



	VORWORT	9
	Thordis Bethlehem	
	WAS SIE IM BAND 2010 ERWARTET	
	Vorwort des Vorstands der Sektion Wirtschaftspsychologie im BDP	12
1.	DIE FÖRDERUNG VON UNTERNEHMERTUM ALS WIRTSCHAFTLICHEM ZUKUNFTSFAKTOR	16
	Berend Diekmann	
1.1.	Zur Bedeutung unternehmerischer Initiativen für eine funktionierende Wirtschaft	16
	Marie-Dorothee Burandt, Tina Kanzek	
1.2.	Unternehmertum – Psychologische Aspekte eines volkswirtschaftlichen Themas	20
1.2.1	Klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) im Fokus der Psychologie	20
1.2.2	Psychologische Grundlagenforschung zum Unternehmertum	21
1.2.3	Angewandte Psychologie als „Fördermittel“ des Unternehmertums in Deutschland	28
2.	DIE AKTUELLE LAGE VON UNTERNEHMERINNEN UND UNTERNEHMERN IN DEUTSCHLAND	34
	Frank Wallau	
2.1.	Der Mittelstand in Deutschland	34
2.1.1	Einleitung	34
2.1.2	Definition des wirtschaftlichen Mittelstandes	34
2.1.3	Wirtschaftliche Bedeutung des Mittelstandes	35
2.1.4	Existenzgründungen und Liquidationen	37
2.1.5	Corporate Social Responsibility als Erfolgsfaktor einer stakeholderbezogenen Führungsstrategie?	38
2.1.6	Mittelstandsanteile auf einen Blick	40
	Josephine Hofmann, Jochen Leufen	
2.2.	Zur Bedeutung medialer Kommunikation in der Krise – Wenn Medien Stress machen	42
2.2.1.	Krisenreaktionen: Instinktiv oder planbar?	42
2.2.2.	Krisenkommunikation in Zeiten der Öffentlichkeit 2.0	43
2.2.3	Handlungsmuster und Einschätzungen der Unternehmen in der aktuellen Wirtschaftskrise	43
2.2.4	Medienkompetenz als wesentliche Schlüsselqualifikation der Führungskraft von morgen	44
	Dominika Dej, Joanna Sztuba, Ute Stephan	
2.3.	Geschlechtsspezifische Unterschiede in der Bewertung von Unternehmenserfolg	47
2.3.1.	Einleitung	47
2.3.2.	Methode und Stichprobe	48
2.3.3.	Unternehmerischer Erfolg aus Sicht von Unternehmern	48
2.3.4.	Männliche und weibliche Erfolgsdefinitionen	50





2.3.5.	Frauenspezifische Selbstständigkeitsmotive	50
2.3.6.	Wahrgenommene Schwierigkeiten und Hindernisse	51
2.3.7.	Frauenspezifische Stärken	51
2.3.8.	Kinder und eine unternehmerische Laufbahn	52
2.3.9.	Fazit	52

3. PSYCHOLOGISCHE DETERMINANTEN ERFOLGREICHER UNTERNEHMERISCHER AKTIVITÄTEN 57

Martin Kersting

3.1.	Personalauswahl: Methoden für erfolgreiche Unternehmen	57
3.1.1.	Einführung	57
3.1.2.	Anforderungsanalyse	58
3.1.3.	Eignungsdiagnostische Methoden	58
3.1.4.	Verfahrensauswahl und Kombination	61
3.1.5.	Qualität in der Eignungsdiagnostik	62
3.1.6.	Fazit	63

Günter F. Müller

3.2.	Unternehmerische Eignung – Impuls- und Erfolgsfaktor für eine erfolgreiche berufliche Selbstständigkeit	66
3.2.1.	Unternehmerische Eignung und andere Impuls- und Erfolgsfaktoren beruflicher Selbstständigkeit	66
3.2.2.	Stabile und veränderbare Merkmale unternehmerischer Eignung	67
3.2.3.	Welche Impulse können psychologisch fundierte Eignungsdiagnosen geben?	68
3.2.4.	Welche Impulse kann eine professionelle Kompetenzförderung geben?	69
3.2.5.	Unternehmerische Eignung und beruflich-soziales Umfeld: Ein Fazit	70

Wolfgang L. Roth, Christiane Herf

3.3.	Zur Bedeutung von Selbstführung und beruflicher Selbstwirksamkeit für den Erfolg von Unternehmen	72
3.3.1.	Einleitung	72
3.3.2.	Berufliche Selbstwirksamkeit und Erfolg von Unternehmern	72
3.3.3.	Selbstführung und Erfolg von Unternehmern	73
3.3.4.	Wie beeinflussen Selbstführung und Selbstwirksamkeit den Erfolg von Unternehmern?	73
3.3.5.	Implikationen für die Förderung des Erfolgs von Unternehmern	74

Werner Gleißner

3.4.	Psychologie unternehmerischer Entscheidungen – Wie gehen Unternehmer mit Risiken um, und wie sollten sie Entscheidungen treffen?	77
3.4.1.	Einleitung	77
3.4.2.	Unternehmer in komplexen Entscheidungssituationen	78
3.4.3.	Praktische Konsequenz: Ein strukturierter Prozess für analytische Problemlösungen und Entscheidungen bei Risiko	81
3.4.4.	Fazit	85





	Martin Beckenkamp	
3.5.	Unternehmenskultur und Unternehmenserfolg – Psychologie im Konflikt zwischen Wettbewerb und Vertrauen	88
3.5.1.	Unternehmenskultur: Eine gute Voraussetzung für Unternehmenserfolg?	88
3.5.2.	Vertrauen in Kooperation: Notwendige Voraussetzung fragiler Win-win Situationen	89
3.5.3.	Wirtschaftspsychologische Instrumente zur Schaffung und Stabilisierung einer Vertrauenskultur	89
3.5.4.	Ökonomie und Ökologie: Neue Handlungsfelder der Wirtschaftspsychologie?	91
4.	AKTUELLE MASSNAHMEN UND POLITIK ZUR FÖRDERUNG UNTERNEHMERISCHER AKTIVITÄTEN IN DEUTSCHLAND	93
	Elke Schröder	
4.1.	Sensibilisierung für die unternehmerische Selbstständigkeit im Jugendalter	95
4.1.1.	Einleitung	95
4.1.2.	Persönlichkeit und familiärer Hintergrund	95
4.1.3.	Sensibilisierung für Selbstständigkeit im Schulkontext	96
4.1.4.	Förderung potenzieller Unternehmensnachfolger	97
4.1.5.	Ausblick	98
	Luiza Olos	
4.2.	Entrepreneurship Education: Unternehmerisches Handeln ist lehr- und lernbar	100
4.2.1.	Begriffliche Klärung	100
4.2.2.	Zur Bedeutung der Entrepreneurship Education	101
4.2.3.	Stand der Entrepreneurship Education in Deutschland	101
4.2.4.	Formen der Entrepreneurship Education an der Freien Universität Berlin	102
4.2.5.	Fazit	104
	Micha Strack, Isabell Siegmund	
4.3.	Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit: Erfolgsprädiktoren aus einem GründerCenter	107
4.3.1.	Einleitung	107
4.3.2.	Methodik der Reanalyse	108
4.3.3.	Ergebnisse der Reanalyse	108
4.3.4.	Diskussion	111
5.	EMPEHLUNGEN DES BDP	114
	VERZEICHNIS DER AUTORINNEN UND AUTOREN	119



