

Selektives Fokussieren: Wie UnternehmerInnen den Erfolg von Innovationen beeinflussen.

Tobias Hauser & Friedemann W. Nerdinger, Lehrstuhl für Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Universität Rostock

Forschungskontext: Die explorativ-theoriebildende Studie greift die Untersuchung von Innovationserfolg unter dem Einfluss von InhaberIn-UnternehmerInnen auf. Die Studie bindet das Erfolgsmaß nicht an betriebswirtschaftlichen Kennzahlen, sondern an das subjektive Erfolgsverständnis der Befragten. InhaberIn-UnternehmerInnen sind gleichzeitig EigentümerIn und Führungskraft und haben dabei zusätzlich operative Verantwortung. Im Mittelpunkt steht das in Leadership- und Managementaspekte unterteilte (Bass 2008) Führungsverhalten der UnternehmerInnen.

Ausgangspunkt: Innovationen sind existenziell für Unternehmungen, aber in ihrer Vielschichtigkeit schwierig zu erfassen und Gegenstand mehrdimensionaler Kategorisierungen (Hauschildt 2010). Mit Cooper (1979) und Cooper & Kleinschmidt (1986) ist in den 1970er und 1980er Jahren eine bis heute fortgesetzte vielfältige Erfolgsfaktorenforschung zu Innovationen entstanden (Ernst 2002). Die Ansätze, Erfolgsmaße und Ergebnisse der Studien divergieren (Nicolai & Kieser 2002; Ernst 2002). Das Erfolgsverständnis ist dort durchgehend ein quantitatives. Die Untersuchungen berücksichtigen den Einfluss des Unternehmers/der Unternehmerin nicht. Bei Bezugnahme auf einen „Mittelstand“ ist die Abgrenzung nach Größenkriterien verbreitet, nicht aber die Untersuchung der Wirkung der InhaberInnen. Was aber tun InhaberInnen konkret in ihren eigenen Unternehmungen, um innovativ zu sein? Wie wirken sie auf die weiteren Akteure, den Innovationsprozess, ihre Organisation und das Ergebnis?

Forschungsfragen:

- *Wie wirkt sich das Verhalten der InhaberIn-UnternehmerInnen auf das Innovationsmanagement in seiner Unternehmung aus, und in welcher Weise können beide mit einem Erfolgsbeitrag verbunden sein?*
- *Was bedeutet für die UnternehmerInnen Erfolg?*
- *Gibt es Hinweise auf eine Typisierung?*

Methodik/Anlage der Studie: Die Untersuchungsmethode ist die Grounded-Theory-Methodologie (Mey & Mruck 2011) nach Glaser (1978, 1998, 2011). Das Erhebungsinstrument sind episodische Interviews (Flick 2011, 1996). Als Erzählanreize werden die aus der Critical Incident Technique (Flanagan 1954) stammenden kritischen Ereignisse genutzt. Die Studie exploriert, welche Innovationssituationen die Teilnehmenden als besonders erfolgreich und erfolglos in Erinnerung haben und deren subjektives Verständnis von Begriffen zu Erfolg, Unternehmertum und Innovation. Informant-Bias (Ernst 2012) wird durch Triangulation (Flick 2011) gehandhabt. Es wurden mehrere Unternehmungen (Units) untersucht, in denen jeweils die UnternehmerInnen befragt wurden. An den Innovationen können neben den UnternehmerInnen auch geführte Führungskräfte und Ausführende beteiligt sein. Nach Möglichkeit wurden in den Units mit diesen Beteiligten zusätzliche Gespräche geführt.

Stand der Arbeit/Bisherige Ergebnisse: Bisher wurden 17 Interviews in 12 Unternehmungen durch Theoretical Sampling geführt. Mit der Methode des ständigen Vergleichens (Glaser 2011) wurde als main concern der UnternehmerInnen die „unternehmerische Selbstverwirklichung“ identifiziert, die diese durch die Kernkategorie „selektives Fokussieren“ umsetzen. Die Auswertung befindet sich im Stadium des selektiven Kodierens. Die Kernkategorie erklärende Kategorien sind „perzeptives Kultivieren“, „strukturelles Gestalten“, „schöpferisches Verwirklichen“ und „umsetzendes Interagieren“. Sättigung dieser Kategorien und Theoriebildung sind noch nicht abgeschlossen, weitere Interviews sind geplant. Die sich abzeichnende Typisierung wird derzeit formuliert.

Diskussion: Das Poster soll die Entstehung der Kategorien grafisch visualisieren, um die Zwischenergebnisse der Diskussion zu öffnen. Der Abstraktionsprozess von Codes in Konzepte und Kategorien soll nachgezeichnet werden. Wie wirken die Kategorien auf die Lesenden? Welche anderen Interpretationen sind möglich? Bei der Arbeit in Grounded-Theory-Methodologie-Seminaren und in der NetzWerkstatt gab es angeregte Diskussionen über Codes wie „ein Bild im Kopf haben“ und Kategorien wie „selektives Kümmern“, mit denen Angehörige verschiedener Disziplinen unterschiedliche Assoziationen hatten. Diese Pluralität der Sichtweisen soll aufgegriffen werden. Durch die Unterteilung in positive/negative Ereignisse und ereignisunabhängige Erzählungen entstehen in der Auswertung zusätzliche Dimensionen für eine Typisierung.

Kontakt th@tobiashauser.com ; <http://tobiashauser.com> ; <http://www.wiwi.uni-rostock.de/bwl/psychologie/>

Literatur

Bass, Bernard M. (2008). *The Bass Handbook of Leadership* (4. Auflage). New York, NY: Simon & Schuster.

Cooper, Robert G. (1979). *Identifying industrial new product success: Project NewProd*. *Industrial Marketing Management*, 8(2), 124-135.

Cooper, Robert G. & Kleinschmidt, Elko J. (1986). *An Investigation into the New Product Process*. *Journal of Product Innovation Management*, 3(2), 71-85.

Ernst, Holger (2002). *Success Factors of New Product Development: A Review of the Empirical Literature*. *International Journal of Management Reviews*, 4(1), 1-40.

Flanagan, John C. (1954). *The Critical Incident Technique*. *Psychological Bulletin*, 4, 327–358.

Flick, Uwe (1996). *Psychologie des Technisierten Alltags..* Opladen: Westdeutscher Verlag.

Flick, Uwe (2011). *Triangulation: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.

Glaser, Barney G. (1978). *Theoretical Sensitivity*. Mill Valley: Sociology Press.

Glaser, Barney G. (1998). *Doing Grounded Theory*. Mill Valley: Sociology Press.

Glaser, Barney G. (2011). *Getting out of the Data*. Mill Valley: Sociology Press.

Hauschildt, Jürgen & Salomo, Sören (2010). *Innovationsmanagement* (5. Auflage). München: Vahlen.

Mey, Günter; Mruck, Katja (2011): *Grounded Theory Reader*. (2. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Nikolai, Alexander & Kieser, Alfred (2002). *Trotz eklatanter Erfolglosigkeit: Die Erfolgsfaktorenforschung weiter auf Erfolgskurs*. *Die Betriebswirtschaft*, 62(6), 579-596.