

Stahlecker, Thomas

Working Paper

Zur theoretischen Bedeutung sozialer und organisatorischer Netzwerke im Gründungsprozess wissensintensiver Unternehmen

Arbeitspapiere Unternehmen und Region, No. U1/2008

Provided in Cooperation with:

Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI

Suggested Citation: Stahlecker, Thomas (2008) : Zur theoretischen Bedeutung sozialer und organisatorischer Netzwerke im Gründungsprozess wissensintensiver Unternehmen, Arbeitspapiere Unternehmen und Region, No. U1/2008, Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, Karlsruhe, <https://doi.org/10.24406/publica-fhg-293839>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/29332>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Arbeitspapiere Unternehmen und Region
Nr. U1/2008



Thomas Stahlecker

Zur theoretischen Bedeutung sozialer
und organisatorischer Netzwerke im
Gründungsprozess wissensintensiver
Unternehmen



Fraunhofer Institut
System- und
Innovationsforschung

Zur theoretischen Bedeutung sozialer und organisatorischer Netzwerke im Gründungsprozess wissensintensiver Unternehmen.¹

Dr. Thomas Stahlecker
Fraunhofer-Institut für System-
und Innovationsforschung (Fraunhofer ISI)
Competence Center "Politik und Regionen"
Breslauer Str. 48
76139 Karlsruhe
Telefon: +49 / 721 / 6809-173
Telefax: +49 / 721 / 6809-176
e-mail: thomas.stahlecker@isi.fraunhofer.de
URL: www.isi.fraunhofer.de

¹ Dieses Arbeitspapier wurde im Rahmen eines von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanzierten Forschungsprojektes zum Thema "Die Gründung wissensbasierter Dienstleistungsunternehmen im Kontext industrieller Kerne" erstellt.

Inhaltsverzeichnis	Seite
1 Einleitung.....	1
2 Neue Ansätze der sozio-ökonomischen Gründungsforschung.....	3
3 Formen und Bedeutung von Netzwerken im Kontext neu gegründeter Unternehmen: ein kurzer Überblick.....	6
4 Organisatorische Netzwerke.....	9
4.1 Vorteile organisatorischer Netzwerke.....	10
4.2 Regionale Risiken der Einbindung von Unternehmen in Netzwerke	11
4.3 Zwischenfazit	12
5 Soziale Netzwerke im Gründungsprozess wissensintensiver Unternehmen.....	13
5.1 Soziales Kapital und soziale Beziehungen.....	13
5.2 Die räumliche Bindung sozialen Kapitals und sozialer Netzwerke	18
5.2.1 Vorteile räumlicher Nähe.....	21
5.2.2 Räumliche Nähe und Standortwahl.....	23
5.2.3 Soziale Netzwerke und räumliche Konzentration neuer Unternehmen	24
5.2.4 Vor- und Nachteile regionaler Bindungen	26
6 Offene Fragen und Forschungsbedarf.....	28
7 Literatur	30

1 Einleitung

Soziale Netzwerke spielen eine wesentliche Rolle im unternehmerischen Gründungs- und Entwicklungsprozess. Allgemein ausgedrückt verbinden sie Individuen und beeinflussen somit die räumliche Verteilung von Unternehmen und Branchen. Nach Stam (Stam 2003: 42) ist Handeln im Raum ("*spatial action*") eine spezielle Kategorie sozialen Handelns. Soziale Beziehungen können Individuen in lokale Netzwerke einbetten, die ihr Handeln bestimmen oder auch einschränken. Die Formierung von Netzwerkbeziehungen neu gegründeter Unternehmen wird in der Regel an einer bestimmten Stelle realisiert ("*embedded in place*"). Die Akteure eines bestimmten sozialen Netzwerkes sind außerordentlich ortsgebunden, sodass sich Netzwerke und ihre Beziehungen in Regionen ("*localities*") auch rekonstruieren und sich über den Raum verteilen (Yeung 1994).

Für wissensintensive und innovative Unternehmensgründungen gelten diese Gesetzmäßigkeiten in besonderer Weise. Die durch das soziale bzw. persönliche Netzwerk der Person Gründers getragene Einbindung solcher Unternehmen in *Interorganisationsbeziehungen* unterschiedlicher Struktur und Reichweite ermöglicht beispielsweise die Versorgung mit externen Wissens- und Informationsbeständen, die für den *Entwicklungsverlauf* dieser Unternehmen erforderlich sind, intern aber – u.a. bedingt durch Größennachteile junger Unternehmen – nicht zur Verfügung stehen. In diese Kategorie gehören v.a. Verflechtungen im FuE-Bereich sowie Kundenkontakte zum Produzierenden Gewerbe bzw. zu anderen (wissensintensiven) Unternehmen. Kujath (1998) beobachtet eine ausgeprägte regionale Bindung von jungen wissensintensiven Unternehmen, die sich oftmals nicht mehr mit der Verfügbarkeit "harter" Standortfaktoren/Ressourcen allein erklären lässt, sondern die Dimension "soziale Netzwerke" und in ihnen eingebettete Wissensbestände mehr und mehr berücksichtigen muss. So erleichtern nach Sorenson (2003) soziale Beziehungen die Akquisition impliziten Wissens, das in Personen und Handlungsabläufen verkörpert ist. Im Gegensatz zur wissensintensiven und hochgradig vernetzten Wirtschaft sieht Granovetter (1993: 18) reine Handelsbeziehungen weniger personalisiert und eingebettet in fortlaufende persönliche Beziehungen. Dies gilt umso mehr, je größer die sozialen, kulturellen und geographischen Distanzen zwischen den Handelspartnern werden ("*strukturelle embeddedness*").

Das Ziel des vorliegenden Arbeitspapiers besteht darin, die Bedeutung sozialer Netzwerke und regional gebundenen sozialen Kapitals für den Gründungspro-

zess wissensintensiver Unternehmen theoretisch zu beleuchten. Die Analyse wird durch die theoretische These bestimmt, dass regional gebundenes soziales Unternehmerkaptial sowie unternehmerische Netzwerke "zwei Seiten der selben Medaille" darstellen und nach Sternberg (2000) die "*entrepreneurial social infrastructure*" einer Region im Wesentlichen definieren. Die Qualität dieser Netzwerke (i.S. Reichweite, Dichte, Dynamik, Zusammensetzung der Akteure u.a.) spielt für junge wissensintensive Unternehmen eine wichtige Rolle, ebenso für sich modernisierende bzw. erneuernde Regionen.

Das Arbeitspapier gliedert sich in sechs Abschnitte, wobei – analog zum inhaltlichen Schwerpunkt – die theoretische Bedeutung organisatorischer Netzwerke (Abschnitt 4) und sozialer Netzwerke (Abschnitt 5) im Mittelpunkt der Arbeit stehen. Im folgenden Abschnitt 2 werden zunächst die neueren Ansätze der sozio-ökonomischen Gründungsforschung konturiert, die v.a. durch eine interaktive Perspektive bzw. der Betrachtung von Interaktionen zwischen dem Unternehmer und seinem sozi-ökonomischen Umfeld bestimmt werden. Im darauf folgenden Abschnitt 3 erfolgt ein kurzer Überblick neuer Formen und der Bedeutung von Netzwerken im Zusammenhang mit unternehmerischen Gründungsaktivitäten. Nach den beiden Hauptabschnitten wird in einem abschließenden Abschnitt (6) auf offene Fragen und den erforderlichen Forschungsbedarf eingegangen.

2 Neue Ansätze der sozio-ökonomischen Gründungsforschung

Obwohl die Person des Unternehmers ("*Entrepreneur*") in der wirtschaftswissenschaftlichen Theorie traditionell als zentrales Element - beispielsweise als "Ressourcenkoordinator" (Coase 1991), Innovateur (Schumpeter 1980) oder Träger von Risiken (Knight 2002) – behandelt wird, wurde seine Rolle im wirtschaftswissenschaftlichen "Mainstream" in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts eher vernachlässigt. Erst in jüngerer Zeit kommt der Gründerperson innerhalb und zwischen verschiedenen Fachrichtungen bzw. verstärkter Aktivitäten im Bereich der "inter- und multidisziplinären" Gründungsforschung erhöhte Aufmerksamkeit zu (Stam 2003: 12). So verweist Sternberg (2000) auf die Zunahme von entsprechenden Publikationen, Zeitschriften und Kongresse während der letzten Jahre. Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) hat mit der Einrichtung eines Schwerpunktprogramms "*Interdisziplinäre Gründungsforschung*", in dem sozio-ökonomische Forschungsthemen (z.B. innerhalb der Wirtschaftsgeographie) recht prominent vertreten sind, zu einer deutlichen Aufwertung der deutschsprachigen "*Entrepreneurship-Research*" beigetragen.

Auch die internationale Gründungsforschung konzentriert sich in jüngerer Zeit auf angebots- oder personenbezogene Ansätze (Sternberg 2000; Thornton 1999), wobei insbesondere Charaktereigenschaften und Wesenszügen "autonomer unternehmerischer Personen" (Gartner 1989) besondere Aufmerksamkeit gewidmet wurde. Ein umfassende Übersicht zu dieser Forschungstradition gibt z.B. die Arbeit von Klandt (1984), der relevante Personenmerkmale des Unternehmensgründers unter Merkmalsdimensionen wie Wesenszüge, Charaktereigenschaften, Geschlecht und Alter, Fähigkeitswesenszüge sowie mikrosozialem Umfeld mit den Unterpunkten der privaten, beruflichen und finanziellen Sphäre zusammenfasst.

Im Laufe der 1980er Jahre erweiterte sich der Blick von der eng auf das Individuum ausgerichteten Perspektive hin zur Erforschung des unternehmerischen Prozess' bzw. Ereignis' (Gartner 1989; Sexton/Landström 2000). So ist insbesondere eine Verschiebung von der Betrachtung sozio-psychologischer Merkmale von Unternehmern ("traits-Ansätze", vgl. Gartner 1989), hin zu sozialen und institutionellen Kontexten in denen unternehmerisches Handeln eingebettet ist zu beobachten (Aldrich 1999; Birley 1985). Weitgehende Einigkeit besteht in der Zwischenzeit hinsichtlich der Umschreibung des unverkennbaren unternehmerischen Prozess' als Erkennen einer günstigen Gelegenheit ("*opportunity*

recognition"), Ressourcen-Mobilisierung, Schaffung von Ressourcen und Koordinierung von Ressourcen (Davidsson 2001). Das gegenwärtige Hauptinteresse der (sozio-ökonomischen) Gründungsforschung ist:

"... the dialogue between the individual (the entrepreneur) and new value creation, within an ongoing process and within an environment that has specific characteristics" (Bruyat/Julien 2000: 165) bzw. "the organising of resources and collaborators in new patterns according to perceived opportunities." (Landström/Johannisson 2001: 228)

Die Gründungsforschung hat somit eine deutliche Verlagerung ihres auf das Individuum (Gründungsperson) oder das Unternehmen gerichteten Schwerpunktes, hin zu einer interaktiven Perspektive bzw. der Betrachtung von Interaktionen zwischen dem Unternehmer und seinem sozio-ökonomischen Kontext erfahren. Für Johannisson (2000) ist Entrepreneurship ein *"generically social, a collective phenomenon"*, das nicht allein durch die Eigenschaften einzelner Unternehmer erklärbar ist, sondern nur über das Sozialkapitalkonzept und die damit verbundenen positive Externalitäten erzeugenden Akteursnetzwerke (siehe auch Birley 1985; Malecki 1997; Sternberg 2000). Der Begriff *"embeddedness"* – die soziale Einbettung wirtschaftlicher Aktivitäten – wird nicht nur im Zusammenhang mit Unternehmensgründungen von einer ganzen Reihe von Wissenschaftlern unterschiedlicher Fachrichtungen verwendet (Glückler 2001; Granovetter 1995; Thornton 1999).

Die *wirtschaftsgeographische Gründungsforschung* analysiert nun den räumlichen Kontext in dem Gründungsaktivitäten "geschehen" und berücksichtigt Umfeldfaktoren im weitesten Sinne, zu denen beispielweise (räumliche) Netzwerke, räumliche Nähe² (Torre/Gilly 2000) und andere Merkmale des regionalen Um-

2 Dem Begriff *"Nähe"* ist vor allem in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur große Aufmerksamkeit zuteil geworden, insbesondere bei Autoren die sich mit Fragen des Raumes beschäftigen, sei es bezüglich Industrieller Distrikte, Milieux, Technopoles, Distanzanalysen oder in den jüngsten Vorstößen der Wirtschaftsgeographie. Das Interesse erstreckt sich mittlerweile auch auf Bereiche der Innovationsökonomik und wird beispielsweise zur Erklärung des Innovationsprozesses, der Verbindungen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, des Verhältnisses zwischen Anwendern und Produzenten, der Strukturen von nationalen und regionalen Innovationssystemen sowie innovativer Milieux, herangezogen (vgl. Bellet et al. 1998; Rallet/Torre 1995; 2000; Torre/Gilly 2000). In den 1990er Jahren wurde die entsprechende Forschung durch die Bedeutungszunahme moderner Kommunikationsmedien und der damit verbundenen Ausdehnung der geographischen Grenzen und Distanzen mit gänzlich neuen Phänomenen konfrontiert. So haben physi-

feldes zählen. Stam (2003) betont den räumlichen Kontext als von geographischer Vielfalt (wirtschaftlich, politisch, sozial und kulturell) beeinflusst bzw. gestaltet. Die wirtschaftliche Sphäre wird nicht länger getrennt von der kulturellen Sphäre (sozial, politisch und institutionell) – sondern als sich symbiotisch aufeinander beziehend – betrachtet. Jessop (2001) und Martin (2000) sprechen von "*socio-cultural turn*" und "*institutional turn*". Weitere Schlüsselbegriffe die diese neue Betrachtungsperspektive umschreiben sind "*embeddedness*" (Lagendijk 1997), "*network paradigm*" (Cooke/Morgan 1993), "*relational turn*" (Boogs/Rantisi 2003) oder "*contextual turn*"³ (Stam 2003). Insbesondere Netzwerktheorien (z.B. social exchange theory, vgl. Johannisson et al. 1994: 333) und Netzwerkanalysen werden als methodisch-konzeptionelle Ansätze herangezogen um das Unternehmen als fokale Einheit der kapitalistischen Produktions-Organisation zu begreifen während gleichzeitig der institutionelle Kontext ("Kontext-Ansatz") in dem diese Unternehmen operieren berücksichtigt wird. Hierbei ist nach Yeung (1994) das Beziehungsgeflecht mit anderen ökonomischen und politischen Akteuren am bedeutendsten. Unzweifelhaft ist, dass embeddedness, Kontexte und Netzwerke eine wichtige Rolle für unternehmerische Prozesse spielen. Weitgehend unbeantwortet ist jedoch welche Funktionen sie übernehmen und unter welchen Bedingungen.

sche Barrieren einen immer weniger limitierenden Effekt auf inter-organisatorische Kopplungen. Nähe wird nicht mehr nur in einem physischen Sinne verstanden. Auch für neue, in bestimmten Technologie- und Wissensfeldern gegründete Unternehmen, haben bestimmte Formen der Nähe (z.B. räumliche Nähe) an Bedeutung verloren. Andere Näheformen (z.B. soziale, organisatorische oder kulturelle Nähe) haben hingegen an Bedeutung gewonnen.

