

Netzwerkbildung im Silicon Valley und in Berlin

Der Einfluss unternehmerischer Ökosysteme auf
die Bildung interorganisationaler Beziehungen
innovativer Wachstumsunternehmen

Eingereichte Dissertation

Zur Erlangung des akademischen Grades
Doktor der Philosophie (Dr. Phil.)

Vorgelegt von

Katharina Scheidgen

Geboren am 5. August 1987

Master of Arts, Soziologie technikwissenschaftlicher Richtung

Vorgelegt an der
Technischen Universität Berlin
Fakultät VI – Planen Bauen Umwelt

Dezember 2019

1 Einleitung

Innovationen in den Bereichen der Informations- und Kommunikationstechnologien trugen maßgeblich zum gesellschaftlichen Wandel des 20. und 21. Jahrhunderts bei. Die Erfindung des Personal Computers sowie des Internets prägen verschiedenste gesellschaftliche Bereiche und ermöglichen rasanten, weltweiten Informationsaustausch. Bahnbrechende technologische Neuerungen entstehen dabei nicht nur in den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen etablierter Unternehmen, sondern im Besonderen durch Organisationen, welche eigens für die Arbeit an einer technologischen Neuerung gegründet werden.

Meilensteine dieser technologischen Entwicklungen sind auf die Erfindung des Transistors sowie Fortschritte in der Halbleiterindustrie zurückzuführen. Die Erfindung des Transistors in den 1950er Jahren erlaubte es, sehr viel zuverlässigere, schnellere und kleinere elektronische Schalter zu bauen als dies mit den bis dahin für Rechenmaschinen genutzten mechanischen Schaltern oder Vakuumröhren möglich war. Um diese Erfindung zu kommerzialisieren gründete William Shockley im Jahre 1956 Shockley Semiconductors. Schon kurz darauf verließen acht seiner Angestellten das Unternehmen und gründeten Fairchild Semiconductors, um ihre technologischen Ideen so umzusetzen, wie es bei Shockley Semiconductors nicht möglich war. Dabei entwickelten sie den ersten integrierten Schaltkreis, also ein fertiges Bauteil, welches mehrere Transistoren vereint. Drei der acht Gründer von Fairchild Semiconductors gründeten etwa zehn Jahre später Intel und bauten in den 1970ern den ersten kommerziellen Mikroprozessor. Durch die Entwicklung von Arbeitsspeichern und Mikroprozessoren trugen sie maßgeblich zur starken Verbreitung von Computertechnologien in unterschiedlichsten Bereichen bei, vor allem zur Entwicklung des Personal Computers (PC). Einen maßgeblichen Vorschub zur weltweiten Verbreitung des PCs leistete Apple. 1976 erkannte Steve Jobs das immense Potenzial, welches aus den schrumpfenden physischen Ausmaßen und den sinkenden Preisen existierender Großrechner resultierte. Diese konnten dadurch auch an Privathaushalte verkauft werden. Gemeinsam mit Steve Wozniak entwickelte er in einer Garage den Apple I, den ersten Personal Computer.

Das Stanford Research Institute stellt 1969 einen der ersten vier Knoten des Arpanet. Über die nächsten Jahrzehnte entwickelt sich daraus das Internet, zunächst vornehmlich an Forschungsinstituten und Universitäten. Erst als Netscape Communications im Jahre 1994 dem an einem Forschungsinstitut entwickelten Mosaik Webbrowser als Netscape Navigator zur Verbreitung verhilft, erreicht das Internet jedermann. In den 1990er Jahren entwickelt sich der PC gemeinsam mit dem Internet vom Luxusgut zur Notwendigkeit in jedem Haushalt. Diese umfassende Verbreitung des Internets und die damit einhergehenden Technologien und technologischen Möglichkeiten prägen unseren heutigen Alltag maßgeblich. Gestartet mit einer Suchmaschine dominiert Google heute umfassende Bereiche des Internets und so auch des Alltags weitere Teile der Bevölkerung. Soziale Medien wie Facebook oder Instagram prägen unser Kommunikations- und Interaktionsverhalten. Ebay transformierte den Einzelhandel und unser Einkaufsverhalten, PayPal ermöglichte neue Zahlungswege, Wha-

tapp unkomplizierte und kontinuierliche Kommunikation. Tesla brachte großen Vorschub hinsichtlich der Elektromobilität. Uber veränderte das Mobilitätsverhalten vor allem in den USA, AirBnB das Reiseverhalten und vor allem den Städtetourismus. YouTube und Netflix trugen zur Umgestaltung der Unterhaltungsindustrie bei und brachen mit den etablierten Produktions- und Konsumtionsweisen medialer Inhalte.

Diese technologischen Innovationen haben zwei Gemeinsamkeiten. *Erstens* wurden all diese technologischen Innovationen von jeweils einem Unternehmen entwickelt und verbreitet, welches eigens zur Arbeit an dieser einen technologischen Idee gegründet wurde. *Zweitens* wurden alle diese innovativen Wachstumsunternehmen im Silicon Valley gegründet. Die Bedeutung des Silicon Valley für die Entwicklung und Verbreitung dieser technologischen Ideen wird an den Beispielen von Google und AirBnB besonders deutlich.

Der Informatiker Larry Page entwickelte im Zuge seiner Promotion einen Suchalgorithmus, welcher an der Stanford Universität patentiert wurde. Er erkannte das wirtschaftliche Potenzial dieses Algorithmus und entschied sich im Jahre 1998 gemeinsam mit seinem Freund Sergey Brin ein Unternehmen zu gründen. Die damals führenden Internetunternehmen zeigten kein Interesse an diesem Algorithmus. Dies änderte sich, nachdem sie ein erstes Angel-Investment von einem angesehenen, ehemaligen Gründer aus dem Silicon Valley erhielten. Andreas von Bechtolsheim, einer der Gründer von Sun Microsystems, investierte 100.000 US Dollar. Im Gegenzug erhielt er Anteile am Unternehmen. Das Interesse eines angesehenen Gründers zeigte das Potenzial dieser Technologie an. Gemeinsam mit ersten Mitarbeitern entwickelten Larry Page und Sergey Brin die heute erfolgreichste Suchmaschine im Internet. Knapp 20 Jahre später wies Google einen Jahresumsatz von über 100 Milliarden US Dollar auf und zählte über 80.000 Angestellte (Google 2017).

