

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>VII</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Thematische Hinführung .....	1
1.2 Problemstellung.....	6
1.3 Gang der Arbeit .....	11
<b>2 Theoretische Zugänge zu einem Referenzmodell.....</b>	<b>15</b>
2.1 Bedeutung von Innovationen für Unternehmen .....	15
2.1.1 Innovationsgrade .....	17
2.1.2 Bedeutung radikaler Innovationen für Organisationen.....	18
2.2 Das Unternehmen als soziales System.....	20
2.3 Subjektive Theorien als Wahrnehmungen von Interaktionsmustern.....	23
2.4 Intrapreneurship als internes Unternehmertum.....	29
2.4.1 Begriffsbestimmung des Konzeptes Entrepreneurship .....	29
2.4.2 Entrepreneurship innerhalb von Unternehmen .....	32
2.4.3 Inkrementelle Intrapreneurship-Perspektive .....	34
2.4.4 Radikale Intrapreneurship-Perspektiven .....	35
2.4.5 Verständnis von Intrapreneurship für diese Arbeit.....	36
2.4.6 Organisationale Rahmenbedingungen unternehmerischen Handelns .....	38
2.4.7 Interaktives Modell zum Corporate Entrepreneuring.....	40
<b>3 Bedeutung der Motivation im Kontext unternehmerischer Handlungen.....</b>	<b>55</b>
3.1 Motivation und Motive .....	56
3.1.1 Leistungs-, Macht- und Anschlussmotiv.....	57
3.1.2 Hoffnung und Furcht, die zwei Seiten von Motiven.....	59
3.1.3 Implizite und explizite Motive.....	61
3.1.4 Korrelation von impliziten und expliziten Motiven .....	62
3.1.5 Motivanregende Anreize .....	63
3.2 Motiv und Situation, eine Begriffsbestimmung .....	65
3.2.1 Erwartungshaltung und Handlungsmotivation.....	66
3.2.2 Motiv, Erwartung und Wert.....	67

3.2.3	Motive in unternehmerischen Handlungen.....	68
3.3	Motivation durch Tätigkeitsanreiz.....	70
3.4	Intrinsische Motivation als Teil der Selbstbestimmung .....	73
3.4.1	Individuelle Motive innerhalb der Selbstbestimmungstheorie .....	75
3.4.2	Intrinsische und extrinsische Motivation.....	76
3.5	Organisationale Rahmenbedingungen und individuelle Selbstbestimmung ...	78
3.5.1	Die Auswirkung externer Anreize auf die Selbstbestimmtheit der Motivation .....	79
3.5.2	Intrinsische Motivation durch Interesse.....	82
<b>4</b>	<b>Zusammenführung der theoretischen Erkenntnisse.....</b>	<b>87</b>
4.1	Darstellung der Zusammenhänge der einzelnen Konzepte .....	87
4.2	Konkretisierung der Fragestellung .....	94
<b>5</b>	<b>Methodisches Vorgehen.....</b>	<b>97</b>
5.1	Untersuchungsdesign.....	98
5.2	Fallbeschreibung .....	98
5.2.1	Fallauswahl.....	98
5.2.2	Anonymisierung.....	102
5.2.3	Teilnehmende Unternehmen.....	103
5.3	Ablauf und Erhebungsinstrumente .....	105
5.3.1	Pre-Test.....	105
5.3.2	Vorgehen .....	108
5.3.3	Wahrgenommenes Handlungsangebot und tatsächlich realisierte Handlungen .....	108
5.3.4	Motivmessung .....	113
5.3.5	Motivationsfragebogen .....	115
5.4	Auswertung.....	117
5.4.1	Auswertung Motiverhebung.....	118
5.4.2	Auswertung der Ergebnisse des Motivationsfragebogens.....	123
5.4.3	Auswertung Dialog-Konsens-Verfahren .....	126
5.5	Qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz .....	127
5.5.1	Inhaltlich-strukturierende Inhaltsanalyse.....	131
5.5.2	Entwickeln von Hauptkategorien .....	134
5.5.3	Induktives Bestimmen von Subkategorien am Material .....	135
5.6	Gütekriterien .....	136

<b>6</b>	<b>Ergebnisdarstellung</b>	<b>141</b>
6.1	Wahrgenommenes organisationales Handlungsangebot	144
6.1.1	Wahrgenommene (Top-)Management-Unterstützung	144
6.1.2	Wahrgenommene Autonomie/Ermessensfreiheit	155
6.1.3	Wahrgenommene freie Zeiteinteilung	160
6.1.4	Wahrgenommene Belohnung und Bestärkung	167
6.1.5	Wahrgenommene organisationale Grenzen	174
6.1.6	Ergebnisse der Analyse wahrgenommener organisationaler Handlungsangebote	182
6.1.7	Zwischenresümee: wahrgenommene organisationale Handlungsangebote	189
6.2	Realisierte Handlungen	190
6.2.1	Tatsächlich genutzte (Top-)Management-Unterstützung	190
6.2.2	Tatsächliche Autonomie/Ermessensfreiheit	199
6.2.3	Tatsächliche freie Zeiteinteilung	205
6.2.4	Tatsächliche Belohnung und Bestärkung	211
6.2.5	Tatsächliche organisationale Grenzen	219
6.2.6	Ergebnisse der Analyse realisierter Handlungen	228
6.2.7	Zwischenresümee: realisierte Handlungen	240
6.3	Zusammenhänge und der Einfluss auf die Selbstbestimmtheit der Motivation	242
6.3.1	Ergebnisse Motivationsausprägungen	243
6.3.2	Einfluss wahrgenommener organisationaler Handlungsangebote auf die Motivation	245
6.3.3	Einfluss tatsächlich realisierter Handlungsangebote auf die Motivation	252
6.3.4	Zusammenfassung: unternehmerische Handlungsangebote und der Einfluss auf die Selbstbestimmtheit	261
6.3.5	Einfluss von Motiven auf die Entscheidung als Intrapreneur/-in tätig zu werden	263
6.4	Zusammenführung der Ergebnisse	264
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b>	<b>269</b>
<b>8</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>281</b>
	<b>Anhang</b>	<b>304</b>