³ Johannisson et al. (1994: 330) spricht in diesem Zusammenhang von "*contextual approach in entrepreneurship*".

3 Formen und Bedeutung von Netzwerken im Kontext neu gegründeter Unternehmen: ein kurzer Überblick

"Networks are a particular useful resource for entrepreneurs: Entrepreneurial success is a function of the new venture idea, and entrepreneurial know how and entrepreneurial know who." (Peterson/Rondstadt 1986).

Wie oben bereits erwähnt, beschäftigen sich Arbeiten im Rahmen der *Gründungsforschung* schon seit geraumer Zeit mit der Rolle von Netzwerken neu gegründeter bzw. junger Unternehmen. Je nach wissenschaftlicher Disziplin bzw. Betrachtungsperspektive werden mit dem Begriff Netzwerk recht unterschiedliche Aspekte im Zusammenhang mit der Analyse neu gegründeter Unternehmen umschrieben. Innerhalb der Gründungsforschung sind folgende Formen von Netzwerken mit den ihnen entsprechend zugrunde liegenden Fragestellungen zu unterscheiden⁴:

1. Personenzentrierte/Soziale Netzwerke

Im Rahmen der theoretischen Perspektive *personenzentrierter* bzw. *sozialer Netzwerke* (auch *"Entrepreneurial Networks"*, *"Personal Networks"*) wird die Betrachtungsperspektive auf das Beziehungsnetz von Unternehmensgründern bzw. das Geflecht von sozialen Kontakten, in das eine (Fokal-)Person eingebunden ist, gerichtet (Aldrich/Zimmer 1986b; Brüderl et al. 1998; Granovetter 1985; Johannisson 1998; Koch/Stahlecker 2004). Ausgangspunkt des Ansatzes ist die Rolle des Unternehmers als die eines Organisators und Koordinators von Ressourcen und der damit einhergehenden Notwendigkeit sozialer Interaktion.

2. Organisatorische Netzwerke von Unternehmen

Neben der Betrachtung sozialer Netzwerke der Gründerperson bilden – auf der Ebene des Unternehmens – Ansätze, die *organisatorische- und Firmen-Netzwerke* in den Mittelpunkt der Betrachtung rücken, eine weitere wichtige Dimension. So stellen für kleine und junge Unternehmen Unternehmensnetzwerke (*"business-networks"*) eine Möglichkeit dar, insbesondere im Vergleich zu

⁴ Da der Schwerpunkt dieses Arbeitspapiers auf soziale und organisatorische Netzwerke gerichtet ist, werden beide Netzwerkformen in diesem Überblickskapitel nur recht knapp vorgestellt. Eine detaillierte Aufarbeitung folgt in den beiden Hauptkapiteln 4 und 5.

großen Unternehmen, wettbewerbsfähig zu werden und Größennachteile auszugleichen (Schutjens/Stam 2003). Die Analyse *organisatorische Netzwerke* von Unternehmen⁵ beinhaltet die Betrachtung kollektiver oder interorganisatorischer Beziehungen in die neue Unternehmen eingebettet sind (Dubini/Aldrich 1991; Reiß/Rudorf 1999; Scheidt 1995; Sternberg/Tamásy 1999; Uzzi 1996).

3. Unterstützungsnetzwerke im Rahmen der *Gründungsförderpolitik*

Eine gewisse modische Aktualität haben seit der zweiten Hälfte der 1990er Jahre politisch initiierte regionale Netzwerke zur Flankierung des Gründungsgeschehens erlangt. Für Deutschland sind entsprechende politische Initiativen bzw. Förderprogramme auf nahezu allen politischen Ebenen zu beobachten. Ausgehend von einem prozessualen Charakter von Unternehmensgründungen bei dem – neben der Gründerperson – eine ganze Reihe weiterer externer Akteure involviert sind (z.B. Beteiligungskapitalgesellschaften, Berater, Verwertungsgesellschaften, Kammern usw.), besteht das Ziel der Ansätze darin, auf eine stärkere Integration der vorhandenen regionalen Kompetenzen hinzuwirken und somit einen gewissen Institutionalierungsprozess einzuleiten.

Ohne an dieser Stelle eine detaillierte Darstellung folgen zu lassen, sei auf das 1997/1998 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung ins Leben gerufene Förderprogramm "*EXIST – Existenzgründer aus Hochschulen*" verwiesen (einen detaillierten Bericht der wissenschaftlichen Begleitung zu EXIST legte Kulicke 2006 vor). Die Maßnahmen von EXIST basieren auf der Annahme, dass durch die Schaffung von Anreizstrukturen Handlungskompetenzen gestärkt und unausgeschöpfte Vernetzungspotenziale aktiviert werden können. Obwohl gerade EXIST eindeutig nationale Ziele verfolgt, bedient es sich der regionalen Plattform zum Ausschöpfen derartige netzwerkinduzierte Synergiepotenziale, mit dem Ziel die Anzahl der Hochschulausgründungen zu steigern (Koschatzky 2000). EXIST gab in vielen Hochschulen in Deutschland erstmals den Anstoß, ein breiteres Konzept zur Förderung von Gründungen zu formulieren und Hochschulen mit anderen Institutionen in der Region zu vernetzen.

⁵ Je nach Untersuchungsziel werden organisatorische Netzwerke auch oftmals mit "Firmennetzwerken" oder auch "Innovationsnetzwerken" gleichgesetzt. Im Rahmen der in der Regel nicht der Gründungsforschung zuzurechnenden Arbeiten werden hierbei oftmals Fragen der Organisation derartiger Netzwerke, Strukturmerkmale, Inhalte und Wissensflüsse, Innovationsrelevanz oder aus regionalökonomischem Blickwinkel die Frage der regionalen Verankerung diskutiert (zu regionalen Innovationsnetzwerken vgl. Koschatzky 2001; 2003).

Zum Teil konnten die Partner bereits auf vorliegende Ansätze und eingeleitete Aktivitäten zurückgreifen, zum Teil fanden sie sich zum ersten Mal zusammen, um selbstorganisiert für ein gemeinsames Oberziel Konzeptentwicklungen und -implementierungen vorzunehmen.

Einhergehend mit diversen Aktivitäten der EU, des Bundes, der Länder und Kommunen zur Unterstützung/Förderung von Unternehmensgründungen erlangten auch wissenschaftliche Untersuchungen bezüglich Konzipierung und Erfolgskontrolle der Gründungsförderpolitik eine zunehmende Bedeutung im Rahmen der Gründungsforschung. Hierbei wird insbesondere Fragen der Effizienz, Effektivität, Signifikanz und Nachhaltigkeit derartiger Förderaktivitäten nachgegangen. Methodisch konzentrieren sich diese Arbeiten meist auf quantitative Erhebungen sowie auf qualitative Fallstudien (Kulicke 2006; Kulicke/Stahlecker 2002; Pleschak/Werner 1998).

4 Organisatorische Netzwerke

Neben der Betrachtung sozialer Netzwerke der Gründerperson bilden – auf der Ebene des Unternehmens – Ansätze, die *organisatorische- und Unternehmens-Netzwerke* in den Mittelpunkt der Betrachtung rücken, eine weitere wichtige Dimension. So stellen für kleine und junge Unternehmen Unternehmensnetzwerke ("*business-networks*") eine Möglichkeit dar, insbesondere im Vergleich zu großen Unternehmen, wettbewerbsfähig zu werden und Größennachteile auszugleichen (Schutjens/Stam 2003). Für ein Unternehmen stellt ein Netzwerk alle Beziehungen mit anderen Personen oder Unternehmen dar, die die Aktivitäten in die eine oder andere Richtung beeinflussen. Eine Reihe von Studien habe die Relevanz von Netzwerken für junge Firmen belegt (Aldrich 1999; Birley 1985; Butler/Hansen 1991; Larson 1992), einige insbesondere auf ihre räumliche Ausrichtung rekurriert (Johannisson 1996). Andere Studien betonen die Wirkungen von Netzwerkstrukturen für den Erfolg neuer Unternehmen (Brüderl et al. 1992; Brüderl/Preisendörfer 1998). In dieser mittlerweile umfangreichen Gründungsforschungsliteratur finden sich je nach theoretischer Sichtweise und wissenschaftlichem Standpunkt eine Vielzahl von Begriffsabgrenzungen und Anwendungen. Dubini/Aldrich (1991) verstehen unter organisatorischen Netzwerken von Unternehmen alle kollektiven Beziehungen in die neue Unternehmen eingebettet sind (vgl. auch Uzzi 1996). Berger et al. (1995) verwenden den Begriff "*temporal embeddedness*" und beziehen sich damit auf die Entwicklung von jungen Firmen in Netzwerken und ihrem weiteren Umfeld über die Zeit bzw. des zeitlichen Verlaufs von Transaktionsbeziehungen und den verknüpften Erwartungen mit Blick auf zukünftige Transaktionen. Sternberg/Tamásy (1999) verwenden den Begriff "*Interorganisatorische Beziehungen*" und beziehen sich hierbei auf die Versorgung mit externen Ressourcen (Wissen, Information etc.), die für den Entwicklungsverlauf der Unternehmen erforderlich sind, intern aber nicht vorgehalten werden (können) (vgl. auch Scheidt 1995). In diese Kategorie gehören v.a. Verflechtungen im FuE-Bereich sowie Kundenkontakte zum Produzierenden Gewerbe bzw. zu anderen (wissensintensiven) Unternehmen. Beckert (1999) und Shaw (1997) sprechen von *kooperierenden Netzwerken* im Gründungsprozess und verweisen auf das Entstehen neuer Unternehmen an der Schnittstelle von sozialen und kommerziellen Informationsnetzwerken, die potenzielle Gründer mit Ideen, dem Austausch von Gelegenheiten und dem Zugang zu Ressourcen versorgen (z.B. Finanzierungsmöglichkeiten, potenzielle Kunden und Kooperationspartner) (Johannisson 1995; 1996; 1998).

Bezogen auf den Gründungsursprung neuer Unternehmen weist Vivarelli (1991) auf die Wichtigkeit umfeldbezogener Merkmale hin. Es wird argumentiert, dass das Vorhandensein von Unternehmensnetzwerken bestehend aus vorwiegend kleinen Unternehmen effektive *Inkubatoren* für neue Unternehmer darstellen, da insbesondere innerhalb kleiner Unternehmen vielfache Gelegenheiten der Aneignung von Managementfähigkeiten bestehen. Allgemeiner formuliert stellen vor allem "*Industrielle Distrikte*" (Brusco 1986) mit ihren "*external economies*" (lt. Marshall's Terminologie, vgl. Marshall 1920) einen wichtigen Push-Faktor zur Stimulierung neuer Unternehmen dar. Des Weiteren bringen Formen der flexiblen Spezialisierung in einer bestimmten geographischen Region Multiplikator-Effekte mit sich (Piore/Sabel 1984). Von ökonomischer Seite haben verschiedene Studien den Einfluss von institutionell stabilisierten Netzwerken kleiner Unternehmen hervorgehoben und dabei insbesondere die positive Korrelation zwischen der Entstehung neuer Unternehmen und dem Vorhandensein von kleinen Unternehmen bestätigt (Storey 1982; Storey 1994).