Ein anderes typisches Beispiel für das Innovieren im Silicon Valley zeigt AirBnB. Der Gründungslegende folgend begannen die drei Gründer Brian Chesky, Joe Gebbia und Nathan Blecharczyk aufgrund der hohen Mietpreise in San Francisco, eine Luftmatratze im Wohnzimmer ihrer Wohngemeinschaft tageweise zu vermieten. Basierend auf den Erfolgen im eigenen Wohnzimmer entwickelten sie eine Webseite, welche im August 2008 an den Markt ging. Mit dieser Idee nahmen sie einige Monate später am renommierten Accelerator-Programm von YCombinator teil. Hier erhielten sie erste Risikoinvestitionen von diesem Accelerator. Ziel von Acceleratoren ist es, den Erfolg vielversprechender, junger Wachstumsunternehmen zu befördern, indem sie ihnen finanzielles Kapital, Büroräume und Mentoren zur Verfügung stellen sowie Gelegenheiten zur Vernetzung schaffen. Im Gegenzug erhalten sie Unternehmensanteile. Nach der Teilnahme am Accelerator-Programm von YCombinator erhielt AirBnB erstes Risikokapital von Sequoia Capital, einem der prestigeträchtigsten Risikokapitalgeber des Silicon Valley. Schon zwei Jahre nach der Gründung akquirierten sie über 7 Millionen US Dollar von Sequoia Capital und Greylock Partners. In den folgenden Jahren kamen weitere angesehene Risikokapitalgeber hinzu. Im Jahre 2017 belief sich die Gesamtsumme der aufgenommenen Risikoinvestitionen auf über 3 Milliarden US Dollar. Die Unternehmensbewertung von AirBnB belief sich zu diesem Zeitpunkt auf über 30

Milliarden US Dollar (AirBnB 2019).

Beide Beispiele verdeutlichen die maßgeblichen Beiträge unterschiedlichster Akteure¹ des Silicon Valley zum Erfolg dieser Unternehmen. So wurde beispielsweise das wissenschaftliche Wissen, welches dem Suchalgorithmus von Google zugrunde liegt, an der Stanford Universität entwickelt, erstes Investment zur Produktentwicklung von einem erfolgreichen Gründer aus dem Silicon Valley bezogen. AirBnB wurde von dem prestigeträchtigsten Accelerator des Silicon Valley unterstützt und erhielt im Anschluss umfassendes Investment von einschlägigen Risikokapitalgebern des Silicon Valley. Unterschiedlichste individuelle und organisationale Akteure des Silicon Valley tragen also maßgeblich zum Erfolg der innovativen Wachstumsunternehmen bei. Das Silicon Valley entwickelte sich über Jahrzehnte zu einer der innovativsten Regionen weltweit (GEM 2018, GII 2018). Dieser Erfolg resultiert nun nicht allein aus den dort gegründeten innovativen Wachstumsunternehmen, denn deren Erfolge wären ohne diese besondere Umwelt nicht möglich. Die besonderen Eigenschaften des Silicon Valley tragen maßgeblich zum Erfolg der dort gegründeten Wachstumsunternehmen bei (Ferrary/Granovetter 2009, Saxenian 1996, Isenberg 2010). Wie es den innovativen Wachstumsunternehmen aber gelingt, die für sie relevanten Mittel aus dem Silicon Valley zu beziehen, also interorganisationale Beziehungen zu relevanten Akteuren zu bilden, wurde bisher kaum betrachtet.

Da innovative Wachstumsunternehmen aber gerade zu Beginn der Gründung kaum über eigene Mittel verfügen, sind sie in besonderem Maße auf Mittel von externen Akteuren angewiesen. Um ein Unternehmen zu gründen und an einer innovativen Produktidee zu arbeiten, benötigen innovative Wachstumsunternehmen umfassende und ganz unterschiedliche Mittel. Zentral sind beispielsweise finanzielles Kapital (Steier/Greenwood 2000, Hallen 2008, Wright et al. 2006), unternehmerisches Wissen (Aldrich/Yang 2013, Rasmussen/Mosey/Wright 2015, Vissa/Chacar 2009) und wissenschaftliches Wissen zur Produktentwicklung (Partanen/Chetty/Rajala 2014, Maurer/Ebers 2006, Huggins et al. 2015). Das Mobilisieren von Ressourcen von Externen wird zu einem der zentralen Elemente im Gründungsprozess (Rasmussen/Mosey/Wright 2015, Clough et al. 2019, Macpherson/Herbane/Jones 2015).

Interorganisationale Beziehungen sind also überaus bedeutsam für innovative Wachstumsunternehmen, diese sind jedoch auch besonders schwer zu bilden. Gerade in der frühen Gründungsphase stehen innovative Wachstumsunternehmen beim Bilden interorganisationaler Beziehungen erheblichen Herausforderungen gegenüber. Hier zeigt sich das Paradox der Beziehungsbildung innovativer Wachstumsunternehmen: Genau die Eigenschaften, die die außerordentliche Relevanz interorganisationaler Beziehungen begründen, erschweren deren Bildung. Während diese Ungewissheit und Machtasymmetrie die Relevanz interorganisationaler Beziehungen begründet, erschwert genau diese Ungewissheit und Machtasymmetrie auch ihre Bildung.

¹Im Folgenden verwende ich das generische Maskulinum, wenn ich mich auf Personen oder Organisationen im Allgemeinen beziehe. Dabei sind explizit alle Geschlechter angesprochen. Beziehe ich mich auf konkrete Personen, wie beispielsweise Interviewpartner, verwende ich das Geschlecht der Person.

Ungewissheit bezieht sich im Falle innovativer Wachstumsunternehmen nun nicht nur auf die Ungewissheit des Innovationsprozesses (Van de Ven 1986, Schumpeter 2000), sondern auch auf die Ungewissheit des Überlebens der Organisation und den Verlauf des Gründungsprozesses (Aldrich/Fiol 1994, Venkataraman et al. 1990). Um mit diesen Ungewissheiten umzugehen, sind netzwerkförmige Austauschbeziehungen zu externen Akteuren bedeutsam (Powell 1990, Podolny 1994, Gulati/Gargiulo 1999). Aus genau diesen Austauschbeziehungen entsteht eine dritte Ungewissheitsquelle. Die interorganisationale Beziehung bringt nun selbst Ungewissheiten mit sich. Ungewiss ist, ob der Partner zuverlässig und vertrauensvoll kooperieren wird und in erwartetem Umfang in die Kooperation investiert (Brass/Greve/Galaskiewicz 2004, Gulati 1995b, Podolny 1993). Zur Reduktion dieser Risiken bilden Organisationen bevorzugt Beziehungen mit anderen Organisationen, mit welchen sie bereits kooperierten (Gulati/Gargiulo 1999, Barden/Mitchell 2007), welche einen ähnlichen Status haben (Podolny 1993, Chung/Singh/Lee 2000), die ihnen von gemeinsamen Dritten empfohlen werden (Shane/Cable 2002) oder deren vorherige Zusammenarbeit mit etablierten Organisationen Legitimität und Reputation signalisiert (Delmar/Shane 2004).

