

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangslage & Problemstellung	1
1.2	Forschungsdefizite, Forschungsfragen und Zielsetzungen	4
1.2.1	Forschungsdefizit 1	5
1.2.2	Forschungsdefizit 2	6
1.2.3	Forschungsdefizit 3	8
1.2.4	Forschungsdefizit 4	9
1.3	Methodische Herangehensweise	11
1.3.1	Vorstudie: Explorative Gespräche im Sinne der Grounded Theory	11
1.3.2	Literaturübersicht & -analyse	14
1.3.2.1	Literaturübersicht & -analyse zum räumlichen Handlungskontext	15
1.3.2.2	Literaturübersicht & -analyse zu entrepreneurial Leadership	16
1.3.3	Wissenschaftstheoretische Verortung der Arbeit	19
1.4	Aufbau der Arbeit	23
<b>2</b>	<b>Annäherung an den räumlichen Handlungskontext durch explorative Gespräche</b>	<b>27</b>
2.1	Anfänglicher Untersuchungsbereich, initiale Fragestellung & Ziel der Vorstudie	29
2.2	Begründung & Kritik der gewählten Methode	31
2.2.1	Begründung der gewählten Methode	31
2.2.2	Kritik der gewählten Methode	35
2.3	Prozess der Datenerhebung & -analyse	37
2.3.1	Auswahl der Gesprächspartner	38

---

2.3.2	Vorbereitung der Datenerhebung .....	41
2.3.3	Durchführung der Datenerhebung .....	41
2.3.4	Datenanalyse & Kodierprozess .....	42
2.3.5	Limitationen der Vorstudie .....	49
2.4	Erkenntnisse der explorativen Gespräche .....	50
2.4.1	Präsentation der Erkenntnisse .....	50
2.4.2	Interpretation der Erkenntnisse & Ableitung theoretischer Annäherungsfelder .....	57
2.4.2.1	Annäherungsfeld: Raum & Rahmenbedingungen werden von den ansässigen Akteuren definiert .....	59
2.4.2.2	Annäherungsfeld: Lebensraum als persönlicher Aktionsradius .....	60
2.4.2.3	Annäherungsfeld: Touristischer Raum als unternehmerischer Aktionsradius .....	62
2.4.2.4	Annäherungsfeld: Überschneidung von touristischem Raum und Lebensraum .....	63
2.4.3	Zwischenfazit: Die Bedeutung der Exploration für diese Arbeit .....	64
<b>3</b>	<b>Theoretische Annäherung an den (touristischen) Raum als räumlichen Handlungskontext .....</b>	<b>65</b>
3.1	Raum aus geographischer & soziologischer Perspektive .....	65
3.1.1	Raum als relationales und soziales Konstrukt .....	67
3.1.2	Raum im Sinne von ‚Space‘ und ‚Place‘ .....	71
3.1.3	Raum als Basisdimension des gesellschaftlichen und gemeinschaftlichen Lebens .....	73
3.2	Handeln & Interagieren im räumlichen Kontext .....	76
3.2.1	Begriffsbestimmung Handeln & Interagieren .....	76
3.2.1.1	Handeln & soziales Handeln .....	77
3.2.1.2	Interaktion & symbolische Interaktion .....	79
3.2.2	Dualität von räumlichen Strukturen & Handeln .....	82
3.2.3	Embeddedness von (ökonomischem) Handeln & Interagieren .....	84
3.3	Feldtheoretische Ansätze zur Erläuterung von Handeln & Interagieren in räumlichen Strukturen .....	86
3.3.1	Soziale Felder nach Bourdieu .....	88
3.3.1.1	Sozialer Raum & Felder .....	88
3.3.1.2	Felder & Kapital .....	90