4.1 Vorteile organisatorischer Netzwerke

Reiß/Rudolf (1999: 130) weisen auf die Vorteile organisatorischer Netzwerke i.S. von Netzwerkkonfigurationen hin, durch die sich Stärken von kleinen und großen sowie jungen und reifen Unternehmen in ein und derselben Organisationsform vereinen lassen. Netzwerke ermöglichen einen Nachteilsausgleich für "Kleinheit" und für "Jugend", also für Größen- und Erfahrungsdefizite. Auch Kujath (1998) betont die Notwendigkeit neu gegründeter (somit kleiner) Unternehmen, Größennachteile kompensieren zu müssen. Dies gilt umso mehr, je mehr sich Unternehmen spezialisieren und zu wissensintensiven Unternehmen werden. Junge, wissensintensive Unternehmen unterliegen somit einem doppelten Zwang zur (netzwerkintegrierten) Kooperation mit externen Institutionen: aus genannter Notwendigkeit heraus, Größennachteile zu kompensieren und bedingt durch den Umstand, dass mit zunehmender Spezialisierung nicht alle benötigten Leistungen selbst erbracht werden können und das Unternehmen somit stärker auf die Versorgung durch externe Dienste angewiesen ist, die ein Standort bzw. eine Region bietet. Die wissensbasierte Wirtschaft kann daher als vernetzt und durch eine Vielfalt möglicher Kombinationen zwischen spezialisierten Unternehmen charakterisiert werden (vgl. Kujath 1998). Regionen mit einem großen Bestand potenzieller Kooperationspartner übernehmen eine *wichtige Stabilisierungsfunktion* für junge Unternehmen. Die Innovationspotenziale sind umso größer, je vielfältiger das Angebot ergänzender und komple-

mentärer Funktionen im regionalen Umfeld ist. Innovationen resultieren dabei aus der räumlichen Nähe von Akteuren und den Wechselwirkungen innovationsrelevanter Dienstleistungen wie Ausbildung, Informationsbeschaffung und Beratung.

4.2 Regionale Risiken der Einbindung von Unternehmen in Netzwerke

Auf institutionelle Rahmenbedingungen und die Frage des Zugangs neu gegründeter Unternehmen zu (regionalen) Innovations- und Produktionsnetzwerken Bezug nehmend, beschäftigen sich Studien von Krauss (1999), Fuchs/Wolf (1999), Krauss/Stahlecker (Krauss/Stahlecker 2000; 2001), Becker/Dietz (2002) und Scheidt (1995). Die Autoren weisen darauf hin, dass im Zusammenhang mit Prozessen der betrieblichen Netzwerkeinbindung das Umfeld potenzieller Interaktionspartner für neu gegründete Unternehmen zunächst eine gegebene Größe darstellt, die sich einer maßgeblichen Beeinflussung durch das Unternehmen entzieht und dem es sich im Vorfeld der Gründung sowie den ersten Jahren nach der Gründung in weitgesteckten Grenzen anpassen muss, um erfolgreich zu sein. Insofern handelt es sich um einen unternehmensexternen Faktor. Nicht nur die Struktur des Netzwerkes, sondern auch das Verhalten der Netzwerkpartner hängt vom Verhalten des jungen Unternehmens ab und ist dadurch in Grenzen durch unternehmensinterne bzw. gründerspezifische Charakteristika gestaltbar (Scheidt 1995: 72). Krauss (1999) und Fuchs/Wolf (1999) haben am Beispiel Baden-Württembergs bzw. der Region Stuttgart gezeigt, dass wirtschaftsstrukturelle, technologische und institutionelle *Pfadabhängigkeiten* zu einer tendenziellen Reproduktion des regionalen Innovations- und Produktionssystems führen. Es wird argumentiert, dass geschlossene Netzwerkkonfigurationen der drei Kernbranchen der baden-württembergischen Wirtschaft (Automobilbau, Maschinenbau, Elektrotechnik) einen negativen Einfluss auf die Gründungsintensität ausüben und eher dämpfend wirken. Unter qualitativen Gesichtspunkten haben darüber hinaus nur diejenigen Unternehmen "Zugang" zu den etablierten Netzwerken, die sich technologisch "nah" an den regional verankerten Pfaden verorten. Je größer die Distanz zu diesen bestehenden Pfaden ist, desto höher sind die Markteintrittsbarrieren und somit das Risiko zu scheitern. Im Rahmen diverser Fallstudien zum Biotechnologie- und Multimedia-Sektor haben Fuchs/Wolf (1999) und Kraus/Stahlecker (2001) gezeigt, dass es in der Region Stuttgart offensichtlich

nicht gelingt, diese Technologiefelder – auch bei umfangreicher öffentlicher Förderung – in nennenswertem Umfang zur Ansiedlung zu bringen.

4.3 Zwischenfazit

Aufgrund der empirischen Beobachtung, dass die Mehrheit neu gegründeter Unternehmen in den ersten Jahren nach Gründung - wenn überhaupt - nur ein verhaltenes Wachstum zeigt, ist das Gros der Unternehmen oftmals auch Jahre nach der Gründung sehr stark vom persönlichen Netzwerk der Gründerperson abhängig. Von Unternehmensnetzwerken im oben verstandenen Sinne kann somit nur in der weitaus kleineren Anzahl der Fälle gesprochen werden.

Bezogen auf wissenschaftliche Analysen von Netzwerken neu gegründeter Unternehmen betont Johannisson (1998) die *methodischen Vorteile*: da der Unternehmer in seiner Person sowohl die (kleine) Firma als auch ihre physischen und Humanressourcen verkörpert, decken sich die individuelle und die organisatorische Analyseebene weitgehend. In einem kleinen Unternehmen wird die interne Wissensbasis durch die Kompetenzen des Eigentümer, der gleichzeitig als Manager agiert ("*owner-manager*") dominiert. Es ist daher für den Unternehmer entscheidend, Zugang zu externen Wissens- und Informationsbeständen zu haben, die benötigt werden um die eigenen Kompetenzen auszuweiten. Dieser "Kontext" kann entweder funktional (z.B. Branche, Industriezweig, Technikfeld oder Unternehmung) oder räumlich (lokal, regional, überregional) abgegrenzt werden. Für Johannisson (1998: 297) begründet sich dieser Kontext durch Netzwerke von in Wechselbeziehungen zueinander stehende Personen ("*networks interrelating persons*"), die sich gegenseitig vertrauen und eine Arena bilden, in der sowohl formelles als auch informelles Wissen übertragen werden kann.

5 Soziale Netzwerke im Gründungsprozess wissensintensiver Unternehmen

"Owner Manager require information to manage their enterprises and they rely extensively on personal contacts, rather than written reports and formal meetings, to gather requisite information. This non-routine, informal data does not usually come to the proprietors: they have to expend energy and demonstrate skill in acquiring it." (Birley et al. 1991)

5.1 Soziales Kapital und soziale Beziehungen

Das Konzept des sozialen Kapitals thematisiert eine Ressource, die im Gegensatz zum Sach- und Humankapital nicht in der Verfügungsgewalt eines Akteurs oder einer Organisation liegt, sondern in der Beziehung zwischen Akteuren besteht und somit nur in Abhängigkeit von Partnern mobilisiert werden kann (Bathelt/Glückler 2000: 57ff.). Soziales Kapital beschreibt somit das Potenzial an Chancen und Gelegenheiten, die ein Akteur oder eine Organisation durch die Beziehungen zu anderen realisieren kann (Burt 1997; Jansen 1999). Für Portes (1995: 4) berücksichtigt soziales Handeln immer das Verhalten anderer und orientiert sich an seinem Verlauf, womit das Sozialkapitalkonzept in erster Linie auf die Einbettung der Akteure in ihr mikrosoziales Umfeld abzielt (Brüderl et al. 1998: 43). Die Interaktion mit anderen Akteuren (z.B. durch persönliche Beziehungen) erleichtert beispielsweise kollektives Handeln, leistet emotionale Unterstützung, bietet Zugang zu finanziellen und physischen Ressourcen, hat aber zugleich auch einschränkende Effekte, da die Verpflichtungen anderen gegenüber die eigenen Möglichkeiten des Handelns begrenzen (Stam 2003: 42).

So stellen z.B. *soziale Netzwerke* zwischen Akteuren bzw. Individuen eine Form sozialen Kapitals dar, da sie die Unsicherheit der Interaktion auf Grundlage von Vertrauen reduzieren und dadurch die Möglichkeit der Kooperation bei gemeinsamen Zielen eröffnen. Glückler (2001) betont die unterschiedlichen Konstellationen derartiger sozialer Netzwerke, die auch unterschiedliche Formen sozialen Kapitals bewirken können. Eine geschlossene Struktur sozialer Beziehungen, die sich durch hohe Strukturredundanz auszeichnet (Grabher 1993: 25ff.), ermöglicht sowohl die Bildung von Vertrauen, gemeinsamen Werten, Solidarität, aber auch gemeinsame Normen, Kontrolle und Sanktionsmechanismen (Coleman 1988). Es wird argumentiert, dass durch das Zirkulieren gemeinsamer Wertvorstellungen und Informationen sukzessive Vertrauen aufgebaut wird

und darüber hinaus – durch die hohe Integration jedes Einzelnen – auch Kontrolle und Sicherheit entsteht. Allerdings bringt die geschlossene Struktur auch eine Reihe von Nachteilen mit sich (z.B. für Nichtmitglieder oder bzgl. Informationen und Innovationen, die nicht von außen in die Gruppe gelangen können). Die Nachteile offener Netzwerke bestehen demgegenüber v.a. darin, dass aufgrund der geringen Strukturredundanz kaum geteilte Werte und Normen herausgebildet werden können (Glückler 2001: 219).

Sieht man nun die Rolle des Unternehmers als die eines Organisators und Koordinators von Ressourcen, lässt sich fast eine direkte Verbindung zwischen dem Konzept des Unternehmers und der Netzwerkperspektive herstellen (Brüderl et al. 1998: 51). Die Organisation und Koordination von Ressourcen erfordern soziale Interaktionen. Beim Aufbau eines neuen Betriebs müssen bestehende soziale Kontakte aktiviert und neue soziale Kontakte hergestellt werden. Zwischenpersönliche Kontakte stellen *"die geordneten und bewerteten Informationen zur Verfügung (somit keine "Roh-Informationen")*, die Unternehmen benötigen um sie in ihren jeweiligen Kontexten anzuwenden" (Rosenfeld 1992). Informationen und soziale Netzwerke sind eindeutig entscheidend für den Erfolg bzw. das Wachstum und das Überleben neu gegründeter Unternehmen (Birley 1985; Sweeney 1987). Informationen und Kontakte zu anderen Firmen sind Beispiele für die Nutzbarmachung externer Ressourcen, die entscheidend für den Erfolg flexibler Firmen sind (Jarillo 1989).

In der Gründungsphase wird der Unternehmer im Wesentlichen von zwei Faktoren geleitet: seiner vormaligen Beschäftigung/Tätigkeit und möglicher Hilfestellungen (Beratung, finanzielle Unterstützung) durch sein Umfeld. Beide Aspekte erhöhen die von ihm wahrgenommenen Handlungsoptionen (Sorenson 2003: 516). Bedingt durch die Notwendigkeit verstärkter Interaktion bzw. Netzwerkaktivitäten im Gründungsprozess entstehen Unternehmen somit an der *Schnittstelle von sozialen und kommerziellen Informationsnetzwerken*, wodurch potenzielle Gründer mit Ideen und dem Austausch von Gelegenheiten versorgt werden sowie der Zugang zu Ressourcen erleichtert wird (z.B. Finanzierungsmöglichkeiten, potenzielle Kunden und Kooperationspartner) (Baba/Imai 1993; Johannisson 1995; 1996; 1998). MacMillan (1983) legte die Theorie vor, nach der der Aufbau von Kontakten und Netzwerken den wesentlichen Bestimmungsfaktor für den Erfolg eines Unternehmens darstellt.

Die Qualität und Dichte der persönlichen Kontakte des (potenziellen) Unternehmensgründers spielen bereits vor der eigentlichen Gründung eine wichtige

Rolle. Das *persönliche Netzwerk* des Unternehmers bzw. das, an dem der Unternehmer aktiv partizipiert, stellt die wesentliche Quelle für die Identifizierung der Geschäftsidee und den Kontext der Gründungsidee dar (Vesper 1983). Hills et al. (1997) haben herausgefunden, dass ca. 50 Prozent aller Unternehmer die Geschäftsideen durch ihre sozialen Netzwerke identifizieren. Zusätzlich sind für den Prozess zwischen Geschäftsidee und konkreter Gründung vorher erworbenes Wissen (Shane 2000) und Informationen (Fiet 1996) entscheidend. Nach Fiet (1996: 429) kann *"the use of networks be viewed as a way of tapping into an information channel to obtain risk-reducing signals about a venture opportunity"*. Netzwerkbeziehungen werden als eine Möglichkeit angesehen, Zugang zu Wissen und Informationen zu bekommen (Elfring/Hulsink 2003: 412), was insbesondere für junge wissensintensive Unternehmen von großer Relevanz ist.

Johannisson et al. (1994: 333) betont, dass das *persönliche Netzwerk* des Unternehmers – dominiert von symmetrischen Austauschbeziehungen – den Charakter eines *egozentrisches Netzwerkes* hat, da die aufgebauten und aktivierten Bindungen sowie die sich ändernden Bedürfnisse die Persönlichkeit des Unternehmers reflektieren. Die im persönlichen Netzwerk zum Ausdruck kommenden sozialen und kommerziellen Anliegen, bedeuten eine direkte oder indirekte Unterstützung des Unternehmers, als auch des gegründeten Unternehmens. Der Unternehmer benötigt soziale Unterstützung um das nötige Selbstbewusstsein auf-/auszubauen; die Firma benötigt soziale Netzwerke um Legitimität im Markt und der Gesellschaft im Allgemeinen zu erlangen. Beziehungen zu Geschäftspartnern (*"business exchange"*) hilft dem Unternehmer seine Kompetenzen beizubehalten und für die Firma zusätzliche externe Ressourcen zu akquirieren.