All diese Mechanismen, welche die Beziehungsbildung etablierter Organisationen erleichtern, erschweren die Beziehungsbildung für junge Wachstumsunternehmen. Da das junge Wachstumsunternehmen gerade erst gegründet wurde, verfügt es kaum über interorganisationale Beziehungen oder zurückliegende Kooperationen. Es konnte kaum Reputation aufbauen oder diese durch Beziehungen zu etablierten Partnern signalisieren. Vor allem statushöhere Organisationen haben ein geringes Interesse, eine Beziehung mit ihnen einzugehen. Junge Organisationen sind auf die Reputation angewiesen, welche eine Beziehung zu einer etablierten Organisation signalisiert (Stuart/Hoang/Hybels 1999, Delmar/Shane 2004). Um eine solche Beziehung zu bilden, sind aber wiederum Legitimitätssignale – beispielsweise Beziehungen zu etablierten Organisationen – erforderlich (Lechner/Dowling 2003, Shane/Cable 2002, Venkataraman et al. 1990). Darüber hinaus entsteht eine ausgeprägte Machtasymmetrie zwischen innovativen Wachstumsunternehmen und potenziellen Partnern, da diese in höherem Maße von den Mitteln potenzieller Beziehungspartner abhängen als diese von ihnen (Pfeffer/Salancik 1978). Diese Machtasymmetrie erschwert die Bildung interorganisationaler Beziehungen zusätzlich (Hallen/Eisenhardt 2012).

Potenzielle Partner haben dadurch ein sehr viel geringeres Interesse am Aufbau interorganisationaler Beziehungen zu innovativen Wachstumsunternehmen als anders herum. Das Bilden interorganisationaler Beziehungen unter Bedingungen erhöhter Ungewissheit und Machtasymmetrie geht mit umfassenden Herausforderungen seitens der innovativen Wachstumsunternehmen einher. Jedoch sind sie in besonderem Maße auf diese Beziehungen und die Mittel, die über sie bezogen werden können, angewiesen. Folglich stellt sich die Frage, wie es innovativen Wachstumsunternehmen trotz dieser Herausforderungen gelingt, diese notwendigen interorganisationalen Beziehungen zu bilden.

Die bisherige Forschung kann dies nicht zufriedenstellend erklären. Sowohl die Organisationsforschung als auch die Entrepreneurship-Forschung fokussieren ganz klar die Effekte

interorganisationaler Beziehungen. Deutlich weniger Forschung beschäftigt sich demgegenüber mit der Entstehung ebendieser Beziehungen und der so wirkmächtigen Beziehungsstrukturen (Emirbayer/Goodwin 1994, Hoang/Antoncic 2003, Slotte-Kock/Coviello 2010, Tasselli/Kilduff/Menges 2015). Wenn interorganisationale Beziehungen derart bedeutsam und einflussreich für das Überleben und den Erfolg innovativer Wachstumsunternehmen sind, muss auch verstanden und erklärt werden, wie diese interorganisationalen Beziehungen gebildet werden.

Die wenigen Studien, die die Bildung interorganisationaler Beziehungen erforschen, erklären diese Beziehungsbildung überwiegend über Einflussfaktoren auf organisationaler oder individueller Ebene. Die Suche und Selektion potenzieller Beziehungspartner ist demnach von den Gegenstandsspezifika der Produktideen sowie der bestehenden Beziehungen auf persönlicher und interorganisationaler Ebene geprägt (Gulati/Gargiulo 1999, Chung/Singh/Lee 2000, Elfring/Hulsink 2007). Auch die Strategien der Gründer oder ihre kognitiven Eigenschaften beeinflussen, wie umfassend weitere persönliche Beziehungen im Gründungsprozess gebildet werden (Vissa 2012, Kaandorp/van Burg/Karlsson 2019, Zheng/Ahsan/DeNoble 2019). Weder mit dem Bilden persönlicher Beziehungen noch mit der Suche und Selektion potenzieller Beziehungspartner ist nun aber eine interorganisationale Beziehung gebildet. Auf welche Art und Weise interorganisationale Beziehungen angebahnt und aufgebaut werden, wird in der bisherigen Forschung kaum betrachtet (Hallen/Eisenhardt 2012). Hier setzt diese Arbeit an. Mein Ziel ist es zu erklären, wie es innovativen Wachstumsunternehmen gelingt, unter Bedingungen erhöhter Ungewissheit und Machtasymmetrie interorganisationale Beziehungen zu bilden, um so die im Innovations- und Gründungsprozess benötigten Mittel von externen Akteuren zu beziehen.

Dazu vergleiche ich die Bildung interorganisationaler Beziehungen innovativer Wachstumsunternehmen im Silicon Valley und in Berlin. Dabei werfen meine Daten ein *empirisches Rätsel* auf, welches mit den Ansätzen der bisherigen Forschung nicht erklärt werden kann. Die Beziehungsbildung innovativer Wachstumsunternehmen zeigt Muster, und diese Muster variieren systematisch zwischen dem Silicon Valley und Berlin. Beispielsweise waren viele der von mir analysierten Berliner Start-ups bereits von Beginn der Gründung an – oder zumindest innerhalb der ersten Wochen – über erste Risikoinvestitionen von Angel-Investoren finanziert. Diese Angel-Investoren sind häufig Bekannte der Gründer, welche zuvor eigene Start-ups gründeten. Sie investieren die dabei generierten Gewinne nun in vielversprechende, junge Start-ups. Im Silicon Valley wird diese frühe Gründungsphase hingegen vielmehr über eigene Ersparnisse finanziert. Beziehungen zu Angel-Investoren werden erst dann gebildet, nachdem zumindest ein Prototyp der Produktidee entwickelt wurde. Diese Angel-Investoren sind dabei eher Bekannte von Bekannten oder noch entferntere Kontakte als Freunde der Gründer. Zeitgleich oder kurz darauf werden erste Beziehungen zu Risikokapitalgebern aufgebaut. Im Silicon Valley zeigen universitäre Spin-offs ein ähnliches Vorgehen wie Start-ups. In Berlin ist das ganz anders. Universitäre Spin-offs in Berlin finanzieren die frühe Produktentwicklung vielmehr über öffentliche Fördergelder sowie In-

vestitionen von öffentlichen und halb-öffentlichen Investoren. Die Beziehungen zu diesen Akteuren werden eher über Anträge denn über persönliche Beziehungen gebildet.

