

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1	Problemstellung, Zielsetzung und Fragestellung	9
1.1.1	Problemstellung	10
1.1.2	Zielsetzung und Relevanz der Forschungsfragen	14
1.2	Gang der Untersuchung	17
<b>2</b>	<b>Unternehmerische Prozesse und Netzwerke</b>	<b>21</b>
2.1	Unternehmerischer Prozess	22
2.1.1	Forschungsansätze und Prozessmodelle	25
2.1.2	Effectuation-Prozess	32
2.1.3	Bricolage-Prozess	33
2.2	Rolle von sozialen Netzwerken im unternehmerischen Prozess	38
2.3	Vorgründungsprozess	43
<b>3</b>	<b>Soziodigitale Einflüsse auf Entrepreneurship</b>	<b>47</b>
3.1	Einfluss der Digitalisierung auf Entrepreneurship	48
3.1.1	Digital Entrepreneurship	50
3.1.1.1	Digitale Artefakte	53
3.1.1.2	Digitale Plattformen	54
3.1.1.3	Digitale Infrastrukturen	57
3.1.1.4	Digitale Communitys	61
3.1.2	Akteur-Netzwerk-Theorie	64
3.1.2.1	Theorie	68
3.1.2.2	Akteure und Aktanten	70
3.1.2.3	Netzwerk	72
3.1.2.4	Technologie	75

---

3.1.2.5	Akteur-Netzwerk-Theorie: Zusammenfassung und Fazit .....	78
3.1.3	Soziodigitale unternehmerische Ökosysteme .....	82
3.1.3.1	Soziodigitale Aktivitäten .....	87
3.1.3.2	Soziodigitale Akteure .....	92
3.1.3.3	Soziodigitale Motivatoren .....	95
3.1.3.4	Soziodigitale Organisation .....	97
3.2	Soziodigitale Routinen und/oder Praktiken .....	99
3.2.1	Definitiorische Einordnung .....	109
3.2.2	Beispiele und weitere Merkmale soziodigitaler Routinen und/oder Praktiken .....	124
3.2.2.1	Soziodigitale Medien und die Vision des Metaversums .....	126
3.2.2.2	User Entrepreneurship .....	134
3.2.2.3	Crowdsourcing mithilfe von Crowdfunding und Coworking-Spaces .....	140
3.2.2.3.1	Crowdfunding .....	143
3.2.2.3.2	Coworking-Spaces .....	149
3.3	Zwischenfazit .....	153
<b>4</b>	<b>Unternehmerisches Handeln unter Unsicherheit .....</b>	<b>157</b>
4.1	Unternehmerische Gelegenheiten .....	163
4.1.1	Entdeckungsansatz versus Entstehungsansatz .....	170
4.1.2	Validierungsansatz .....	176
4.1.3	Vertrauen in Gelegenheiten .....	180
4.1.4	Mittel-Zweck-Beziehungen im Rahmen des Umfelds ....	186
4.2	Unternehmerische Chancenwahrnehmung .....	191
4.3	Intention und Motivation .....	201
4.3.1	Unternehmerische Intention .....	201
4.3.1.1	Theorie des geplanten Verhaltens .....	202
4.3.1.2	Weitere Intentionsmodelle .....	206
4.3.2	Unternehmerische Motivation .....	213
4.4	Unternehmerische Unsicherheit .....	225
4.5	Vorwissen und Vorerfahrungen .....	237
4.5.1	Vorwissen .....	239
4.5.2	Vorerfahrungen .....	247
4.6	Zusammenfassung .....	253

<b>5</b>	<b>Empirische Untersuchung</b>	265
5.1	Forschungsdesign und Methodologie	266
5.1.1	Quantitative versus qualitative Ansätze	268
5.1.2	Eine qualitative Studie	271
5.1.3	Grounded Theory	273
5.1.4	Forschungsprozess	278
5.1.5	Strukturlegetechnik als methodische Erweiterung	286
5.2	Vorgehensbeschreibung und Untersuchungsrahmen	292
5.3	Ergebnisse der empirischen Untersuchung	299
5.3.1	Ergebnisse des offenen Kodierens	299
5.3.1.1	Digitale Phänomene	301
5.3.1.2	Soziale Phänomene	304
5.3.1.3	Soziodigitale Phänomene	307
5.3.1.3.1	Chancenwahrnehmung durch soziodigitale Routinen und/oder Praktiken	307
5.3.1.4	Wissen und Erfahrungen durch soziodigitale Routinen und/oder Praktiken	312
5.3.1.5	Soziodigitale Routinen und/oder Praktiken in Communitys	322
5.3.1.6	Weitere soziodigitale Routinen und/oder Praktiken	326
5.3.2	Ergebnisse des axialen Kodierens	331
5.3.2.1	Anwendung digitaler Tools als soziodigitaler Prozess	333
5.3.2.2	Soziodigitale Interaktion im Vorgründungsprozess	334
5.3.2.3	Soziodigitales Handeln durch Vorbilder und Mentoren	336
5.3.2.4	Netzwerke als Treiber für soziodigitale Routinen und/oder Praktiken	338
5.3.2.5	Communitys als Treiber für soziodigitale Routinen und/oder Praktiken	340
5.3.2.6	Wissen und Erfahrung als Resultat soziodigitaler Routinen und/oder Praktiken	342
5.3.2.7	Chancenwahrnehmung durch soziodigitale Routinen und/oder Praktiken	344
5.3.3	Ergebnisse des selektiven Kodierens	346

---

5.3.3.1	Wissen und Erfahrung durch soziodigitale Routinen und/oder Praktiken .....	347
5.3.3.2	Unternehmerische Motivation durch soziodigitale Routinen und/oder Praktiken .....	349
5.3.4	Auswertung der subjektiven Modelle der befragten Gründer .....	351
<b>6</b>	<b>Zusammenfassung, Schlussfolgerungen und Ausblick .....</b>	<b>363</b>
6.1	Zusammenfassung der theoretischen Erkenntnisse .....	364
6.2	Phänomen der soziodigitalen Routinen und/oder Praktiken im Vorgründungsprozess .....	368
6.2.1	Soziodigitale Routinen und/oder Praktiken: Verständnis und Kontextualisierung .....	369
6.2.2	Existenz und Auswirkungen soziodigitaler Routinen und/oder Praktiken .....	369
6.2.2.1	Thesen zur Existenz soziodigitaler Routinen und/oder Praktiken .....	374
6.2.2.2	Thesen zur Wirkung soziodigitaler Routinen und/oder Praktiken .....	376
6.2.3	Definition soziodigitaler Routinen und/oder Praktiken .....	380
6.3	Implikationen und Forschungsausblick .....	383
6.3.1	Praktische Implikationen .....	383
6.3.2	Theoretische Implikationen .....	387
6.4	Limitationen .....	388
6.5	Abschließende Gedanken .....	392
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>395</b>