Ohne explizit auf Prozesse der Unternehmensgründung einzugehen, verweist Granovetter (1985) auf die *soziale Einbettung* wirtschaftlicher Aktivitäten. Ökonomisches Handeln wird als eine spezielle Kategorie von sozialem Handeln betrachtet (Granovetter 1985: 507; Stam 2003: 42): *"economic life is embedded in concrete, ongoing systems of social relations"* (Granovetter 1985: 483). Der embeddedness-Ansatz zielt nunmehr auf das Verstehen der "Mischung" aus ökonomischen und sozialen Motiven, die aus dem sozio-kulturellen Kontext entsteht, den Menschen einschlagen wenn sie ökonomisch Handeln (Produktion, Distribution, Konsum).⁶ Der soziologische Fokus auf Beziehungssysteme –

⁶ Vgl. auch Swedberg und Granovetter (1992) zur "Neuen Ökonomischen Soziologie". Folgende drei Hauptannahmen werden getroffen: (1) Ökonomisches Handeln

im Sinne sozialer Netzwerke oder zwischenpersönlicher sozialer Beziehungen ("*face-to-face interaction*") – und Kontextbedingungen thematisiert u.a. potenzielle Instrumente zur Reduzierung von Unsicherheit und Konflikten: soziale Instrumente wie Vertrauen, gemeinsame Beziehungsgeschichten, Reputation oder die Entwicklung gemeinsamer Normen und Institutionen (vgl. Hellmer et al. 1999: 55-56).

Persönliche Netzwerke sind grundsätzlich kontextbezogen: "*The context is an economic institution resulting from socially situated individuals embedded in networks of personal relations with non-economic as well as economic aims.*" (Granovetter 1992: 47). Unternehmerische Aktivität im Allgemeinen bedeutet demnach "personifiziertes" ökonomisches Handeln. Werte und Stimmungen als auch instrumentelle Erwägungen beeinflussen das Wie und Warum der Realisierung der Gründungsidee und die Interaktionen mit anderen (Johannisson 1995). Westlund/Bolton (2003: 42) betonen, dass auch nach erfolgter Gründung soziales Kapital eine wesentliche Rolle spielt, so z.B. beim laufenden operativen Geschäft in der frühen Lebensphase, beim Akquirieren neuer Kunden, beim Aufbau von Zuliefererstrukturen oder bei der Kapitalbeschaffung. Mit dem Unternehmenswachstum wird der Aktivitätsraum später sukzessive um neue Bezugsquellen und Märkte erweitert (Schickhoff 1983). Dies geschieht aufbauend auf einem festen, zumindest teilweise regionalen Zulieferer- bzw. Kundentamm (Bathelt/Glückler 2002: 203).

Auch Davidsson/Honig (2003) unterstreichen die Bedeutung von Sozialkapital im Gründungsprozess und verweisen insbesondere auf Rollenvorbilder (z.B. befreundete selbständige Personen des Gründers, Familie), die die individuelle Gründungsneigung beeinflussen kann. Aldrich et al. (1998: 298) heben hervor, dass selbstständige Eltern nicht nur als Vorbild wichtig sind, sondern auch in anderer Form die Gründungsneigung ihrer Kinder steigern können, zum Beispiel durch eine Betriebsübergabe, finanzielle Unterstützung, eigene soziale Netzwerke oder die Vermittlung gründungsbezogener Kenntnisse und Fähigkeiten. Auch Bergmann (2004: 40) betont den besonderen Einfluss des Erwerbsverhaltens der Eltern auf die Gründungsneigung. So wird in den frühen Phasen der Sozialisation insbesondere deren Verhalten wahrgenommen. So bestätigt auch eine Reihe von Studien, dass ein großer Teil der Selbstständigen wenig-

ist eingebettet in Netzwerke sozialer Beziehungen, (2) Ökonomisches Handeln zielt sowohl auf ökonomische als auch nicht-ökonomische Ziele, (3) Ökonomische Institutionen sind sozial konstruiert.

tens einen Elternteil hat, das ebenfalls selbstständig ist oder war (De Wit/van Winden 1989; Henley 2000; Hout/Rosen 1999).

Der personenzentrierte Netzwerkansatz in der Gründungsforschung ("*the network approach to entrepreneurship*") wurde nicht zuletzt durch die Forschungsarbeiten von Howard Aldrich (Aldrich/Whetten 1981; Aldrich/Zimmer 1986a; Birley 1985) zu einem der populärsten theoretischen Konzepte im Rahmen der wissenschaftlichen Diskussion um unternehmerische Selbstständigkeit, Unternehmertum und Existenzgründungen. Ausgangspunkt des Ansatzes ist die Rolle des Unternehmers als die eines Organisators und Koordinators von Ressourcen und der damit einhergehenden Notwendigkeit sozialer Interaktion. Beim Aufbau eines neuen Betriebs müssen bestehende soziale Kontakte aktiviert und neue soziale Kontakte hergestellt werden. Brüderl et al. (1998: 52) sehen im Großteil der unternehmerischen Aktivitäten im Grunde nichts anderes als Beziehungsarbeit. Dieser Netzwerkperspektive folgend werden Unternehmensgründer nicht als autonome und isolierte Entscheidungsträger gesehen, sondern als Akteure, die in ein bestimmtes "*Setting*" sozialer Beziehungen und Kontakte eingebettet sind. Die Art der Beziehungen und Kontakte des Unternehmensgründers zu anderen Akteuren im sozialen Umfeld wird als wichtig für die Gründung und den Erfolg eines Betriebes eingeschätzt. Beispielsweise sind soziale Kontakte ein wesentlicher Kanal zur Gewinnung von Informationen. Dabei wird oft angenommen, dass Informationen über soziale Kontakte und vor allem über sogenannte schwache soziale Bindungen ("*weak ties*") effizienter, nützlicher, weniger redundant, vertrauenswürdiger und exklusiver sind als Informationen aus formalen Quellen (Grabher 1993; Granovetter 1974).

Vorliegende, die Perspektive sozialer Netzwerke in den Mittelpunkt stellende Arbeiten (Bögenhold 1989; Bögenhold/Staber 1994; Carsrud et al. 1987), beleuchten dabei im Wesentlichen zwei verschiedene Aspekte. Der konkrete Gründungsprozess wird von den meisten der genannten Arbeiten untersucht. Hingegen wird auf den Prozess nach der Gründung bzw. in der frühen Lebensphase weniger häufig Bezug genommen. Eine der zentralen Hypothesen beim Betrachten des Gründungsprozesses lautet, dass Netzwerk-Ressourcen, Netzwerk-Aktivitäten und Netzwerk-Unterstützungen seitens der Gründerperson strategisch instrumentalisiert werden. Soziale Netzwerke stimulieren somit Unternehmensgründungen und sind für ein unternehmerisches "Klima" unerlässlich. Burt (1992) spricht in diesem Zusammenhang von der "*network founding hypothesis*" (vgl. hierzu auch Brüderl/Preisendörfer 1998). Analog hierzu lautet

die Hypothese beim näheren Betrachten der "Nachgründungsphase", dass Unternehmer, die sich auf ein breites und verschiedenartiges persönliches Netzwerk beziehen – von dem sie entsprechende Unterstützungen erhalten – erfolgreicher sind. Diese Hypothese stellt eine Verbindung her zwischen Netzwerk-Struktur bzw. Netzwerk-Unterstützung und organisatorischer Entwicklung (=Erfolg) (Dubini/Aldrich 1991).

Überblickt man die vorliegenden empirischen Untersuchungen der Vertreter der Netzwerkperspektive, so lassen sich zwei recht unterschiedliche Arten des Vorgehens ausmachen. Im Rahmen der Analyse *allgemeiner Charakteristika des sozialen Netzwerks* eines Unternehmensgründers wird schwerpunktmäßig auf die Dimensionen Netzwerkgröße ("*network size*"), Vielgestaltigkeit des Netzwerks ("*network diversity*") und die Mischung von starken und schwachen Bindungen ("*strong/weak ties*") Bezug genommen. Diese und andere Dimensionen des sozialen Netzwerks sind aus der allgemeinen Netzwerktheorie bekannt und werden, mit mehr oder weniger starken Modifikationen, auch zur Kennzeichnung des Netzwerkes von Unternehmensgründern herangezogen. Die Forschungsgruppe um Aldrich (s.o.) hat eine Reihe von konkreten Anwendungen dieses Vorgehens auf den Kontext kleinbetrieblicher Neugründungen vorgelegt. Der zweite Ansatz betrachtet nicht allgemeine Netzwerkcharakteristika, sondern *Netzwerkaktivitäten des Unternehmensgründers* in der Gründungs- und Anfangsphase des Betriebs. Untersucht wird beispielsweise, wie viele und welche sozialen Bindungen aktiviert werden (Brüderl et al. 1998: 54).

5.2 Die räumliche Bindung sozialen Kapitals und sozialer Netzwerke

"The nature of the human activity is such that local-scale interactions are the most frequent and the most meaningful. Despite the presence of long-distance interaction, most contacts, especially of an informal nature, are within a short radius of one's home base." (Malecki 1995: 118-119).

Eines der wesentlichen Strukturelemente personenzentrierter sozialer Netzwerke im Gründungsprozess von Unternehmen ist die Relevanz der räumlichen Dimension (Johannisson 1998: 300). Westlund/Bolton (2003: 79) sprechen von

räumlich gebundenem Sozialkapital⁷, das bei der Herausbildung von einem lokalen/regionalen Unternehmertum eine wesentliche Rolle spielt und die Funktion eines öffentlichen Gutes einnehmen kann. Dabei stellt die räumliche Verteilung von sozialem Kapital bzw. sozialen Beziehungen und weiteren, für den Gründungsprozess benötigte Ressourcen, einen limitierenden Faktor für den Unternehmensgründer und den Prozess des Unternehmensaufbaus ("*organisation building*") dar. Nach Stuart/Sorenson (2003) stellt das für den *Ressourcen-Mobilisierungsprozess* relevante soziale Kapital in großem Umfang einen geographisch lokalisierbaren Wert dar. Da der Unternehmer eine ganze Reihe starker und schwacher Bindungen wirksam aktivieren muss um die Ressourcen für die Firmengründung zu mobilisieren – so die Argumentation – haben die Regionen einen Vorteil, die die nötigen (sozialen) Ressourcen in ausreichendem Maße zur Verfügung stellen. Die Unterschiede regionaler Gründungsaktivitäten (quantifizierbar zum Beispiel über Gründungs- und Überlebensraten) sind somit nicht durch regionale Unterschiede hinsichtlich vorhandener Unterstützungs- und Förderungsfunktionen (z.B. Förderung von Unternehmensgründungen im Rahmen von politischen Initiativen) zu erklären, als vielmehr durch die Bedingungen die es *Entrepreneuren* ermöglichen, die für die Gründung benötigten Ressourcen zusammenzustellen.

Soziales Kapital wird somit nicht nur im Sinne formeller und informeller Regeln und Normen eines Netzwerks von Personen verstanden, sondern auch im Sinne räumlicher Beziehungen ("*spatial relationships*"). Granovetter's oben bereits vorgestellter Ansatz gibt zunächst nur indirekt Hinweise darauf, dass sich embeddedness auf die Integration in regionale bzw. lokale Beziehungen bezieht. So spricht er von "*concrete personal relations and structures (or 'networks') of such relations*", was zumindest implizit auf persönliche, lokal festzumachende (face-to-face) Kontakte hindeutet (Granovetter 1985: 490). Die Grundannahme, dass soziale Netzwerke im Sinne zwischenpersönlicher, sozialer Beziehungen (face-to-face Interaktion) räumliche Nähe voraussetzen, hat den embeddedness-Ansatz insbesondere bei Wirtschaftsgeographen (und anderen) zu einem recht populären Erklärungsansatz räumlichen Handelns (z.B. beim Innovationsverhalten) werden lassen (vgl. Dicken et al. 1994; Harrison 1992: 478; Kristen-

⁷ "...spacebound social capital contributes to a producer surplus in a region. We define spacebound social capital as spatially-defined norms, values, knowledge, preferences, and other social attributes or qualities that are reflected in human relations." (Westlund/Bolton 2003: 79)

sen 1994: 305; Saxenian 1994; Tödtling 1995: 187).⁸ Argumentiert wird, dass *räumliche Nähe* häufige und persönliche Interaktion zwischen Akteuren bzw. Personen begünstigt und somit die Voraussetzungen zur Bildung von sogenannten "*untraded interdependencies*" schafft, die in Gestalt von Konventionen – als informelle Muster sozio-ökonomischen Austauschs – lokale Unternehmensbeziehungen in dauerhafte, auf Vertrauen und gemeinsam geteilten Interpretationsschemata basierten Beziehungen, unterstützen (Bathelt/Glückler 2000: 170; Schamp 2000: 49; Storper 1997: 38ff.). Individuen interagieren am häufigsten mit solchen, die in räumlicher Nähe leben und mit denen sie gemeinsame Werte, Ziele, Interessen und Zugehörigkeiten verbinden (oftmals als soziale Nähe bezeichnet)⁹. Die Wahrscheinlichkeit einer Begegnung von Personen wird sowohl durch räumliche als auch soziale Nähe wesentlich beeinflusst (Blau 1977). Auch Lo (2003: 113) hebt hervor, dass die Überlagerung ökonomischer Beziehungen mit sozialen aufgrund häufigen Kontaktes und eines ähnlichen Umweltverständnisses in geographischer Nähe stärker ist als über größere Distanzen. Der Gründungsprozess von Unternehmen kann somit durch geographische Nähe zweifach unterstützt werden: zum einen durch eine hohe Frequenz persönlicher Treffen und damit physischer Nähe (z.B. mit potenziellen Kunden, Beratern, Kapitalgebern usw.) und zum anderen durch die Einbettung

⁸ Obwohl die regelmäßige face-to-face Interaktion keine entscheidende Voraussetzung "for embedding to happen" ist, und soziale Beziehungen grundsätzlich auch auf nicht physischen Formen der Nähe basieren können ("*non local embeddedness*", vgl. Oinas 1997), stellt der embeddedness-Ansatz dennoch eine Basis für die kausale Erklärung räumlichen Handelns ökonomischer Akteure zur Verfügung. Diese kausale Erklärung beinhaltet sowohl die Analyse der Motive ökonomischer Akteure als auch die Zwänge ihres Handelns. Ökonomisches Handeln ist kulturell eingebettet, was auf die Rolle von geteiltem/gemeinsamem Verstehen beim Herausstellen und Verfolgen ökonomischer Ziele und Strategien abzielt (Zukin/DiMaggio 1990: 17). Sind Akteure auf verschiedenen räumlichen Ebenen in soziale Beziehungen eingebettet heißt dies "*spatial embeddedness*" (Oinas 1997: 29).