Hier entsteht ein empirisches Rätsel, welches mit den Ansätzen bisheriger Forschung nicht erklärt werden kann: *Warum unterscheiden sich die Muster der Beziehungsbildung zwischen innovativen Start-ups und universitären Spin-offs in Berlin deutlich, im Silicon Valley aber kaum?* Wie können nun *erstens* diese Muster, und *zweitens* ihre systematische Varianz zwischen dem Silicon Valley und Berlin erklärt werden? Die auf individueller oder organisationaler Ebene verorteten Erklärungen der bisherigen Forschung genügen dazu nicht. Zwar könnten die in Berlin beobachteten Unterschiede über die verschiedenen Gegenstandsspezifika der Produktideen von Start-ups und universitären Spin-offs erklärt werden. Warum lassen sich solche Unterschiede jedoch im Silicon Valley nicht finden? Um dieses empirische Rätsel zu lösen, stellt sich also folgende Forschungsfrage: *Wie beeinflussen unternehmerische Ökosysteme die Bildung interorganisationaler Beziehungen unterschiedlicher Typen innovativer Wachstumsunternehmen?*

Mein Argument ist, dass das jeweilige unternehmerische Ökosystem die Beziehungsbildung innovativer Wachstumsunternehmen beeinflusst und die Wirkung organisationaler Faktoren moderiert. Der Einfluss sozialer Kontexte wird in der bisherigen Forschung allerdings nicht zufriedenstellend betrachtet. Zwar findet sich an unterschiedlichen Stellen ein wachsendes Bewusstsein für dessen Bedeutung. Diese wurde aber – im Besonderen in Bezug auf Bildung interorganisationaler Beziehungen – bisher nicht zufriedenstellend erforscht (Emirbayer/Goodwin 1994). Der Einfluss sozialer Kontexte erklärt sowohl die Muster der Beziehungsbildung, als auch ihre systematische Varianz. Um diesen differenziert zu erfassen, ist der Vergleich der interorganisationale Beziehungsbildung in mehr als einem sozialen Kontext notwendig. Vergleichende Studien finden sich bisher allerdings kaum (Vasudeva/Spencer/Teegen 2013). Hier ist der zentrale Beitrag meiner Arbeit zu verorten. Der Vergleich der Beziehungsbildung innovativer Wachstumsunternehmen in zwei unternehmerischen Ökosystemen ermöglicht es mir zu zeigen, welche Charakteristika dieser sozialen Kontexte die Bildung interorganisationaler Beziehungen auf welche Art und Weise beeinflussen. Um herauszuarbeiten, inwieweit die in der bisherigen Forschung identifizierten Einflüsse auf organisationaler Ebene – also die Gegenstandsspezifika und die bestehenden Beziehungen – einflussreich sind, werden innovative Wachstumsunternehmen untersucht, welche sich entsprechend dieser Charakteristika unterscheiden. Somit vergleiche ich die Beziehungsbildung innovativer Start-ups und universitärer Spin-offs in den unternehmerischen Ökosystemen des Silicon Valley und Berlins. Deutlich wird, dass die unternehmerischen Ökosysteme den Einfluss organisationaler Faktoren moderieren. Dies wirft Fragen der Übertragbarkeit und Generalisierbarkeit der in der bisherigen Forschung gewonnen Erkenntnisse auf.

Um zu zeigen, wie es innovativen Wachstumsunternehmen trotz umfassender Herausforderungen gelingt, unter Bedingungen hoher Ungewissheit und Machtasymmetrie interorganisationale Beziehungen zu bilden, und inwieweit dies von den unternehmerischen Ökosystemen geprägt ist, gehe ich wie folgt vor. In Kapitel 2.1 gehe ich zunächst umfassender auf

die drei Quellen der Ungewissheit ein, welche die interorganisationale Beziehungsbildung innovativer Wachstumsunternehmen prägen. Darauf aufbauend diskutiere ich die bisherige Forschung in Bezug auf die Bildung interorganisationaler Beziehungen (Kapitel 2.2). Während die Forschung zur Beziehungsbildung von Organisationen vor allem die Selektion potenzieller Beziehungspartner fokussiert, schaut die Entrepreneurship-Forschung stärker auf die Suche ebendieser. Hier werden fünf zentrale Kritikpunkte an bisherigen Ansätzen deutlich, welche ich im Rahmen dieser Arbeit adressiere. *Erstens* übersieht die bisherige Forschung weitestgehend, in welchem umfassendem Maße nicht nur Ungewissheit, sondern auch Machtasymmetrie die Beziehungsbildung innovativer Wachstumsunternehmen prägt. *Zweitens* übersieht der Fokus auf die Suche und Selektion von Beziehungspartnern, wie diese Beziehungen angebahnt und aufgebaut werden. Gerade unter Bedingungen erhöhter Ungewissheit und Machtasymmetrie wird die Anbahnung interorganisationaler Beziehungen aber besonders bedeutsam. *Drittens* unterscheidet der Diskurs nicht zwischen Mitteln und ihrer Verwendung als Ressourcen. Dadurch wird nicht nur übersehen, dass in unterschiedlichen unternehmerischen Ökosystemen unterschiedliche Mittel als Ressourcen im Innovations- und Gründungsprozess genutzt werden können. Übersehen wird dadurch auch, dass bestehende persönliche und interorganisationale Beziehungen ebenfalls Mittel sind, welche auf ganz unterschiedliche Art und Weise zur Bildung (weiterer) interorganisationaler Beziehungen genutzt werden können. Über diese interorganisationalen Beziehungen können dann Mittel für den Innovations- und Gründungsprozess bezogen werden. Dabei wird bereits der *vierte* Kritikpunkt deutlich. Wie ich unter 2.3 argumentiere, differenzieren bisherige Studien nicht zufriedenstellend zwischen persönlichen und interorganisationalen Beziehungen und übersehen ihr Wechselspiel. Dies muss aber gezielt adressiert werden, um die Verwendung persönlicher Beziehungen als Ressource zum Aufbau interorganisationaler Beziehungen erfassen zu können. *Fünftens* zeige ich in Kapitel 2.4, dass die bisherige Forschung den Einfluss sozialer Kontexte auf die Bildung interorganisationaler Beziehungen weitestgehend übersieht. Diesem kommt aber gerade unter Bedingungen erhöhter Ungewissheit und Machtasymmetrie zentrale Bedeutung zu. Nur die Berücksichtigung des Einflusses sozialer Kontexte kann mein empirisches Rätsel – also die systematische Varianz von Mustern der Beziehungsbildung in verschiedenen unternehmerischen Ökosystemen – erklären.