3.3.1.3	Felder & Habitus .....	93
3.3.1.4	Eigengesetzlichkeit von Feldern .....	96
3.3.2	Interaktionaler feldtheoretischer Ansatz .....	98
3.3.2.1	Felder als Nexus sozialer Interaktion .....	98
3.3.2.2	Zentrale Elemente von Feldern .....	101
3.3.2.3	Soziale Felder .....	102
3.3.2.4	Konvergenz von sozialen Feldern .....	103
3.3.3	Zwischenfazit: Feldtheoretische Ansätze und ihre Bedeutung für soziale Interaktion in räumlichen Strukturen .....	108
4	<b>Konzeptualisierung des touristischen Raums als räumlichen Handlungskontext .....</b>	<b>111</b>
4.1	Perspektiven auf den touristischen Destinationsraum .....	111
4.1.1	Konventionelle wirtschaftswissenschaftliche Perspektive .....	114
4.1.1.1	Die Destination als Wettbewerbseinheit .....	114
4.1.1.2	Organisationsstrukturen von touristischen Destinationen .....	117
4.1.1.3	Touristische Destinationen als Netzwerke unternehmerischer Einzelleistung .....	119
4.1.1.4	Stakeholder in community-based Destinationen .....	121
4.1.2	Soziokulturelle Perspektive .....	126
4.1.2.1	Der touristische Raum als relationales und soziales Konstrukt .....	126
4.1.2.2	Dualität von touristischem Raum und Handeln .....	130
4.1.2.3	Der touristische Raum als Place und Lebensraum .....	132
4.2	Feldtheoretische Betrachtungsweise auf den touristischen Destinationsraum .....	134
4.2.1	Existenz multipler sozialer Felder im touristischen Raum .....	135
4.2.2	Konvergenz der sozialen Felder zum touristisch-sozialen Feld .....	139
4.2.3	Akteure als zentrale Elemente des touristisch-sozialen Feldes .....	144

---

4.2.4	Struktur & Eigengesetzlichkeit des touristisch-sozialen Feldes .....	146
4.2.5	Habitus, Strategien und Rollen der Akteure im touristisch-sozialen Feld .....	148
4.2.6	Zwischenfazit: Das touristisch-soziale Feld als Nexus sozialer Interaktion im touristischen Raum .....	151
<b>5</b>	<b>Annäherung an Entrepreneurial Leadership .....</b>	<b>157</b>
5.1	Entrepreneurial Leadership als Erfolgsfaktor für den unternehmerischen Handlungskontext .....	158
5.2	Entrepreneurial Leadership als aufstrebender Forschungszweig .....	159
5.3	Entrepreneurship & Leadership als zugrundeliegende Konzeptionen .....	163
5.3.1	Entrepreneurship .....	164
5.3.2	Leadership .....	169
5.3.3	Parallelen als Ausgangspunkt für entrepreneurial Leadership .....	174
5.4	Perspektiven zu entrepreneurial Leadership .....	177
5.4.1	Konvergenz von Entrepreneurship & Leadership .....	179
5.4.2	Individuen-zentrierte Perspektive zu entrepreneurial Leadership .....	180
5.4.3	Prozess-orientierte Perspektive zu entrepreneurial Leadership .....	182
5.4.4	Kontextabhängige Perspektive zu entrepreneurial Leadership .....	185
5.4.5	Zwischenfazit: Integration der Forschungsperspektiven in dieser Arbeit .....	187
<b>6</b>	<b>Charakterisierung von entrepreneurial Leadern &amp; entrepreneurial Leadership .....</b>	<b>189</b>
6.1	Erkenntnisse zum Individuum des entrepreneurial Leaders aus der Literatur .....	190
6.1.1	Erkenntnisse zu Eigenschaften von entrepreneurial Leadern .....	191
6.1.2	Erkenntnisse zu Fähigkeiten von entrepreneurial Leadern .....	193
6.1.3	Erkenntnisse zum Verhalten von entrepreneurial Leadern .....	195

6.1.4	Zwischenfazit: Varietät der entrepreneurial Leadership Attribute .....	197
6.2	Charakterisierung von Individuen aus dem Blickwinkel der Persönlichkeitspsychologie .....	200
6.2.1	Das Verständnis von Persönlichkeit .....	200
6.2.2	Das integrative Modell der Persönlichkeit nach McAdams & Pals .....	202
6.3	Charakterisierung von entrepreneurial Leadern anhand des integrativen Modells der Persönlichkeit .....	206
6.3.1	Dispositionelle Eigenschaften von entrepreneurial Leadern .....	207
6.3.2	Charakteristische Adaptionen von entrepreneurial Leadern .....	216
6.3.2.1	Konzeptionelle Fähigkeiten .....	219
6.3.2.2	Motivationale Aspekte .....	221
6.3.2.3	Interpersonelle Attribute .....	222
6.3.2.4	Transformative Fähigkeiten .....	223
6.3.2.5	Selbstbezogene Schemata .....	224
6.3.3	Verhaltensdimensionen von entrepreneurial Leadern ....	225
6.3.4	Das Persönlichkeitsprofil von entrepreneurial Leadern .....	228
6.4	Zwischenfazit der bisherigen Erkenntnisse: Entrepreneurial Leadership als Interaktionsprozess .....	230
<b>7</b>	<b>Entrepreneurial Leadership im räumlichen Handlungskontext ....</b>	<b>235</b>
7.1	Entrepreneurial Leadership als kontextgebundener Interaktionsprozess im touristisch-sozialen Feld .....	236
7.2	Charakterisierung von entrepreneurial Leadern im touristisch-sozialen Feld .....	237
7.2.1	Embeddedness von entrepreneurial Leadern im touristisch-sozialen Feld .....	240
7.2.1.1	Netzwerk-Embeddedness .....	243
7.2.1.2	Soziokulturelle Embeddedness .....	248
7.2.1.3	Räumliche Embeddedness .....	250
7.2.2	Kapitalformen im touristisch-sozialen Feld .....	253
7.2.2.1	Ökonomisches Kapital .....	254
7.2.2.2	Kulturelles Kapital .....	255
7.2.2.3	Soziales Kapital .....	255
7.2.2.4	Symbolisches Kapital .....	256