⁹ Bathelt/Depner (2003) weisen auf die Bedeutung sozialer Nähe im Innovationsprozess von Unternehmen hin. Sie konstatieren eine Interdependenz von Produktionsstruktur und Institutionen in dem Sinne, dass Unternehmen dazu tendieren, bewusst oder unbewusst Partner aus ihren eigenen Innovationssystemen zu suchen. Diese Unternehmen haben ein ähnliches Verständnis für die Lösungssuche, kennen die Spezifika der Technologien, "sprechen die gleiche Sprache" und greifen auf ähnliche Erfahrungen bei der Lösung vergleichbarer Probleme in der Vergangenheit zurück.

in einen gemeinsamen kognitiven Kontext mit bestimmten Werten, Vorstellungen und Kodes, der grundsätzlich Kommunikation fördert.

5.2.1 Vorteile räumlicher Nähe

Der Gründungsprozess kann als ein iterativer Prozess beschrieben werden, in dem die Anzahl der *informellen und formellen Bindungen* den Erfolg des Unternehmers beim Identifizieren einer lukrativen Geschäftsidee sowie beim anschließenden Aufbau des Unternehmens bestimmen. Sorenson (2003: 517) kommt zur Schlussfolgerung, dass:

*"The localized structure of the network thus implies that our potential entrepreneur will be most aware of opportunities in the industry in which he/she works, particularly if he/she works for a firm situated in a regional concentration of like firm."*¹⁰

Unternehmensgründer bevorzugen aus folgenden Gründen informelle gegenüber formellen¹¹ (Austausch-) Beziehungen (Johannisson 1996; Larson 1992; Malecki 1997; Uzzi 1996; 1997):

- Persönlicher Austausch ist einflussreicher, flexibler und verbindlicher als rechtliche Vereinbarungen (Verträge) (→ erhöhte Flexibilität),
- Unerwartete Schwierigkeiten könne als Gelegenheiten erscheinen und – zufällig – die strategische Entwicklung des unternehmerischen Prozesses initiieren bzw. steuern (Herausarbeitung strategischer Beziehungen),

¹⁰ Die Beobachtung zeigt, dass – je nach Struktur des Beziehungsnetzwerkes – sich Unternehmensgründer in genau jenen Marktsegmenten bewegen, in denen sie vormals als abhängig Beschäftigte bereits Erfahrungen gesammelt haben.

¹¹ Das heißt freilich nicht, dass das Netz der *formellen Institutionen* wie Wirtschaftsverbände, Universitäten, Berufsschulen, Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen, Finanzinstitutionen, Interessenverbände gar keine Rolle spielt. Formale Quellen kommen zu Einsatz, wenn die Strukturelemente des Unternehmens gesetzt sind und der Unternehmer zum Beispiel zusätzliches (Wachstums-)Kapital sucht. Als weitere formale Kontakte werden sind zu nennen: Rechts- und Steuerberater, Patentanwälte, Förderinstitutionen (Ministerien, Förderbanken), öffentliche Verwaltung, usw.

Nach Amin/Thrift (1994) repräsentieren die informellen und formellen Institutionen die *"institutional thickness"* eines lokalisierten Netzes ökonomischer Aktivitäten.

- Gründer lernen typischerweise von Geschäftspartnern, wie z.B. andere Gründer, Zulieferer, Kunden usw., mit denen durch langfristige Handelsbeziehungen ein kollektives Verständnis und Vertrauen aufgebaut wurde (Lundvall 1988; Romo/Schwartz 1995).

Aufgrund der Bevorzugung informeller (Austausch-)Beziehungen, betont Sweeney (1987) die Wichtigkeit von "face-to-face" Interaktionen. Die Vorteile dieser persönlichen Interaktionen für Unternehmensgründer werden in einer Reihe von Untersuchungen herausgestellt. Für Schutjens/Stam (2003) sind beispielsweise persönliche und informelle Kontakte in geographischer und/oder kultureller Nähe entscheidend für den Aufbau von Geschäftsnetzwerken junger Unternehmer¹² (vgl. auch Audretsch/Stephan 1996). Für Julien (1995) sind informelle Arrangements in räumlicher Nähe Ausdruck von Vertrautheit unter Einzelpersonen. Birley (1985) hat belegt, dass sich die wesentliche Informationsquelle über Rohstoffe, Zulieferer, Ausrüstungen, Unternehmensstandort (Vorhandensein von Gewerbeflächen), Arbeitskräfte und Aufträge in Gestalt *informeller Kontakte* zu Familienangehörigen, Freunden und (ehemaligen) Kollegen darstellt. Diese informellen Kontakte sind in erster Linie "Geschäftskontakte" oder zumindest solche, die bei der Ressourcenmobilisierung und für zukünftige Geschäftsbeziehungen hilfreich sind ("*assembling the elements of the business*", Birley 1985). Kontakte zu Familienangehörigen und Freunden sind demnach am wichtigsten, wenn regionale/lokale Fragestellungen im Vordergrund stehen (z.B. Standortsuche und Rekrutierung von Beschäftigten). Stuart/Sorenson (2003) betonen, dass insbesondere soziales Kapital, in Form vor der eigentlichen Unternehmensgründung aufgebauter Beziehungen zu Ressourcenträgern, den Mechanismus bereitstellt, den Unternehmer benötigen, um die durch die Neuheit des Unternehmens ("liability of newness") bedingten Unsicherheiten bzw. Risiken zu überwinden und "*to secure tangible commitments from sceptical resource holders*" (Stuart/Sorenson 2003: 231).

¹² Auch nach einer ersten Begegnung beeinflussen diese Faktoren die Wahrscheinlichkeit des Aufrechterhaltens der Beziehung. Räumliche Nähe beeinflusst – z.B. durch Reduzierung der Kosten – wesentlich die Dauer der Beziehung. Mit zunehmender Distanz erhöhen sich die für den Auf- und Ausbau sozialer Beziehungen aufzuwendenden Kosten. Dies trifft in besonderem Maße für enge persönliche Bindungen zu. Weiterhin erhöhen sich die durch Interaktionen entstehenden Opportunitätskosten, in dem Sinne, dass sich die Anzahl der gleichermaßen bevorzugten, aber räumlich nahen Personen mit zunehmender Distanz erhöht.

Soziales Kapital ermöglicht generell den Prozess des Aufbaus von Organisationen. Da enge soziale und professionelle Beziehungen dazu tendieren sich geographisch zu lokalisieren, können angehende Unternehmer ihre existierenden Verbindungen am besten wirksam einsetzen, wenn sie sich nah zu Ressourcenträgern ansiedeln¹³. Demzufolge haben Entrepreneurere Probleme beim Gründen von Unternehmen außerhalb von Regionen, die über die nötigen Ressourcen verfügen. Konsequenterweise bieten manche geographische Regionen mehr Gelegenheiten ("*opportunities*") für die Gründung von Unternehmen als andere. Im Gegensatz zu sozialen Beziehungen die quasi überall im Raum existieren, sind spezielle gründungsrelevante Ressourcen (wie z.B. technische Berater, oder VC-Gesellschaften) nur in bestimmten Regionen vorhanden. Regionen mit dichten Wissensressourcen bieten Unternehmern demzufolge die besten Gelegenheiten die nötigen Inputs für die Gründung wissensintensiver Unternehmen zu mobilisieren.

5.2.2 Räumliche Nähe und Standortwahl

Wie oben herausgestellt, spielt räumliche Nähe zu gründungsunterstützenden Ressourcen eine wesentliche Rolle. Dies betrifft die *Standortwahl* – somit den Zeitpunkt vor der eigentlichen Unternehmensgründung – in besondere Weise. Als weitgehend akzeptiert und in diversen Studien empirisch belegt gilt, dass der Unternehmensstandort aufgrund von Informationsvorteilen zumeist in der dem Gründer bekannten Region gewählt wird, d.h. dem vorherigen Arbeits- und/oder Wohnort (Richert/Schiller 1994; Schmude 1994; Sternberg et al. 1997). Im Gegensatz zu größeren Unternehmen ist die Standortwahl und das Wachstum von jungen Unternehmen weitaus stärker vom lokalen bzw. regionalen Umfeld abhängig. Innerhalb dieses engen regionalen oder gar lokalen Umfeldes verfügt der Jungunternehmer über die besten Kenntnisse zu Wissensgebern (z.B. Forschungseinrichtungen, Unternehmen), die Transaktionskosten sind also hier am niedrigsten. Auch Hayter (1997) hebt hervor, dass Unternehmensgründer mit dem Ort, an dem sie leben, bestens vertraut sind und sie dort umgekehrt bei anderen gut bekannt sind. Sie kennen den lokalen Arbeitsmarkt, wovon sie bei der Einstellung von Mitarbeitern profitieren. Außerdem besitzen die Unternehmensgründer Kenntnisse über die lokalen Absatzmärkte und Zulie-

¹³ Dies ist beispielsweise bei Gründern wissensintensiver Dienstleistungsunternehmen erforderlich, da diese stärker auf soziale Netzwerke angewiesen sind als andere Unternehmen.

ferer und haben Kontakte zu den Behörden und Banken (s.o.). Persönliche Kontakte können entscheidend sein, wenn sich aus dem Kreis der Bekanntschaften zukünftige Kunden, Zulieferer oder Kooperationspartner rekrutieren. Wie oben bereits beschrieben, stellen persönliche Kontakte somit auch den verbreitetsten Mechanismus für junge Unternehmen dar, neue Kunden zu identifizieren. Anzeigen in Printmedien oder "Kaltakquisen" kommen hierfür offensichtlich nicht in Betracht (Jones-Evans/Kirby 1994).

Das Wissen über den *Standort* ist Bestandteil der Entscheidung, ein Unternehmen überhaupt zu gründen. An anderen Orten wären die Ungewissheiten bei einer Gründung zu groß, da entsprechende Informationen hier nicht vorliegen. Sweeney (1987) nennt Informationsnetzwerke als entscheidende Elemente beim Herausbilden einer technischen Kultur und technologischen Fähigkeiten. Hingewiesen wird auf Produzenten-Anwender-Interaktionen die in räumlicher Nähe besonders ergiebig sein können (Lundvall 1988; von Hippel 1994). Scheidt (1995) weist darauf hin, dass bei der Standortentscheidung der Gründer innovativer Unternehmen persönliche sowie familiäre Gründe dominieren und mithin eine beschränkte räumliche Mobilität¹⁴ existiert. Die Vorteile der Immobilität von Unternehmensgründern beschreibt Sternberg (2003a; 2003b) im Zusammenhang mit dem Aufstieg mehrerer "High-Tech-Regionen", insbesondere in den USA (Silicon Valley, Greater Boston), aber auch in Deutschland am Beispiel Münchens. Als wesentlicher Grund für das Entstehen derartiger Regionen nennt Sternberg die hohe Gründungsdynamik (verglichen mit anderen Regionen desselben Landes und derselben Epoche), die im Wesentlichen von räumlich immobilen Spin-Off-Gründungen getragen wird. Dies lässt sich mit den privaten Bindungen der Gründer an "ihre" Region begründen und ist gleichzeitig Ursache für die Entstehung zahlreicher regionaler Hightech-Cluster.

5.2.3 Soziale Netzwerke und räumliche Konzentration neuer Unternehmen

Im Gegensatz zur Betrachtung von Industrial Districts, analysieren Stuart/Sorenson (2003) die "*Co-Lokalisierung*" neuer Unternehmen aus soziologischer Perspektive. Sie erklären die Unterschiede regionaler Gründungsraten und -sektoren nicht über Unterschiede zwischen Regionen mit ihren Unterstützungsfunktionen etablierter Unternehmen, als vielmehr über die Gegebenheiten

¹⁴ Vgl. auch die Ausführungen von Bathelt/Glückler (2002) zur Saatbeet-Hypothese.

die es Entrepreneuren ermöglichen, die für die Gründung benötigten Ressourcen zusammenzustellen. In diesem Sinne behandeln sie die Frage, wie soziale Netzwerke den Prozess der Ressourcenmobilisierung beeinflussen. Die Autoren erweitern damit den organisations-ökologischen Ansatz, der u.a. besagt, dass neue Unternehmen die Erfahrung der *"liability of newness"* durchlaufen. Hierunter wird verstanden, dass neue Unternehmen in ihrer Frühphase eine höhere *"Scheitersquote"* aufweisen als größere und etablierte Unternehmen (Baron et al. 1996). Folgende Problemstrukturen neuer Unternehmen sind in diesem Zusammenhang zu nennen:

- Probleme beim Finden qualifizierter Arbeitskräfte,
- Vorhandensein einer schwachen Ressourcenbasis,
- Fehlen eines effektiven organisatorischen Designs sowie
- Probleme, die im Aufbau von Beziehungen zu Kunden und Zulieferern begründet liegen.