Ein strukturationstheoretischer Zugang ermöglicht es nun, diese Kritikpunkte anzugehen. Wie ich in Kapitel 3 argumentiere, erfasst die Strukturationstheorie durch ihren Fokus auf soziale Praktiken einzelne Handlungen zur Beziehungsbildung in ihrem Verhältnis zu ebendiesen Praktiken und den Regeln und Ressourcen sozialer Systeme (Giddens 1984). Basierend auf den empirischen Erkenntnissen des Diskurses zu *Entrepreneurial Ecosystems* (Stam 2015, Spigel 2017, Mason/Brown 2014) konzipiere ich das soziale System, welches gerade in der frühen Gründungsphase überaus bedeutsam ist, als *unternehmerisches Ökosystem* (Kapitel 3.1). Ich identifiziere drei zentrale Charakteristika unternehmerischer Ökosysteme, entsprechend welcher sich diese unterscheiden können. Diese sind die *Etabliertheit*, *Vollständigkeit* und *Integration*. Der Vergleich unternehmerischer Ökosysteme, welche ent-

sprechend dieser Charakteristika variieren, ermöglicht es zu zeigen, welche Eigenschaften dieser sozialen Systeme die Bildung interorganisationaler Beziehungen auf welche Art und Weise beeinflussen. Im Fokus der Analyse stehen folglich die Praktiken der Beziehungsbildung, also in Zeit und Raum verteilte Handlungsmuster zur Bildung interorganisationaler Beziehungen, welche die Regeln und Ressourcen dieser unternehmerischen Ökosysteme (re-)produzieren. Die Beziehungsbildung erfolgt dabei unter hoher Ungewissheit und Machtasymmetrie. Während die hohe Ungewissheit in der bisherigen Forschung bereits an unterschiedlichen Stellen aufgenommen wurde, ist eine Konzeptualisierung von Machtasymmetrie notwendig. Unter 3.2.1 konzipiere ich die Machtasymmetrie zwischen innovativen Wachstumsunternehmen und potenziellen Partnern basierend auf dem *Resource Dependence*-Ansatz (Pfeffer/Salancik 1978). Um nun mit den Herausforderungen umzugehen, welche aus der hohen Ungewissheit und Machtasymmetrie resultieren, stellen die unternehmerischen Ökosysteme *Skripte* bereit, welche die Regeln und Ressourcen in lose beschriebene Handlungssequenzen übersetzen und so eine Verbindung zwischen den unternehmerischen Ökosystemen und den Handlungen innovativer Wachstumsunternehmen herstellen (Barley 1986, Barley/Tolbert 1997, Barley 2015). Diese interpretieren innovative Wachstumsunternehmen in ihrem Handeln reflexiv unter Bezug auf die ihnen zur Verfügung stehenden Mittel (Kapitel 3.2.2). Dadurch (re-)produzieren sie unterschiedliche Praktiken der Beziehungsbildung. Diese Praktiken der Beziehungsbildung werden unter 3.3 als Prozess der Suche, Selektion und Anbahnung interorganisationaler Beziehungen konzipiert. Um das Verhältnis persönlicher und interorganisationaler Beziehungen zur Bildung (weiterer) interorganisationaler Beziehungen differenziert fassen zu können, entwickle ich an dieser Stelle vier Modi der Beziehungsbildung, die genau dies aufnehmen.

Aus diesem konzeptionellen Rahmen ergibt sich das methodische Vorgehen, welches ich in Kapitel 4 ausführe. Um die Praktiken der Beziehungsbildung in ihrem Verhältnis zu den Regeln, Ressourcen und Skripten unternehmerischer Ökosysteme zu analysieren, ist ein qualitatives Forschungsdesign und die Identifikation von Handlungsmustern über innovative Wachstumsunternehmen hinweg notwendig. Dazu führte ich eine vergleichende Fallstudie nach Yin (1994) durch, wobei Fälle auf zwei Ebenen entstehen. Im Fokus stehen die innovativen Wachstumsunternehmen. Diese sind in zwei unternehmerische Ökosysteme eingebettet, welche entlang der unter 3.1.2 identifizierten Charakteristika besonders deutlich variieren. Während das unternehmerische Ökosystem im Silicon Valley *etabliert, vollständig* und *stark integriert* ist, ist es in Berlin *jung, unvollständig* und *fragmentiert*. Der Vergleich unabhängiger Start-ups und universitärer Spin-offs ermöglicht es zu zeigen, inwieweit die Beziehungsbildung von den Gegenstandsspezifika der Produktideen der Wachstumsunternehmen und ihren bestehenden Beziehungen beeinflusst ist. Die bisherige Forschung identifizierte ebendiese Faktoren als die zentralen Einflüsse auf die Bildung interorganisationaler Beziehungen. Ziel ist es zu zeigen, inwieweit und auf welche Art und Weise das jeweilige unternehmerische Ökosystem den Einfluss der Gegenstandsspezifika und der bestehenden Beziehungen moderiert.

Die hauptsächliche Datenbasis dieser Untersuchung sind 85 offene Leitfadeninterviews mit Gründern und anderen relevanten Akteuren der unternehmerischen Ökosysteme, welche meist 60 bis 90 Minuten dauerten. Darüber hinaus protokollierte ich meine Beobachtungen von 26 gründungsbezogenen Veranstaltungen. Im Silicon Valley untersuchte ich 18 innovative Wachstumsunternehmen (15 Start-ups, 3 universitäre Spin-offs). In Berlin untersuchte ich 33 innovative Wachstumsunternehmen (16 Start-ups, 12 universitäre Spin-offs, 5 *Exist*-Gründungen). Darüber hinaus interviewte ich Mitarbeiter weiterer relevanter Akteure der jeweiligen unternehmerischen Ökosysteme, wie beispielsweise Angel-Investoren oder Risikokapitalgeber (10 in Berlin, 13 in Silicon Valley). Die Datenauswertung folgt der qualitativen Inhaltsanalyse nach Gläser und Laudel (2009, 2013). Ziel war es, Muster in der Beziehungsbildung innovativer Wachstumsunternehmen über die einzelnen Fälle hinweg zu identifizieren, wie ich unter 4.4 ausführe.

