

Abstract

As entrepreneurs are faced with an increasingly complex global environment, it becomes necessary to better understand how the country context influences entrepreneurs. This thesis thus aims to explore context-induced effects on new ventures, drawing on in-depth interviews with entrepreneurs and their stakeholders in China, Germany, and the UK. Building on this country setting of three diverging cultural and institutional environments provides a broad and integrated basis to better understand cross-country differences in entrepreneurship. While Study 1 examines how entrepreneurs form their success perceptions by prioritizing conflicting institutional factors, Study 2 looks at how cultural values shape the development of entrepreneurial firms. Study 3 and 4 focus on the behavior of female entrepreneurs in different cultural settings, examining how they perceive and respond to gendered institutional constraints. Findings point towards strong country variations in terms of how institutional factors are interpreted, and through which mechanisms these factors influence entrepreneurial behavior across countries, extending recent research on institutions as influences that enable and are shaped by entrepreneurs and their stakeholders. Further, it adds to knowledge on female entrepreneurs' constraints and how they develop an individual understanding of their gender and/or entrepreneurial role that helps them cope with conflicts. As a result, the findings of the present thesis will help entrepreneurs in understanding and leveraging their country context.

Zusammenfassung

Da Unternehmer*innen mit einem zunehmend komplexen globalen Umfeld konfrontiert sind, ist es notwendig, besser zu verstehen, wie der Länderkontext sie beeinflusst. Diese Arbeit zielt daher darauf ab, kontextbedingte Auswirkungen auf neue Unternehmen zu untersuchen, und stützt sich dabei auf Interviews mit Unternehmer*innen und ihren Stakeholdern in China, Deutschland und Großbritannien. Der länderspezifische Kontext dreier unterschiedlicher kultureller und institutioneller Umgebungen bietet eine breite und integrierte Grundlage für ein besseres Verständnis der länderübergreifenden Unterschiede im Unternehmertum.

Während in Studie 1 untersucht wird, wie Unternehmer*innen ihre Erfolgswahrnehmung durch die Priorisierung widersprüchlicher institutioneller Faktoren gestalten, wird in Studie 2 untersucht, wie kulturelle Werte die Entwicklung unternehmerischer Firmen beeinflussen. Die Studien 3 und 4 konzentrieren sich auf das Verhalten von Unternehmerinnen in unterschiedlichen kulturellen Kontexten und untersuchen, wie sie geschlechtsspezifische institutionelle Beschränkungen wahrnehmen und darauf reagieren. Die Ergebnisse deuten auf starke länderspezifische Unterschiede in Bezug darauf hin, wie institutionelle Faktoren interpretiert werden und durch welche Mechanismen diese Faktoren das unternehmerische Verhalten in den verschiedenen Ländern beeinflussen. Dies erweitert die Forschung zu Institutionen im Gründungs-Kontext, indem die wechselseitige Beziehung zwischen institutionellen Faktoren und Gründungsumfeld thematisiert wird. Darüber hinaus trägt die Studie zum Wissen über die Einschränkungen von Unternehmerinnen bei und zeigt, wie sie ein individuelles Verständnis ihrer Geschlechterrolle und/oder ihrer unternehmerischen Rolle entwickeln, das ihnen hilft, Konflikte zu bewältigen. Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit werden Unternehmerinnen dabei helfen, den Kontext ihres Landes zu verstehen und zu nutzen.