Als Ergebnis dieser Probleme unterstellen potenzielle Beschäftigte, Investoren, Kunden und Kooperationspartner (kollektive Ressourcenträger) unweigerlich ein gewisses *Risikopotenzial* bei der Verbindung mit einem neuen Unternehmen. Demgegenüber argumentieren Netzwerktheoretiker, dass soziales Kapital – insbesondere in der Form von vorher aufgebauten Beziehungen und Reputation mit Ressourcenträgern – den Mechanismus bereitstellen, den Entrepreneure benötigen, um diese Unsicherheiten/Risiken zu überwinden.

Neben der Dichte sozialer Netzwerke spielt – auf der regionalen Ebene – das Vorhandensein einer gründungsfördernden Infrastruktur eine wesentliche Rolle für die Konzentration neuer Unternehmen. Sternberg (2000) benutzt den Begriff *"Gründungscluster"*, in denen sich Gründungen aufgrund von Agglomerationsvorteilen und anderen mit räumlicher Nähe verbundenen positiven externen Effekten ökonomisch günstiger entwickeln als außerhalb dieser Cluster. Sternberg (2000) argumentiert, dass die Gründungswahrscheinlichkeit einer Person innerhalb einer Region um so höher ist, je mehr und größere Inkubatoreinrichtungen mit ausreichender Fertilität in dieser Region existieren, aus denen heraus gegründet werden kann. Aber auch die bereits erfolgten Gründungen profitieren in ihrer Entwicklung vom positiven regionalen Umfeld, zu dem neben den Inkubatoreinrichtungen (Verfügbarkeit und Einstellung zu Ausgründungen) als notwendige Bedingung auch ein entsprechendes Gründungsklima gehört. Infolge des Wissens oder zumindest der Ahnung potenzieller Gründer um die Exis-

tenz solcher Vorteile steigt die Gründungswahrscheinlichkeit – ein selbstverstärkender kumulativer Prozess – regionaler Verursachung ist in Gang gesetzt.

Ein wichtiger Grund für die Entstehung solcher Gründungscluster ist die räumliche Immobilität derartiger Spin-off-Gründungen, die sich im wesentlichen mit den privaten Bindungen der Gründer an "ihre" Region (s.o.) begründen lässt und Ursache für zahlreiche regionale "*Hightech-Cluster*" gewesen ist, wie Hendry et al. (2000) für sechs Optoelektronik-Cluster aus drei Ländern belegen. Gerade Regionen mit relativ hohen Gründungsquoten zeigen, dass dafür nicht nur gesamtwirtschaftlich günstige Rahmenbedingungen verantwortlich sind – von diesen profitieren auch andere Regionen desselben Landes –, sondern in erheblichem Umfang auch das regionale Gründungs- und Innovationsklima, die Einbindung neuer Unternehmen in das regionale Umfeld (vgl. Lompe et al. 1998) sowie infrastrukturelle Eigenschaften der Region. Intraregionale Netzwerkbeziehungen spielen dabei eine wesentliche Rolle für die jungen Unternehmen wie auch deren Gründer: in diesen Netzwerken wird spezifisches (oft auch regionsspezifisches), für die Entwicklung der Gründung häufig entscheidendes Wissen kreiert, wie etwa Collinson (2000) am Beispiel schottischer Software-Gründungen aus dem Multimediabereich empirisch belegt.

5.2.4 Vor- und Nachteile regionaler Bindungen

Mit Blick auf regionale Entwicklung, wird zum einen die Auffassung vertreten, dass der Nutzen für das Unternehmen und somit für die gesamte Region mit zunehmender Entwicklung der persönlichen/sozialen Netzwerke, im Sinne der Anzahl und Qualität der Bindungen, steigt (Larson/Starr 1993). Zum anderen existieren Auffassungen, nach denen sich sowohl *starke als auch schwache Bindungen* positiv auf die Entwicklung des neuen Unternehmens bzw. der Region auswirken (Bloodgood et al. 1995). Dies beinhaltet, dass sich in manchen Fällen starke Bindungen eher nachteilig als vorteilhaft auswirken (Garguilo/Bernassi 1999). Burt (2000) hat versucht beide Ansätze zu integrieren, in dem er behauptet, dass sie nicht im Konflikt stehen, sondern Bindungen – je nach Unternehmen, Region und Zielsetzung – unterschiedliche Rollen spielen.

In der organisationstheoretischen Debatte werden Netzwerke gern als "lose verbundene Systeme", flexibel anpassungsfähig bezeichnet, so dass (regionaler) technologischer Wandel leichter durchsetzbar sei (Sydow 1992). "*Die Stärker schwacher Bindungen*" (Granovetter 1973) ist zu einem geflügelten Wort in

der Netzwerkdebatte geworden. Diese Fähigkeit können Netzwerke verlieren, wenn die Beziehungen in ihnen zu stark werden. Grabher (1993) hat dies konsequent "*die Schwäche starker Beziehungen*" genannt und belegt dies mit der Verfilzung von Kohle- und Stahlunternehmen mit ihren Zulieferern, den Gewerkschaften und der Politik im Ruhrgebiet. Das Netzwerk ist Ausdruck einer Verriegelung ("*lock-in*") in verschiedenen Bereichen, was insgesamt eine Verfestigung bzw. Strukturkonservierung eines regionalen Entwicklungspfades zur Folge haben kann. Was in strategischen Netzwerken ein Nachteil sein kann – starke Beziehungen –, kann in persönlichen bzw. sozialen Netzwerken jedoch von Vorteil sein (Schamp 2000: 69).

Aus *regionalökonomischer* Sicht spielen Intensität und Umfang regionaler Bindungen neu gegründeter Unternehmen somit eine wesentliche Rolle: zum einen haben durch räumliche Nähe unterstützte Bindungen in der Regel eine stabilisierende Wirkung auf neu gegründete Unternehmen (z.B. hinsichtlich Überleben und Wachstum). Zum anderen können zu starke Bindungen ab einer bestimmten Lebensphase von Unternehmen für diese, als auch für die jeweilige Region des Standorts kontraproduktiv sein und zu Verriegelungen führen. Dies wäre beispielsweise bei einer zu starken Konzentration auf den regionalen Markt bzw. auf wenige Kunden und der Vernachlässigung der Erschließung überregionaler oder internationaler Märkte denkbar. Bei zu starker regionaler Integration von Unternehmen mit einer starken Wissensorientierung wird die Vernetzung mit regionsexternen Wissensträgern womöglich vernachlässigt. Dies ist insbesondere für Regionen mit ausgeprägten Vorleistungs- und Zuliefererverflechtungen problematisch. Aus regionalökonomischer Sicht ist die Aktivierung endogenen Unternehmerkapitals somit immer verknüpft mit einer langfristig wünschenswerten Öffnung der Unternehmer-Netzwerke um die Gefahr der bloßen Reproduktion von Wissensbeständen zu verhindern.

6 Offene Fragen und Forschungsbedarf

Obwohl die deutschsprachige Gründungsforschung in den vergangenen zehn Jahren erhebliche inhaltliche Fortschritte erzielt sowie eine große Sichtbarkeit im internationalen Raum erreicht hat, besteht insbesondere an der Schnittstelle zwischen sozio-ökonomischer Gründungs- und Regionalforschung weiterhin erheblicher Forschungsbedarf. Dieser ergänzt die von einseitig auf die Quantifizierung des (regionalen) Gründungsgeschehens mittels ökonometrischer Untersuchungsansätze ausgerichtete Arbeiten und berücksichtigt explizit die Dimension sozialer Netzwerke der Gründerperson sowie die mit zunehmender Größe neu gegründeter Unternehmen in den Vordergrund tretende organisatorische bzw. Unternehmens-Netzwerke.

Die vorliegende theoretische Durchdringung der Perspektive sozialer und organisatorischer Netzwerke hat deutlich gemacht, dass die Einbettung sozialen Handels in einen sozio-ökonomischen regionalen Kontext von erheblicher Bedeutung für die Herausbildung und Entwicklung neuer Unternehmen ist. Weitgehend unbeantwortet ist jedoch, welche Funktionen solche Netzwerke übernehmen, unter welchen regionalen Bedingungen sie zustande kommen und welcher Dynamik sie unterliegen. So ist der Prozess der "Verselbständigung" individueller, personen-zentrierter Netzwerke der Gründerperson hin zu formalen, organisatorischen Netzwerken, bei denen das junge Unternehmen in den Mittelpunkt der Außenwahrnehmung rückt, bisher noch unzureichend analysiert worden. Dies verwundert, da Netzwerkdynamik, soziale Einbettung und Entbettung wesentliche Faktoren der Entwicklung junger Unternehmen darstellen. Wissensintensive Unternehmen unterliegen in diesem Zusammenhang einer besonderen Eigendynamik, da die Versorgung des noch jungen Unternehmens mit an Personen gebundenen externen Wissensbeständen einen wichtigen Überlebens- und Erfolgsfaktor darstellt.

Netzwerkstruktur und -dynamik stehen darüber hinaus in einem wichtigen Wirkungszusammenhang zur regionalen Entwicklung. Im theoretischen Teil dieser Arbeit wurde argumentiert, dass räumliche Nähe bei der Herausbildung eines lokalen/regionalen Unternehmertums eine gewichtige Rolle spielt, da unternehmerisches Sozialkapital oftmals räumlich gebunden und tendenziell immobil ist. Regionale Fallbeispiele zeigen nunmehr, dass soziale und damit auch organisatorische Netzwerke unter bestimmten Umständen extrem anpassungsfähig sind und neue technologische Pfade, die paradigmatisch neue Wirtschafts- und Technikfelder beinhalten, begründen können. Andere Beispiele belegen wie-

derum, dass Netzwerke unter gegebenen Bedingungen zur Strukturkonservierung neigen, beispielsweise indem sich etablierte und damit routinisierte regionale "Regime" tendenziell reproduzieren und die Entstehung neuer Strukturen verunmöglichen. Die Frage der "Offenheit" bzw. "Geschlossenheit" von sozialen oder organisatorischen Netzwerken wird zwar schon seit langem diskutiert, unbeantwortet ist jedoch, welche Konsequenzen dies für das Gründungsgeschehen und damit – quasi spiegelbildlich betrachtet - für die Entwicklung unterschiedlich vorstrukturierter Regionen hat.

Neben den inhaltlichen Fragen besteht darüber hinaus Forschungsbedarf bezüglich der Erarbeitung geeigneter Methoden. Neben der Entwicklung quantitativer Indikatoren, die beispielsweise den Beitrag neu gegründeter wissensintensiver Unternehmen zur regionalen Entwicklung abbilden, werden insbesondere solche Konzepte benötigt, die regional eingebettetes soziales Kapital sowie soziale und organisatorische Netzwerke messbar machen und regionale Determinanten berücksichtigen. Mit Blick auf die These der pfadabhängigen Regionalentwicklung würde die Entwicklung derartiger Messkonzepte einen hohen Mehrwert an der Schnittstelle sozio-ökonomischer Gründungsforschung und Regionalforschung bedeuten.

7 Literatur

- Aldrich, H.E. (1999): *Organizations Evolving*. London.
- Aldrich, H.E./Renzulli, L.A./Langton, N. (1998): Passing on Privilege. Resources Provided by Self-Employed Parents to their Self-Employed Children, *Research in Social Stratification and Mobility*, 16, 291-317.
- Aldrich, H.E./Whetten, D.A. (1981): Organization sets, action sets and networks. Making the most of simplicity. In: Nyström, P.C./Starbuck, W.H. (Hrsg.): *Handbook of Organisational Design, Vol. 1*. Oxford, 385-408.
- Aldrich, H.E./Zimmer, C. (1986a): Entrepreneurship through Social Networks. In: Sexton, D.L./Smilor, R. (Hrsg.): *The Art and Science of Entrepreneurship*. New York: Ballinger, 3-23.
- Aldrich, H.E./Zimmer, C. (1986b): Entrepreneurship through social networks. In: Aldrich, H.E. (Hrsg.): *Population perspectives on organizations*. Uppsala, 13-28.
- Amin, A./Thrift, N. (1994): Globalization, Institutional Thickness and the Local Economy. In: Healey, P./Cameron, S./Cameron, S./Davoudi, S./Graham, S./Madanipour, A. (Hrsg.): *Managing Cities: The New Urban Context*, 91-108.
- Audretsch, D.B./Stephan, P.E. (1996): Company Scientist Locational Links: The Case of Biotechnology, *American Economic Review*, 86, 641-652.
- Baba, Y./Imai, K.-I. (1993): A network view of innovation and entrepreneurship: The case of the evolution of the VCR systems, *International Social Science Journal*, 135, 23-34.
- Baron, J.N./Burton, M.D./Hannan, M.T. (1996): The Road Taken: Origins and Evolution of Employment Systems in Emerging Companies, *Industrial and Corporate Change*, 5, 239-275.
- Bathelt, H./Depner, H. (2003): Innovation, Institution und Region: Zur Diskussion über nationale und regionale Innovationssysteme, *Erdkunde*, 57, 126-143.
- Bathelt, H./Glückler, J. (2000): Netzwerke, Lernen und evolutionäre Regionalentwicklung, *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 3-4, 167-182.
- Bathelt, H./Glückler, J. (2002): *Wirtschaftsgeographie: Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive*. Stuttgart: Eugen Ulmer.
- Becker, W./Dietz, J. (2002): Unternehmensgründungen, etablierte Unternehmen und Innovationsnetzwerke. In: Schmude, J. (Hrsg.): *Unternehmensgründungen – Interdisziplinäre Beiträge zum Entrepreneurship Research*. Heidelberg: Physica-Verlag, 235-268.
- Beckert, J. (1999): Agency, Entrepreneurs, and Institutional Change. The Role of Strategic Choice and Institutionalized Practices in Organizations, *Organization Studies*, 20, 777-799.