Der empirische Teil meiner Arbeit beginnt mit der Analyse der unternehmerischen Ökosysteme des Silicon Valley und Berlins (Kapitel 5). Das unternehmerische Ökosystem des Silicon Valley entwickelte sich über Jahrzehnte zu einer der innovativsten Regionen weltweit (Kapitel 5.1). Wie ich unter 5.1.1 zeige, stellt es unterschiedlichste und umfassende, im Innovations- und Gründungsprozess benötigte Mittel bereit und ist somit vollständig. Diese Mittel können aufgrund der starken Integration des unternehmerischen Ökosystems nun auch besonders gut von unterschiedlichsten Akteurstypen genutzt werden, um innovatives Unternehmertum zu befördern. Hier spielt neben umfassenden Netzwerken auf persönlicher und interorganisationaler Ebene die ausgeprägte *Rollenmultiplexität* der Individuen – also die gleichzeitige Mitgliedschaft eines Individuums in unterschiedlichen Organisationen, in unterschiedlichen Rollen – eine maßgebliche Rolle, wie ich unter 5.1.2 argumentiere. Demgegenüber ist das unternehmerische Ökosystem Berlins sehr viel jünger (Kapitel 5.2). Auf der einen Seite werden umfassende politische Bemühungen unternommen, um eine solche unternehmerische Kultur überhaupt erst zu etablieren. Auf der anderen Seite entstand in Berlin parallel zu diesen politischen Bemühungen eine lebhaft unternehmerische Gemeinschaft, welche von privatwirtschaftlichen Akteuren geprägt ist und sich um die Gründung unabhängiger Start-ups versammelt. Diese *Fragmentierung* in zwei Subsysteme charakterisiert das unternehmerische Ökosystem Berlins und beeinflusst die Bildung interorganisationaler Beziehungen von Start-ups und universitären Spin-offs maßgeblich. Unter 5.2.1 gehe ich umfassender auf das Start-up-Subsystem, unter 5.2.2 auf das Spin-off-Subsystem ein. Anschließend diskutiere ich die Fragmentierung des unternehmerischen Ökosystems in diese zwei Subsysteme (Kapitel 5.2.3). Die unternehmerischen Ökosysteme des Silicon Valley und Berlins unterscheiden sich nicht nur entsprechend ihrer Etabliertheit, Vollständigkeit und Integration. In beiden unternehmerischen Ökosystemen müssen innovative Produktideen auch unterschiedliche Gegenstandsspezifika aufweisen, um als Innovation dargestellt werden zu können (Kapitel 5.3). Während die Produktideen im Silicon Valley hochgradig riskant und disruptiv sein müssen, um innovatives Potenzial und somit die Chance auf umfassende wirtschaftliche Gewinne zu signalisieren, dürfen sie im unternehmerischen Ökosystem Berlins

nicht zu riskant erscheinen. Hier dominieren solche Produktideen, deren innovatives Potenzial in der Übertragung etablierter Technologien oder Geschäftsmodelle auf neue Märkte zu verorten ist.

Anschließend gehe ich auf die Praktiken zur Bildung von Investment-Beziehungen und Kundenbeziehungen ein. Diese sind maßgeblich von den Skripten der Beziehungsbildung des jeweiligen unternehmerischen Ökosystems bzw. der entsprechenden Subsysteme geprägt. In Kapitel 6 gehe ich umfassender auf die Beziehungsbildung im Silicon Valley, in Kapitel 7 auf die Beziehungsbildung in Berlin ein und vergleiche diese anschließend in Kapitel 8.

Im unternehmerischen Ökosystem des Silicon Valley zeigen sich deutliche Ähnlichkeiten in den Beziehungsbildungspraktiken von Start-ups und universitären Spin-offs. Beide Typen innovativer Wachstumsunternehmen interpretieren dieselben Skripte der Beziehungsbildung, welche im gesamten, stark integrierten unternehmerischen Ökosystem gelten. Durch die Skripte des *Nutzens von Signalen* und der *Selbstfinanzierung der Pre-Seed-Phase* werden erste Investment-Beziehungen meist erst in der *Seed-Phase* gebildet. Die Bildung dieser Beziehungen ist maßgeblich am Skript der *warmen Anbahnung* orientiert. Gerade in der frühen Gründungsphase werden persönliche zu Beziehungen dem zentralen Mittel, welches als Ressource zur Interpretation dieses Skripts genutzt werden kann und muss (Kapitel 6.1 und 6.2). Über die Interpretation des Skripts der warmen Anbahnung können aufgrund der Vollständigkeit des unternehmerischen Ökosystems auch erste Kundenbeziehungen gebildet werden (Kapitel 6.3).

Demgegenüber bilden Start-ups und universitäre Spin-offs im unternehmerischen Ökosystem Berlins interorganisationale Beziehungen über ganz unterschiedliche Praktiken. Beide Subsysteme stellen unterschiedliche Skripte bereit, welche die Bildung erster Investment-Beziehungen entsprechend unterschiedlich strukturieren. Das Bilden von Investment-Beziehungen im Start-up-Subsystem ist – ähnlich wie im Silicon Valley – maßgeblich vom Skript der *warmen Anbahnung* geprägt. Hier müssen die persönlichen Beziehungen, welche als Ressource zur Interpretation dieses Skripts genutzt werden können, aber sehr viel wärmer sein, um als *warm genug* zu gelten. Im Spin-off-Subsystem ist die Bildung interorganisationaler Beziehungen zum Bezug finanzieller Mittel demgegenüber von den Skripten der *Selektion von Exist* und der *Selektion halb-öffentlicher Investoren* geprägt. Die Anbahnung dieser Beziehungen erfolgt über Anträge. Start-ups und universitäre Spin-offs selektieren also nicht nur unterschiedliche Akteurstypen zum Bezug finanzieller Mittel, sie werden auch auf unterschiedliche Art und Weise angebahnt. Diese Unterschiede lassen sich nicht allein aus den unterschiedlichen Gegenstandsspezifika der innovativen Produktideen beider Typen innovativer Wachstumsunternehmen erklären. Dies wird am Beispiel der *Exist*-Gründungen deutlich. Die Gegenstandsspezifika der Produktideen von *Exist*-Gründungen ähneln denen der typischen Produktideen der Start-ups; sie zeigen aber dieselben Beziehungsbildungspraktiken wie universitäre Spin-offs. Hier wird der maßgebliche Einfluss des Gründungshintergrundes auf die Beziehungsbildung in diesem fragmentierten unternehmerischen Ökosys-

tem deutlich. Der Einfluss der Unvollständigkeit des unternehmerischen Ökosystems auf die Bildung interorganisationaler Beziehungen zeigt sich in der Bildung von Kundenbeziehungen. Diese werden hier auf ganz andere Art und Weise gebildet als Investment-Beziehungen. Zum Bilden von Kundenbeziehungen können innovative Wachstumsunternehmen nicht auf die Regeln und Ressourcen des unternehmerischen Ökosystems zurückgreifen. Kundenbeziehungen müssen zu Akteuren gebildet werden, welche nicht in dieses eingebettet sind. Dies führt zu erheblichen Problemen, welche die Beziehungsbildung prägen.