7.2.2.5	Feld-spezifisches Kapital .....	256
7.2.2.6	Entrepreneurial Social Infrastructure .....	257
7.2.3	Rollen und Strategien von entrepreneurial Leader im räumlichen Handlungskontexts .....	261
7.2.3.1	Entrepreneurial Leader als Innovatoren .....	265
7.2.3.2	Entrepreneurial Leader als Initiatoren .....	265
7.2.3.3	Entrepreneurial Leader als Strategen .....	266
7.2.3.4	Entrepreneurial Leader als Visionäre .....	267
7.2.3.5	Entrepreneurial Leader als Change Agents .....	267
7.2.3.6	Entrepreneurial Leader als soziale Architekten .....	268
7.2.3.7	Entrepreneurial Leader als Inspiratoren .....	268
7.2.3.8	Entrepreneurial Leader als Wegbereiter .....	269
7.3	Zwischenfazit: Weiterentwicklung des touristisch-sozialen Felds durch entrepreneurial Leadership .....	269
8	<b>Erklärungsmodell zu entrepreneurial Leadership im räumlichen Handlungskontext .....</b>	<b>273</b>
8.1	Theoretische Grundlagen für ein Erklärungsmodell .....	273
8.2	Präsentation des Erklärungsmodells .....	279
8.2.1	Mikroebene: Das Individuum des entrepreneurial Leaders .....	282
8.2.2	Mesoebene: Entrepreneurial Leadership als Interaktionsprozess .....	284
8.2.3	Makroebene: Entrepreneurial Leadership im touristisch-sozialen Feld .....	285
8.3	Abschließende Thesen der Arbeit .....	289
8.3.1	These 1 .....	290
8.3.2	These 2 .....	291
8.3.3	These 3 .....	293
8.3.4	These 4 .....	294
8.3.5	These 5 .....	296
8.3.6	These 6 .....	297
8.3.7	These 7 .....	299
8.3.8	These 8 .....	301
8.4	Abschließendes Fazit: Entrepreneurial Leadership im touristisch-sozialen Feld .....	302

---

<b>9</b>	<b>Schlussbetrachtung</b>	303
9.1	Zusammenfassung und Beantwortung der Forschungsfragen	303
9.1.1	Das touristisch-soziale Feld als räumlicher Handlungskontext für entrepreneurial Leadership	304
9.1.2	Charakterisierung von entrepreneurial Leadern und entrepreneurial Leadership	307
9.1.3	Charakterisierung von entrepreneurial Leadern im touristisch-sozialen Feld	312
9.1.4	Entrepreneurial Leadership im touristisch-sozialen Feld	317
9.2	Kritische Reflexion & Limitationen der Arbeit	318
9.2.1	Kritische Reflexion der explorativen Vorstudie	319
9.2.2	Kritische Reflexion der integrativen Literaturübersicht	320
9.2.3	Kritische Reflexion des konzeptionellen Zugangs	322
9.3	Theoretische Implikationen der Arbeit & Forschungsempfehlungen	325
9.3.1	Theoretische Implikationen zum touristisch-sozialen Feld	325
9.3.2	Theoretische Implikationen zu entrepreneurial Leadership im touristisch-sozialen Feld	332
9.4	Praktische Implikationen der Arbeit & Ausblick	339
	<b>Literaturverzeichnis</b>	343