

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 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 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 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	Definitorische 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> .....	157
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 Empirische Untersuchung .....</b>	<b>265</b>
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>