Im Vergleich der Praktiken der interorganisationalen Beziehungsbildung im Silicon Valley und Berlin wird deutlich, dass sich sowohl der Geltungsbereich der Skripte der Beziehungsbildung unterscheidet, als auch deren Ausgestaltung. Dabei beeinflussen die Vollständigkeit und Integration der unternehmerischen Ökosysteme vor allem den Geltungsbereich bestimmter Skripte (Kapitel 8.1). So interpretieren Start-ups und universitäre Spin-offs im Silicon Valley dieselben Skripte, um zu denselben Akteurstypen interorganisationale Beziehungen zu bilden. Über die Interpretation dieser Skripte können dabei unterschiedlichste Mittel aus dem vollständigen unternehmerischen Ökosystem bezogen werden, wie beispielsweise finanzielle Mittel oder Marktzugang. Im fragmentierten unternehmerischen Ökosystem Berlins interpretieren Start-ups andere Skripte als universitäre Spin-offs und *Exist-Gründungen*. Die Fragmentierung des unternehmerischen Ökosystems begrenzt den Geltungsbereich bestimmter Skripte. Aufgrund der Unvollständigkeit kann Marktzugang nicht über die Interpretation der Skripte des unternehmerischen Ökosystems gewonnen werden. Nun unterscheidet sich aber nicht nur der Geltungsbereich der Skripte, sondern auch deren Ausgestaltung (Kapitel 8.2). So müssen beispielsweise persönliche Beziehungen im Silicon Valley und im Start-up-Subsystem Berlins ganz unterschiedliche Eigenschaften aufweisen, um als Ressource zur Interpretation des Skripts der warmen Anbahnung genutzt werden zu können.

In Kapitel 9 diskutiere ich diese Ergebnisse in Bezug zu bisheriger Forschung zur Bildung interorganisationaler Beziehungen. Deutlich werden dabei die drei zentralen Beiträge meiner Arbeit. *Erstens* beeinflussen die unternehmerischen Ökosysteme die Bildung interorganisationaler Beziehungen maßgeblich. Der Einfluss sozialer Kontexte muss berücksichtigt werden, um verstehen und erklären zu können, wie die in der bisherigen Forschung identifizierten Einflussfaktoren die Bildung interorganisationaler Beziehungen beeinflussen (Kapitel 9.1). *Zweitens* muss die Bildung interorganisationaler Beziehungen als Prozess der Suche, Selektion und Anbahnung dieser Beziehungen betrachtet werden. Der Anbahnung kommt dabei vor allem unter Bedingungen erhöhter Ungewissheit und Machtasymmetrie zentrale Bedeutung zu (Kapitel 9.2). *Drittens* hängt die Stärke persönlicher Beziehungen von den jeweiligen sozialen Kontexten ab, in welchen sie als Ressource zur Bildung interorganisationaler Beziehungen genutzt werden können oder gar müssen (Kapitel 9.3). Abschließend reflektiere ich die Grenzen der Generalisierbarkeit der hier gewonnenen Erkenntnisse sowie ihre Implikationen für anschließende Forschung (Kapitel 9.4) und schließe mit einem Ausblick (Kapitel 10).

Literatur

- AirBnB (2019): AirBnB. <https://news.airbnb.com/about-us/>; letzter Zugriff am 22. November 2019
- Aldrich, Howard E./Fiol, Marlene C. (1994): Fools Rush In? The Institutional Context of Industry Creation. *Academy of Management Review*, 19, Nr. 4, S. 645–670
- Aldrich, Howard E./Yang, Tiantian (2013): How Do Entrepreneurs Know What to Do? Learning and Organizing in New Ventures. *Journal of Evolutionary Economics*, 24, Nr. 1, S. 59–82
- Barden, Jeffrey Q./Mitchell, Will (2007): Disentangling the Influences of Leaders' Relational Embeddedness on Interorganizational Exchange. *Academy of Management Journal*, 50, Nr. 6, S. 1440–1461
- Barley, Stephen (1986): Technology as an Occasion for Structuring: Evidence from Observations of CT Scanners and the Social Order of Radiology Departments. *Administrative Science Quarterly*, 31, Nr. 1, S. 78–108
- Barley, Stephen (2015): Why the Internet Makes Buying a Car Less Loathsome: How Technologies Change Role Relations. *Academy of Management Discoveries*, 1, Nr. 1, S. 5–35
- Barley, Stephen/Tolbert, Pamela S. (1997): Institutionalization and Structuration: Studying the Links between Action and Institution. *Organization Studies*, 18, Nr. 1, S. 93–117
- Brass, Daniel/Greve, Henrich/Galaskiewicz, Joseph (2004): Taking Stock of Networks and Organizations: A Multilevel Perspective. *Academy of Management Journal*, 47, Nr. 6, S. 795–817
- Chung, Seungwha/Singh, Harbir/Lee, Kyungmook (2000): Complementarity, Status Similarity and Social Capital as Drivers of Alliance Formation. *Strategic Management Journal*, 21, Nr. 1, S. 1–22
- Clough, David R. et al. (2019): Turning Lead into Gold: How do Entrepreneurs Mobilize Resources to Exploit Opportunities? *Academy of Management Annals*, 13, Nr. 1, S. 240–271
- Delmar, Frédéric/Shane, Scott (2004): Legitimizing First: Organizing Activities and the Survival of New Ventures. *Journal of Business Venturing*, 19, Nr. 3, S. 385–410
- Elfring, Tom/Hulsink, Willem (2007): Networking by Entrepreneurs: Patterns of Tie-Formation in Emerging Organizations. *Organization Studies*, 28, Nr. 12, S. 1849–1872
- Emirbayer, Mustafa/Goodwin, Jeff (1994): Network Analysis, Culture, and the Problem of Agency. *American Journal of Sociology*, 99, Nr. 6, S. 1411–1454
- Ferrary, Michel/Granovetter, Mark (2009): The Role of Venture Capital Firms in Silicon Valley's Complex Innovation Network. *Economy and Society*, 38, Nr. 2, S. 326–359
- GEM; Bosma, Niels/Kelley, Donna (Hrsg.) (2018): Global Entrepreneurship Monitor. Babson College

