporary Societies*. Cambridge: Cambridge University Press
- Deci, E. L./Ryan, R. M. (1985): *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behaviour*. New York: Plenum Press
- Dubini, P. (1989): The Influence of Motivations and Environment on Business Start-ups: Some Hints for Public Policies. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 4/No. 1, S. 11–26
- Everitt, B. S./Landau, S./Leese, M. (2001): *Cluster Analysis*. London: Arnold
- Fairlie, R. W. (2005): Entrepreneurship and Earnings Among Young Adults from Disadvantaged Families. In: *Small Business Economics*, Vol. 25/No. 3, S. 223–236
- Hart, M./Anyadike-Danes, M./Blackburn, R. (2005): Entrepreneurship and Age in the UK: Comparing Third Age and Prime Age New Venture Creation Across the Regions. Small Business Research Centre Working Paper, Kingston Business School
- Hessels, J./van Gelderen, M./Thurik, R. (2008): Entrepreneurial Aspirations, Motivations, and their Drivers. In: *Small Business Economics*, Vol. 31/No. 3, S. 323–339
- Jayawarna, D./Rouse, J./Kitching, J. (2013): Entrepreneur Motivations and Life Course. In: *International Small Business Journal*, Vol. 31/No. 1, S. 34–56
- Kolvereid, L. (1992): Growth Aspirations Among Norwegian Entrepreneurs. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 7/No. 3, S. 209–222
- Krueger, N. F./Reilly, M. D./Carsrud, A. L. (2000): Competing Models of Entrepreneurship Intentions. In: *Journal of Business Venturing* Vol. 15/No. 5–6, S. 411–432
- MacDonald, R. (1996): Welfare Dependency, the Enterprise Culture and Self-Employment Survival. In: *Work, Employment and Society*, Vol. 10/No. 3, S. 431–447
- Maslow, A. (1943): A Theory of Human Motivation. In: *Psychological Review*, Vol. 50/No. 4, S. 370–396
- Masurel, E./Nijkamp, P./Tastan, M./Vindig, G. (2002): Motivations and Performance Conditions for Ethnic Entrepreneurship. In: *Growth and Change*, Vol. 33/No. 3, S. 238–260
- Noorderhaven, N./Thurik, R./Wennekers, S./Stel, A. van (2004): The Role of Dissatisfaction and Per Capita Income in Explaining Self-Employment across 15 European countries. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 28/No. 5, S. 447–466
- Norusis, M. J. (2007): *SPSS 15.0 Advanced Statistical Procedures Companion*. Englewood Cliffs/New Jersey: Prentice-Hall
- O'Brien, M. (2005): *Shared Caring: Bringing Fathers into the Frame*. Equal Opportunities Commission Working Paper No. 18. London: Equal Opportunities Commission
- Rouse, J. (2004): *Enterprise, Identity and Structure: A Longitudinal Analysis of Youth Enterprise Experiences*. PhD thesis, Kingston University

- Rouse, J./Jayawarna, D. (2011): Structures of Exclusion from Enterprise Finance. In: *Environment and Planning C: Government and Policy*, Vol. 29/No. 4, S. 659–676
- Rouse, J./Jayawarna, D. (2006): The Financing of Disadvantaged Entrepreneurs: Are Enterprise Programmes Overcoming the Finance Gap? In: *International Small Business Journal*, Vol. 12/No. 6, S. 388–400
- Rouse, J./Kitching, J. (2006): Do Enterprise Programmes Leave Women Holding the Baby? In: *Environment and Planning C: Government and Policy*, Vol. 24/No. 1, S. 5–19
- Scheinberg, S./MacMillan, I. C. (1988): An 11-Country Study of Motivations to Start a Business. In: Kirchhoff, B. A./Long, W. A./McMullan, W. E./Vesper, K. H./Wetsel, W. E. (eds.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, S. 669–687
- Segal, G./Borgia, D./Schoenfeld, J. (2005): The Motivation to Become an Entrepreneur. In: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 11/No. 1, S. 42–57
- Shane, S./Kolvereid, L./Westhead, P. (1991): Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender. In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 6/No. 6, S. 431–446
- Shane, S./Locke, E. A./Collins, C. J. (2003): Entrepreneurial Motivation. In: *Human Resource Management Review*, Vol. 13/No. 2, S. 257–279
- Sharir, M./Lerner, M. (2006): Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs. In: *Journal of World Business*, Vol. 41/No. 1, S. 6–20
- Taormina, R. J./Lao, K. M. (2007): Measuring Chinese Entrepreneurial Motivation. In: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 13/No. 4, S. 200–221
- Wheelock J./Oughton, E./Baines, S. (2003): Getting by with a Little Help from your Family: Toward a Policy-Relevant Model of the Household. In: *Feminist Economics*, Vol. 9/No. 1, S. 19–45
- Wu Wu, S./Matthews, L./Dagher, G. K. (2007): Need for Achievement, Business Goals and Entrepreneurial Persistence. In: *Management Research News*, Vol. 30/No. 12, S. 928–941