- Bellet, M./Kirat, T./Largeron, C. (Hrsg.) (1998): *Approches Multiformes de la Proximité*. Paris.
- Berger, H./Noorderhaven, N.G./Nootboom, B. (1995): Determinants of Supplier Dependence: An Empirical Study. In: Groenewegen, J./Pitelis, Ch./Sjostrand, S.-E. (Hrsg.): *On Economic Institutions; Theory and Applications*. Aldershot, 195-212.
- Bergmann, H. (2004): *Gründungsaktivitäten im regionalen Kontext. Gründer, Gründungseinstellungen und Rahmenbedingungen in zehn deutschen Regionen*. Köln.
- Birley, S. (1985): The role of networks in the entrepreneurial process, *Journal of Business Venturing*, 1, 107-117.
- Birley, S./Cromie, S./Myers, A. (1991): Entrepreneurial Networks: Their Emergence in Ireland and Overseas, *International Small Business Journal*, 9, 57-74.
- Blau, P. (1977): *Inequality and Heterogeneity*. New York.
- Bloodgood, J./Sapienza, H./Carsrud, A. (1995): The dynamics of new business startups: person, context and process. In: Katz, J./Brockhaus, R. (Hrsg.): *Advantages in entrepreneurship, firm emergence and growth, Vol. 2*. Greenwich, 123-144.
- Bögenhold, D. (1989): Die Berufspassage in das Unternehmertum, *Zeitschrift für Soziologie*, 18, 263-281.
- Bögenhold, D./Staber, U. (1994): *Von Dämonen zu Demiurgen? Zur (Re-)Organisation des Unternehmertums in Marktwirtschaften*. Berlin.
- Boogs, J.S./Rantisi, N.M. (2003): The 'relational' turn in economic geography, *Journal of Economic Geography*, 3, 109-116.
- Brüderl, J./Preisendörfer, P. (1998): Network Support and the Success of Newly Founded Businesses, *Small Business Economics*, 10, 213-225.
- Brüderl, J./Preisendörfer, P./Ziegler, R. (1992): Survival Chances of Newly Founded Business Organizations, *American Sociological Review*, 57, 227-242.
- Brüderl, J./Preisendörfer, P./Ziegler, R. (1998): *Der Erfolg neugegründeter Betriebe – Eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen, 2. Auflage*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Brusco, S. (1986): Small Firms and Industrial Districts: The Experience of Italy. In: Keeble, D./Wever, E. (Hrsg.): *New Firms and Regional Development in Europe*. London, 184-202.
- Bruyat, C./Julien, P.-A. (2000): Defining the field of research in entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 16, 165-180.

- Burt, R.S. (1992): *Structural Holes: The Social Structures of Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Burt, R.S. (1997): A Note on Social Capital and Network Content, *Social Networks*, 19, 355-373.
- Burt, R.S. (2000): The Network Entrepreneur. In: Swedberg, R. (Hrsg.): *Entrepreneurship - The Social Science View*. Oxford.
- Butler, J.E./Hansen, G.S. (1991): Network Evolution, entrepreneurial success, and regional development, *Entrepreneurship & Regional Development*, 3, 1-16.
- Carsrud, A./Gaglio, C./Olm, K. (1987): Entrepreneurs-mentors, networks and successful new venture development, *American Journal of Small Business*, 12, 13-18.
- Coase, R.H. (1991): The Nature of the Firm (1937). In: Williamson, O.E./Winter, S.G. (Hrsg.): *The Nature of the Firm. Origins, Evolution, and Development*. New York, Oxford, 18-33.
- Coleman, J.S. (1988): Social capital in the creation of human capital, *American Journal of Sociology*, 94 (Supplemental), 95-120.
- Collinson, S. (2000): Knowledge networks for innovation in small Scottish software firm, *Entrepreneurship & Regional Development*, 12, 163-177.
- Cooke, P./Morgan, K. (1993): The network paradigm: new departures in corporate and regional development, *Environment and Planning D: Society and Space*, 11, 543-564.
- Davidsson, P. (2001): Towards a paradigm for entrepreneurship research, Paper presented at the XV RENT conference, Turku.
- Davidsson, P./Honig, B. (2003): The role of social and human capital among nascent entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.
- De Wit, G./van Winden, F.A. (1989): An Empirical Analysis of Self-Employment in the Netherlands, *Small Business Economics*, 1, 263-272.
- Dicken, P./Forsgren, M./Malmberg, A. (1994): The Local Embeddedness of Transnational Corporations. In: Amin, A./Thrift, N. (Hrsg.): *Globalisation, institutions, and regional development in Europe*. Oxford, New York: Oxford University Press, 23-45.
- Dubini, P./Aldrich, H.E. (1991): Personal and extended Networks are central to the entrepreneurial process, *Journal of Business Venturing*, 6, 305-313.
- Elfring, T./Hulsink, W. (2003): Networks in Entrepreneurship: The Case of High-technology firms, *Small Business Economics*, 21, 409-422.
- Fiet, J.O. (1996): The Information Basis of Entrepreneurial Discovery, *Small Business Economics*, 8, 419-430.

- Fuchs, G./Wolf, H.-G. (1999): Regionale und globale Bindungen in der Entwicklung der Multimedia-Produktion. In: Fuchs, G./Krauss, G./Wolf, H.-G. (Hrsg.): *Die Bindungen der Globalisierung. Interorganisationsbeziehungen im regionalen und globalen Wirtschaftsraum*. Marburg, 192-223.
- Garguilo, M./Bernassi, M. (1999): The dark side of social capital. In: Leenders, R.Th./Gabbay, S.M. (Hrsg.): *Corporate social capital and liability*. Boston, 298-322.
- Gartner, W.B. (1989): "Who is an Entrepreneur?" is the wrong question, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 13, 47-68.
- Glückler, J. (2001): Zur Bedeutung von Embeddedness in der Wirtschaftsgeographie, *Geographische Zeitschrift*, 89, 211-226.
- Grabher, G. (1993): Rediscovering the Social in the Economics of Interfirm Relations. In: Grabher, G. (Hrsg.): *The Embedded Firm. On the Socioeconomics of Industrial Networks*. London New York, 1-31.
- Granovetter, M. (1973): *The Strength of Weak Ties*, 78.
- Granovetter, M.S. (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Granovetter, M.S. (1992): Problems of explanation in economic sociology. In: Nohria, N./Eccles, R. (Hrsg.): *Networks and Organizations*. Boston, 25-56.
- Granovetter, M.S. (1995): The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs. In: Portes, A. (Hrsg.): *The economic sociology of immigration: essays on networks, ethnicity, and entrepreneurship*. New York, 128-165.
- Granovetter, M. (1974): *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. Cambridge/Mass.: Harvard Univ. Press.
- Granovetter, M. (1993): The Nature of Economic Relationships. In: Swedberg, R. (Hrsg.): *Explorations in Economic Sociology*. New York, 3-41.
- Harrison, B. (1992): Industrial Distracts: Old Wine in new Bottles?, *Regional Studies*, 26, 469-483.
- Hayter, R. (1997): *The Dynamics of Industrial Location. The Factory, the Firm and the Production System*. Chichester: Wiley.
- Hellmer, F./Friese, C./Kollros, H./Krumbein, W. (1999): *Mythos Netzwerke. Regionale Innovationsprozesse zwischen Kontinuität und Wandel*. Berlin.
- Hendry, C./Brown, J./Defillippi, R. (2000): Regional Clustering of High Technology-based Firms: Opto-electronics in Three Countries, *Regional Studies*, 34, 129-144.

- Henley, A. (2000): Self-Employment Choice: State Dependence, Initial Conditions and Unobserved Heterogeneity (= Research Paper 2007-7. Aberystwyth: School of Management and Business, University of Wales.
- Hills, G./Lumpkin, G.T./Singh, R. (1997): Opportunity Recognition: Perception and Behaviors of Entrepreneurs, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 17, 168-182.
- Hout, M./Rosen, H.S. (1999): Self-Employment, Family Background, and Race (= NBER Working Paper Nr. 7344). Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Jansen, D. (1999): *Einführung in die Netzwerkanalyse*. Opladen.
- Jarillo, J.C. (1989): Entrepreneurship and growth: The strategic use of external resources, *Journal of Business Venturing*, 4, 133-147.
- Jessop, B. (2001): Institutional re(turns) and strategic – relational approach, *Environment and Planning*, A33, 1213-1235.
- Johannisson, B. (1995): Paradigms and entrepreneurial networks – some methodological challenges, *Entrepreneurship & Regional Development*, 7, 215-231.
- Johannisson, B. (1996): The dynamics of entrepreneurial networks. In: Reynolds, P.D./Birley, S. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the 16th Annual Entrepreneurship Research Conference*. Babson Park, 253-267.
- Johannisson, B. (1998): Personal networks in emerging knowledge-based firms: spatial and functional patterns, *Entrepreneurship & Regional Development*, 10, 297-312.
- Johannisson, B. (2000): Networking and Entrepreneurial Growth. In: Sexton, D.L./Landström, H. (Hrsg.): *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Oxford, 368-386.
- Johannisson, B./Alexanderson, O./Nowicki, K./Senneseth, K. (1994): Beyond anarchy and organization: entrepreneurs in contextual networks, *Entrepreneurship & Regional Development*, 6, 329-356.
- Jones-Evans, D./Kirby, D.A. (1994): *The growth and development of technology-based services in the United Kingdom: The decline of large scale high technology manufacturing and the rise of the technical consultant*. London.
- Julien, P.-A. (1995): New technologies and technological information in small businesses, *Journal of Business Venturing*, 10, 459-475.
- Klandt, H. (1984): *Aktivität und Erfolg des Unternehmensgründers – Eine empirische Analyse unter Einbeziehung des mikrosozialen Umfeldes*. Bergisch Gladbach: Verlag Josef Eul.

- Knight, F.H. (2002): *Risk, Uncertainty and Profit. Chicago (reprinted version 2002, first edition 1921)*. Chicago.
- Koch, A./Stahlecker, T. (2004): *Social Networks, relational and spatial proximity. Founding process and early development of KIBS start-ups*, Paper prepared for the 13th Nordic Conference on Small Business Research, June 10-12, 2004 in Tromsø, Norway.
- Koschatzky, K. (2001): *Räumliche Aspekte im Innovationsprozess. Ein Beitrag zur neuen Wirtschaftsgeographie aus Sicht der regionalen Innovationsforschung*, Reihe Wirtschaftsgeographie. Münster: LIT Verlag.
- Koschatzky, K. (Hrsg.) (2003): *Innovative Impulse für die Region - Aktuelle Tendenzen und Entwicklungsstrategien*. Stuttgart: Fraunhofer IRB Verlag.
- Koschatzky, K. (2000): *The Regionalisation of Innovation Policy in Germany - Theoretical Foundations and Recent Experience (= Arbeitspapiere Unternehmen und Region Nr. R1/2000)*. Karlsruhe: Fraunhofer ISI.
- Krauss, G. (1999): *Technologieorientierte Unternehmensgründungen – zur Bedeutung regionaler Netzwerke im Zeitalter der Globalisierung*. In: Fuchs, G./Krauss, G./Wolf, H.-G. (Hrsg.): *Die Bindungen der Globalisierung. Interorganisationsbeziehungen im regionalen und globalen Wirtschaftsraum*. Marburg, 285-308.
- Krauss, G./Stahlecker, T. (2000): *Die BioRegion Rhein-Neckar-Dreieck - Von der Grundlagenforschung zur wirtschaftlichen Verwertung? (= Arbeitsberichte der Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg Nr. 158)*. Stuttgart.
- Krauss, G./Stahlecker, T. (2001): *New Biotechnology Firms in Germany: Heidelberg and the BioRegion Rhine-Neckar Triangle*, *Small Business Economics*, 17, 143-153.
- Kristensen, P.H. (1994): *Strategies in a volatile world*, *Economy and Society*, 23, 305-334.
- Kujath, H.J. (1998): *Regionen im globalen Kontext*. In: Kujath, H.J. (Hrsg.): *Strategien der regionalen Stabilisierung. Wirtschaftliche und politische Antworten auf die Internationalisierung des Raumes*. Berlin, 13-37.
- Kulicke, M. (2006): *EXIST - Existenzgründungen aus Hochschulen. Bericht der wissenschaftlichen Begleitung zum Förderzeitraum 1998 bis 2005*. Stuttgart: Fraunhofer IRB Verlag.
- Kulicke, M./Stahlecker, T. (2002): *Regionale Netzwerkiniciativen für innovative Gründungen aus Hochschulen*. In: Koschatzky, K./Kulicke, M. (Hrsg.): *Wissenschaft und Wirtschaft im regionalen Gründungskontext*. Stuttgart: Fraunhofer IRB Verlag, 91-114.
- Legendijk, A. (1997): *New regionalism survive? Tracing dominant concepts in economic geography*. Newcastle-upon-Tyne: University of Newcastle.

