



Legitimierungsstrategien junger Unternehmen

Ergebnisse zweier experimenteller Studien

Ladenpreis: 56,50EUR

ISBN: 978-3-17-020963-3

Verlag: Kohlhammer

Erscheinungsdatum: 14.05.2009

Autoren: Stelzer Franziska

Begründer: Bönnte Werner, Fallgatter Michael J., Langner Tobias

Reihe: Schumpeter School of Business and Economics

WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://ln-mag2-test.webpreview.at/legitimierungsstrategien-junger-unternehmen-9783170209633.html>

Details

Bedeutende Veränderungen in der Wirtschaft ergeben sich häufig durch Unternehmensgründungen. Etablierte Konkurrenten oder das institutionelle Umfeld insgesamt reagierten darauf meist mit Widerstand und verwehren jungen Unternehmen den Zugang zu lebensnotwendigen Ressourcen. Als ein Grund für die hohe Sterblichkeit junger Unternehmen wird dabei ihre fehlende gesellschaftliche Akzeptanz bzw. organisationale Legitimität gesehen. Anhand zweier Experimente werden die Auswirkungen von Legitimierungsstrategien junger Unternehmen auf deren Akzeptanz in der Gesellschaft sowie deren Ressourcenzugang, Überlebenswahrscheinlichkeit und Wachstumsmöglichkeiten untersucht. Es zeigte sich, dass solche Strategien positiv auf die kognitiven und regulativen Legitimitätsdimensionen wirken. Darüber hinaus zeigt sich ein positiver Zusammenhang zwischen der Erreichung organisationaler Legitimität und dem Zugang zu tangiblen und intangiblen Ressourcen. Die Arbeit schließt mit konkreten Hinweisen für die weitere Entrepreneurshipforschung sowie die unternehmerische Praxis. Dieses Buch erhalten Sie als BonD-Ausgabe. Dabei handelt es sich um einen Nachdruck des vergriffenen Originaltitels - hergestellt auf Bestellung, mit einem hochwertigen Digitaldruckverfahren.