- Giddens, Anthony (1984): *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley: University of California Press
- GII; Dutta, Soumitra/Lanvin, Bruno/Wunsch-Vincent, Sacha (Hrsg.) (2018): *Global Innovation Index*. Cornell University, INSEAD, and WIPO
- Google (2017): *Annual Report on Form 10-K 2017 Alphabet Inc.* U.S. Securities and Exchange Commission
- Gulati, Ranjay (1995): *Social Structure and Alliance Formation Patterns: A Longitudinal Analysis*. *Administrative Science Quarterly*, 40, Nr. 4, S. 619–652
- Gulati, Ranjay/Gargiulo, Martin (1999): *Where do Interorganizational Networks Come From?* *American Journal of Sociology*, 104, Nr. 5, S. 1439–1493
- Hallen, Benjamin L. (2008): *The Causes and Consequences of the Initial Network Positions of New Organizations: From Whom Do Entrepreneurs Receive Investments?* *Administrative Science Quarterly*, 53, Nr. 4, S. 685–718
- Hallen, Benjamin L./Eisenhardt, Kathleen (2012): *Catalyzing Strategies and Efficient Tie Formation: How Entrepreneurial Firms Obtain Investment Ties*. *Academy of Management Journal*, 55, Nr. 1, S. 35–70
- Hoang, Ha/Antoncic, Bostjan (2003): *Network-based Research in Entrepreneurship. A Critical Review*. *Journal of Business Venturing*, 18, Nr. 2, S. 165–187
- Huggins, Robert et al. (2015): *Network Evolution and the Spatiotemporal Dynamics of Knowledge Sourcing*. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27, Nr. 7-8, S. 474–499
- Isenberg, Daniel J. (2010): *How to Start an Entrepreneurial Revolution*. *Harvard Business Review*, 88, Nr. 6, S. 40–50
- Kaandorp, Mariette/Burg, Elco van/Karlsson, Tomas (2019): *Initial Networking Processes of Student Entrepreneurs: The Role of Action and Evaluation*. *Entrepreneurship Theory and Practice Online First*
- Lechner, Christian/Dowling, Michael (2003): *Firm Networks: External Relationships as Source for the Growth and Competitiveness of Entrepreneurial Firms*. *Entrepreneurship and Regional Development*, 15, Nr. 1, S. 1–26
- Macpherson, Allan/Herbane, Brahim/Jones, Oswald (2015): *Developing Dynamic Capabilities through Resource Accretion: Expanding the Entrepreneurial Solution Space*. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27, Nr. 5-6, S. 259–291
- Mason, Colin/Brown, Ross (2014): *Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*. *Final Report to OECD, Paris*, 30, Nr. 1, S. 77–102
- Maurer, Indre/Ebers, Mark (2006): *Dynamics of Social Capital and Their Performance Implications: Lessons from Biotechnology Start-ups*. *Administrative Science Quarterly*, 51, Nr. 2, S. 262–292
- Partanen, Jukka/Chetty, Sylvie K./Rajala, Arto (2014): *Innovation Types and Network Relationships*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38, Nr. 5, S. 1027–1055

- Pfeffer, Jeffrey/Salancik, Gerald (1978): *The External Control of Organizations*. New York: Harper and Row
- Podolny, Joel M. (1993): A Status-based Model of Market Competition. *American Journal of Sociology*, 98, Nr. 4, S. 829–872
- Podolny, Joel M. (1994): Market Uncertainty and the Social Character of Economic Exchange. *Administrative Science Quarterly*, 39, Nr. 3, S. 458–483
- Powell, Walter W. (1990): Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization. *Research in Organizational Behavior*, 12, S. 295–336
- Rasmussen, Einar/Mosey, Simon/Wright, Mike (2015): The Transformation of Network Ties to Develop Entrepreneurial Competencies for University Spin-Offs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27, Nr. 7-8, S. 430–457
- Saxenian, AnnaLee (1996): *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Schumpeter, Joseph (2000): *Entrepreneurship as Innovation*. In Swedberg, Richard (Hrsg.): *Entrepreneurship*. Oxford: The Social Science View
- Shane, Scott/Cable, Daniel (2002): Network Ties, Reputation, and the Financing of New Ventures. *Management Science*, 48, Nr. 3, S. 364–381
- Slotte-Kock, Susanna/Coviello, Nicole (2010): Entrepreneurship Research on Network Processes: A Review and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34, Nr. 1, S. 31–57
- Spigel, Ben (2017): The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41, Nr. 1, S. 49–72
- Stam, Erik (2015): Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Systematic Critique. *European Planning Studies*, 23, Nr. 9, S. 1759–1769
- Steier, Lloyd/Greenwood, Royston (2000): Entrepreneurship and the Evolution of Angel Financial Networks. *Organization Studies*, 21, Nr. 1, S. 163–192
- Stuart, Toby E./Hoang, Ha/Hybels, Ralph C. (1999): Interorganizational Endorsements and the Performance of Entrepreneurial Ventures. *Administrative Science Quarterly*, 44, Nr. 2, S. 315–349
- Tasselli, Stefano/Kilduff, Martin/Menges, Jochen I. (2015): The Microfoundations of Organizational Social Networks: A Review and an Agenda for Future Research. *Journal of Management*, 41, Nr. 5, S. 1361–1387
- Van de Ven, Andrew (1986): Central Problems in the Management of Innovation. *Management Science*, 32, Nr. 5, S. 590–607
- Vasudeva, Gurneeta/Spencer, Jennifer W./Teegen, Hildy J. (2013): Bringing the Institutional Context Back In: A Cross-National Comparison of Alliance Partner Selection and Knowledge Acquisition. *Organization Science*, 24, Nr. 2, S. 319–338
- Venkataraman, Sankaran et al. (1990): Starting up in a Turbulent Environment: A Process Model of Failure Among Firms with High Customer Dependence. *Journal of Business Venturing*, 5, Nr. 5, S. 277–295

-
- Vissa, Balagopal (2012): Agency in Action: Entrepreneurs' Networking Style and Initiation of Economic Exchange. *Organization Science*, 23, Nr. 2, S. 492–510
- Vissa, Balagopal/Chacar, Aya S. (2009): Leveraging Ties. The Contingent Value of Entrepreneurial Teams' External Advice Networks on Indian Software Venture Performance. *Strategic Management Journal*, 30, Nr. 11, S. 1179–1191
- Wright, Mike et al. (2006): University Spin-out Companies and Venture Capital. *Research Policy*, 35, Nr. 4, S. 481–501
- Zheng, Congcong/Ahsan, Mujtaba/DeNoble, Alex F. (2019): Entrepreneurial Networking During Early Stages of Opportunity Exploitation: Agency of Novice and Experienced New Venture Leaders. *Entrepreneurship Theory and Practice Online First*