- Landström, H./Johannisson, B. (2001): Theoretical foundations of Swedish entrepreneurship and small-business research, *Scandinavian Journal of Management*, 17, 225-248.
- Larson, A. (1992): Network Dyads in Entrepreneurial Settings: A Study of the Governance of Exchange of Relationships, *Administrative Science Quarterly*, 37, 76-104.
- Larson, A.L./Starr, J.A. (1993): A network model of organization formation, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17, 5-15.
- Lo, V. (2003): *Wissensbasierte Netzwerke im Finanzsektor. Das Beispiel des Mergers & Acquisitions-Geschäfts*. Wiesbaden: DUV/Gabler.
- Lompe, K./Kehlbeck, H./Schirmacher, A./Warnecke, D. (1998): *Existenzgründungen, Risikokapital und Region*. Baden-Baden.
- Lundvall, B.A. (1988): Innovation as an Interactive Process: From User-Producer Interaction to the National System of Innovation. In: Dosi, G./Freeman, C./Nelson, R./Silverberg, G./Soete, L. (Hrsg.): *Technical Change and Economic Theory*. London: Pinter Publishers, 349-369.
- MacMillan, I.C. (1983): The politics of new venture management, *Harvard Business Review*, Nov-Dec 1983.
- Malecki, E.J. (1995): Culture as a Mediator of Global and Local Forces. In: van der Knaap, B./Le Heron, R. (Hrsg.): *Human Resources and Industrial Spaces: A Perspective on Globalization and Localization*. Chichester, 105-127.
- Malecki, E.J. (1997): Entrepreneurs, networks, and economic development: A review of recent research, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3, 57-118.
- Marshall, A. (1920): *Principles of Economics. An introductory volume. 8th Edition*, (First edition 1890). London.
- Martin, R. (2000): Institutional Approaches in Economic Geography. In: Sheppard, E./Barnes, T.J. (Hrsg.): *A companion to economic geography*. Oxford, 77-94.
- Oinas, P. (1997): On the socio-spatial embeddedness of business firms, *Erdkunde*, 51, 23-32.
- Peterson, R./Rondstadt, H. (1986): *A silent strength: entrepreneurial know who. 16th European Small Business Seminar*. Lund-Jonkoping, Sweden.
- Piore, M.J./Sabel, C.F. (1984): *The Second Industrial Divide. Possibilities for Prosperity*. New York.
- Pleschak, F./Werner, H. (1998): *Technologieorientierte Unternehmensgründungen in den neuen Bundesländern. Wissenschaftliche Analyse und Begeleitung des BMBF-Modellversuchs*. Heidelberg: Physica-Verlag.

- Portes, A. (1995): Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview. In: Portes, A. (Hrsg.): *The Economic Sociology of Immigration*. New York, 1-41.
- Rallet, A./Torre, A. (1995): *Economie industrielle et économie spatiale*. Paris.
- Rallet, A./Torre, A. (2000): Is Geographical Proximity necessary in the Innovation Networks in the Era of Global Economy?, *GeoJournal*, 3, 373-380.
- Reiß, M./Rudorf, E. (1999): Unternehmensgründung in Netzwerken. In: Rosenstiel, L.v./Lang-von Wins, T. (Hrsg.): *Existenzgründung und Unternehmertum. Themen, Trends und Perspektiven*. Stuttgart, 129-156.
- Richert, J./Schiller, R. (1994): *Hochschulabsolventen als Existenzgründer. Auftragsstudie der Deutschen Ausgleichsbank für das Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft*. Bonn.
- Romo, F.P./Schwartz, M. (1995): The structural embeddedness of business decisions: The migration of manufacturing plants in New York State, 1960 to 1985, *American Sociological Review*, 60, 874-907.
- Rosenfeld, S. (1992): *Competitive manufacturing: New strategies for rural development*. Piscataway, NJ.
- Saxenian, A. (1994): *Regional Advantage. Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge: Harvard Business Press.
- Schamp, E.W. (2000): *Vernetzte Produktion - Industriegeographie aus institutioneller Perspektive*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Scheidt, B. (1995): *Die Einbindung junger Technologieunternehmen in Unternehmens- und Politiknetzwerke – Eine theoretische, empirische und strukturpolitische Analyse*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Schickhoff, I. (1983): *Materialverflechtungen von Industrieunternehmen. Eine empirische Untersuchung von Industrieunternehmen am linken Niederrhein, Habilitationsschrift*. Duisburg: Universität-Gesamthochschule Duisburg.
- Schmude, J. (1994): *Geförderte Unternehmensgründungen in Baden-Württemberg, Eine Analyse der regionalen Unterschiede des Existenzgründungsgeschehens am Beispiel des Eigenkapitalhilfe-Programms (1979 bis 1989)*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Schumpeter, J.A. (1980): *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. New York (original English translation 1934; first edition in German 1909).
- Schutjens, V./Stam, E. (2003): The evolution and nature of young firm networks: a longitudinal perspective, *Small Business Economics*, 21, 115-134.

- Sexton, D.L./Landström, H. (2000): *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Oxford.
- Shane, S. (2000): Prior knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities, *Organization Science*, 11, 448-469.
- Shaw, E. (1997): New start, growth and development. The 'real' networks of small firms. In: Deakins, D./Jennings, P./Mason, C.M. (Hrsg.): *Small firms: entrepreneurship in the nineties*. London, 7-17.
- Sorenson, O. (2003): Social networks and industrial geography, *Journal of Evolutionary Economics*, 13, 513-527.
- Stam, E. (2003): *Why Butterflies don't leave. Locational evolution of evolving enterprises*. Utrecht.
- Sternberg, R. (2003a): Das Konzept endogener Regionalentwicklung. Implikationen für Existenzgründungen und deren Förderung. In: Sternberg, R. (Hrsg.): *Endogene Regionalentwicklung durch Existenzgründung? Empirische Befunde aus Nordrhein-Westfalen*. Hannover, 4-19.
- Sternberg, R. (2000): Gründungsforschung – Relevanz des Raumes und Aufgaben der Wirtschaftsgeographie, *Geographische Zeitschrift*, 88, 199-219.
- Sternberg, R. (2003b): Wissensintensität und regionales Umfeld als Determinanten der Entstehung und Entwicklung junger Unternehmen. In: Steinle, C./Schumann, K. (Hrsg.): *Gründung von Technologieunternehmen. Merkmale – Erfolg – empirische Ergebnisse*. Wiesbaden, 219-237.
- Sternberg, R./Behrendt, H./Seeger, H./Tamásy, C. (1997): *Bilanz eines Booms. Wirkungsanalyse von Technologie- und Gründerzentren in Deutschland (2. unveränderte Auflage)*. Dortmund: Dortmunder Vertrieb für Bau- und Planungsliteratur.
- Sternberg, R./Tamásy, C. (1999): Erfolgsfaktoren junger innovativer Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung von Interorganisationsbeziehungen. In: Fuchs, G./Krauss, G./Wolf, H.-G. (Hrsg.): *Die Bindungen der Globalisierung: Interorganisationsbeziehungen im regionalen und globalen Wirtschaftsraum*. Marburg: Metropolis-Verlag, 255-284.
- Storey, D.J. (1982): *Entrepreneurship and the New Firm*. London.
- Storey, D.J. (1994): *Understanding the Small Firm Business Sector*. London.
- Storper, M. (1997): Territories, Flows, and Hierarchies in the Global Economy. In: Cox, K.R. (Hrsg.): *Spaces of Globalization. Reasserting the Power of the Local*. New York, London, 19-44.
- Stuart, T./Sorenson, O. (2003): The Geography of Opportunity: Spatial Heterogeneity in Founding Rates and the Performance of Biotechnology Firms, *Research Policy*, 32, 229-253.

- Swedberg, R./Granovetter, M.S. (1992): Introduction. In: Granovetter, M.S./Swedberg, R. (Hrsg.): *The Sociology of Economic Life*. Boulder, 1-18.
- Sweeney, G.P. (1987): *Innovation, Entrepreneurs and Regional Development*. New York.
- Sydow, U. (1992): *Strategische Netzwerke. Evolution und Organisation*. Wiesbaden.
- Thornton, P.H. (1999): The Sociology of Entrepreneurship, *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46.
- Tödtling, F. (1995): The innovation process and local environment. In: Conti, S./Malecki, E.J./Oinas, P. (Hrsg.): *The Industrial Enterprise and its Environment: Spatial Perspectives*. Aldershot, 171-193.
- Torre, A./Gilly, J.-P. (2000): On the analytical dimension of proximity dynamics, *Regional Studies*, 34, 169-180.
- Uzzi, B. (1996): The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: The network effect, *The American Sociological Review*, 61, 674-698.
- Uzzi, B. (1997): Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness, *Administrative Science Quarterly*, 42, 35-67.
- Vesper, K.H. (1983): *Entrepreneurship and National Policy* (= Heller Institute for Small Business Policy Papers. Chicago.
- Vivarelli, M. (1991): The Birth of New Enterprises, *Small Business Economics*, 3, 215-223.
- von Hippel, E. (1994): "Sticky Information" and the Locus of Problem Solving. Implications for Innovation, *Management Science*, 40, 429-439.
- Westlund, H./Bolton, R. (2003): Local social capital and entrepreneurship, *Small Business Economics*, 21, 77-113.
- Yeung, H.W. (1994): Critical reviews of geographical perspectives on business organizations and the organization of production: towards a network approach, *Progress in Human Geography*, 18, 460-490.
- Zukin, S./DiMaggio, P. (1990): *Structures of capital. The social organization of the economy*. Cambridge.

Die Reihe "Arbeitspapiere Unternehmen und Region" präsentiert Forschungsergebnisse des Competence Centers "Politik und Regionen" des Fraunhofer-Instituts für System- und Innovationsforschung (Fraunhofer ISI), Karlsruhe.

Nr.	Autoren	Titel
U1/2008	Thomas Stahlecker	Zur theoretischen Bedeutung sozialer und organisatorischer Netzwerke im Gründungsprozess wissensintensiver Unternehmen
R2/2008	Arlette Jappe-Heinze Knut Koschatzky	The spatial embeddedness of multi-national enterprises' research activity A bibliometric analysis
R1/2008	David Doloreux Andrea Zenker Emmanuel Muller	Services à forte intensité de connaissances, contexte régional et comportements d'innovation: une comparaison internationale
U1/2007	Emmanuel Muller David Doloreux	The key dimensions of knowledge-intensive business services (KIBS) analysis: a decade of evolution
R1/2007	Knut Koschatzky Vivien Lo	Methodological framework for cluster analyses
U1/2006	Björn Wolf	Empirische Untersuchung zu den Einflussfaktoren der Finanzierungsprobleme junger Unternehmen in Deutschland und deren Auswirkungen auf die Wirtschaftspolitik
R1/2006	Emmanuel Muller Arlette Jappe Jean-Alain Héraud Andrea Zenker	A regional typology of innovation capacities in New Member States & Candidate Countries
R1/2005	Björn Wolf Birgit Ossenkopf	Kapitalschonende Entwicklungswege - Ansätze zur Lösung der Finanzierungsprobleme junger innovativer Unternehmen
R2/2004	Thomas Stahlecker Knut Koschatzky	On the significance of geographical proximity for the structure and development of newly founded knowledge-intensive business service firms
R1/2004	Thomas Stahlecker Andreas Koch	On the Significance of Economic Structure and Regional Innovation Systems for the Foundation of Knowledge-Intensive Business Services A Comparative Study in Bremen, Munich, and Stuttgart, Germany

Nr.	Autoren	Titel
R1/2003	Bodo Kubartz	Wirtschaftliche, soziale und geographische Aspekte in Innovationsnetzwerken – Eine Untersuchung des Nähekzeptes am Beispiel von Forschungs- und Entwicklungsdienstleistern
R2/2002	Knut Koschatzky	Innovationsorientierte Regionalentwicklungsstrategien: Konzepte zur regionalen Technik- und Innovationsförderung
R1/2002	Ralph W. Bruns Jens Görisch	Unternehmensgründungen aus Hochschulen im regionalen Kontext – Gründungsneigung und Mobilitätsbereitschaft von Studierenden
U1/2001	Rana Adib Frank Gagelmann Knut Koschatzky Klaus Preiser Günter Hans Walter	An Integrated Microfinancing Concept for Rural Electrification by Photovoltaics in Developing Countries
R3/2001	Knut Koschatzky	The role of higher education institutions for entrepreneurship stimulation in regional innovation systems – Evidence from the network-oriented "EXIST: Promotion of university-based start-ups" programme in Germany
R2/2001	Emmanuel Muller Andrea Zenker	Business services as actors of knowledge transformation and diffusion: some empirical findings on the role of KIBS in regional and national innovation systems
R1/2001	Knut Koschatzky Casper Merkle Martin Berger Volker Meyer	Innovation und Kooperation bei unternehmensnahen Dienstleistern in Baden, Gironde und Südholland - Ein Vergleich zwischen jungen und alten Betrieben
R2/2000	Ulrike Broß Günter H. Walter	Socio-economic Analysis of North Rhine-Westphalia Joint Research Project INCO-COPERNICUS
R1/2000	Knut Koschatzky	The regionalisation of innovation policy in Germany – Theoretical foundations and recent experience
R4/1999	Knut Koschatzky Ulrike Broß	Struktur und Dynamik von regionalen Innovationsnetzwerken unter Transformationsbedingungen – das Beispiel Slowenien

Nr.	Autoren	Titel
R3/1999	Emmanuel Muller	There is no territorial fatality! (or how innovation interactions between KIBS and SMEs may modify the development patterns of peripheral regions)
R2/1999	Knut Koschatzky Andrea Zenker	The Regional Embeddedness of Small Manufacturing and Service Firms: Regional Networking as Knowledge Source for Innovation?
R1/1999	Ulrike Broß Knut Koschatzky Peter Stanovnik	Development and Innovation Potential in the Slovene Manufacturing Industry First analysis of an industrial innovation survey

Bestelladresse:

Fraunhofer-Institut für System-
und Innovationsforschung
Breslauer Straße 48
D-76139 Karlsruhe
Tel. +49 / 721 / 6809-217 / -219
Fax: +49 / 721 / 689152
e-mail: bibl@isi.fraunhofer.de