

Vorlesungsankündigung

Prof. Dr. Detlef Wehling

Hochschule HdBA University of Applied Labour Studies
Lehrstuhl für Marketing und Unternehmensführung
Seckenheimer Landstraße 16, D- 68163 Mannheim

Entrepreneurship im 21. Jahrhundert: Grundlagen, Begriffe und Theoretischer Ansatz

**Vorlesung: 11. Bis 22. Februar 2019 vormittags
Technische Universität Wien,
1060 Wien, Getreidemarkt 9,
Bauteil BB (Winkelbau), 1. Stock, Raum BB 01 Q17
Beginn: 11. Februar 2019, 9.30 Uhr**

Entrepreneurship – Einführung und theoretische Grundlagen

Fünf Dimensionen der Unternehmer-Kompetenz

Erfolgsfaktoren im Gründungsmanagement

Inhalt der Vorlesung

Die Vorlesung „Entrepreneurship“ ist fokussiert auf das spannende Erlebnis der Entstehung und des Wachstums von Unternehmen. Für den Erfolg der Gründungsprozesse sind die Gründungspersönlichkeit und die Geschäftsidee ausschlaggebend.

Entrepreneurship ist die Entdeckung, Erfassung und Ausschöpfung unternehmerischer Gelegenheiten zur Schaffung von Produkten, Gütern und Dienstleistungen für die Wirtschaft. Die Unternehmensgründung ist ein fortlaufender unternehmerischer Prozess und längerfristig ausgerichtet. Die grundlegenden Fragen lauten: Wie entsteht dieser unternehmerische Prozess und durch welche Rahmenbedingungen (Institutionen, Infrastruktur) ist er gekennzeichnet? Wann werden Ideen als unternehmerische Gelegenheiten erkannt (Entdeckung) und als erfolgversprechend wahrgenommen (Bewertung)? Wann werden sie als Produkte für den Markt entwickelt (Nutzung)?

Die Opportunities bieten die Chance, ein neues Produkt, eine neue Dienstleistung oder eine neue Produktionsmethode einzuführen sowie die Erschließung neuer Absatzmärkte oder die Eroberung neuer Bezugsquellen. Als Träger und Promotor dieser Veränderungsprozesse fungiert die Unternehmerin / der Unternehmer, die sich über die Aufgabenstellung der Durchsetzung neuer Kombinationen definieren. Der Ursprung der unternehmerischen Gelegenheit liegt im ökonomischen Wandel als diskontinuierlicher und radikaler Veränderungsprozess, ein sprunghafter Wandel, der die Wirtschaft aus ihren gewohnten Bahnen herauswerfen kann.

Zielgruppen

Die Vorlesung richtet sich an Gründungsbegeisterte: möglicherweise zukünftige Gründerinnen und Gründer, die mit unternehmerischer Wachsamkeit Gewinnchancen wahrnehmen in Kombination mit der Verwirklichung ihrer Produktidee. Sie richtet sich aber auch an zukünftige Führungskräfte mit innovativen Ideen, die als Bereichs- oder Gruppenleiterinnen und -leiter in der Industrie Verantwortung für die Produktentwicklung und -verwertung tragen und neue Geschäftsfelder als Manager entwickeln. Unternehmen erwarten von ihren zukünftigen Führungskräften die Fähigkeit zur unternehmerischen Verantwortung: d.h. letztendlich mit neuen Produkten und Geschäftsfeldern die Zukunft des Unternehmens zu sichern. Im Entrepreneurship bezeichnet man dieses Pendant als Intrapreneurship.

Ziele der Vorlesung

- Die interaktiven Beziehungen von Persönlichkeit, Gründungsprozessen und institutionellem Umfeld sowie die Führungs- und Handlungskompetenz der Gründerin / des Gründers als entscheidende Unternehmerfunktionen erkennen.
- Das Aufspüren von Marktchancen bedarf der erfolgreichen Verknüpfung der Persönlichkeit der Gründerin / des Gründers, die Ideengenerierung und unternehmerischen Prozesse auf der Mikroebene.

- Die unternehmerischen Gelegenheiten findet die Gründerin / der Gründer als Opportunities im Marktgeschehen auf der Makroebene. Institutionelle Rahmenbedingungen entscheiden über den ökonomischen Erfolg der Gründerin / des Gründers.
- Kreative Prozesse, die für eine tragfähige Geschäftsidee erforderlich sind, werden auf dieser Grundlage erkannt und umgesetzt.
- In kleinen Teams lernen die Hörerinnen und Hörer interaktiv, Erfolgsfaktoren und spezifische Kriterien für die Tragfähigkeit von Geschäftsideen herauszuarbeiten.

Lernerfolg und Prüfung

Mündliche Prüfung nach der Vorlesung (Terminabsprache); in ca. 20 Minuten können die Hörerinnen und Hörer die Dimensionen der Unternehmensgründung darstellen und in Fallstudien auf die Praxis transferieren.

Literatur

Wehling, D. 2019: Innovationen und Marktstrategien. Peter Lang Verlag Frankfurt am Main

Wehling, D. 2015: Der Entrepreneur und die unternehmerischen Handlungsfelder. Peter Lang Verlag Frankfurt am Main

Wehling, D. (Hrsg.) 2002: Handbuch für Existenzgründer. Cornelsen Verlag Berlin