

Friederike Welter, Ursula Ammon
und Lutz Trettin

Netzwerke und Gründungen von Unternehmen durch Frauen

Heft 76



Duncker & Humblot · Berlin

Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung

Vorstand:

Prof. Dr. Christoph M. Schmidt, Ph.D. (Präsident),

Prof. Dr. Thomas K. Bauer

Prof. Dr. Wim Kösters

Verwaltungsrat:

Dr. Eberhard Heinke (Vorsitzender);

Dr. Dietmar Kuhnt, Dr. Henning Osthues-Albrecht, Reinhold Schulte
(stellv. Vorsitzende);

Prof. Dr.-Ing. Dieter Ameling, Manfred Breuer, Christoph Dänzer-Vanotti,

Dr. Hans Georg Fabritius, Prof. Dr. Harald B. Giesel, Karl-Heinz Herlitschke,

Dr. Thomas Köster, Hartmut Krebs, Tillmann Neinhaus, Dr. Günter Sander-
mann, Dr. Gerd Willamowski

Forschungsbeirat:

Prof. David Card, Ph.D., Prof. Dr. Clemens Fuest, Prof. Dr. Walter Krämer,

Prof. Dr. Michael Lechner, Prof. Dr. Till Requate, Prof. Nina Smith, Ph.D.,

Prof. Dr. Harald Uhlig, Prof. Dr. Josef Zweimüller

Ehrenmitglieder des RWI Essen

Heinrich Frommknecht, Prof. Dr. Paul Klemmer

RWI : Schriften Heft 76

Schriftleitung: Prof. Dr. Christoph M. Schmidt, Ph.D.

Redaktionelle Bearbeitung: Joachim Schmidt

Friederike Welter, Ursula Ammon
und Lutz Trettin

Netzwerke und Gründungen von Unternehmen
durch Frauen

RWI : Schriften

Heft 76

Friederike Welter, Ursula Ammon und Lutz Trettin

Netzwerke und Gründungen von Unternehmen durch Frauen



Duncker & Humblot · Berlin

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten

© 2004 Duncker & Humblot GmbH, Berlin

Fotoprint: Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin

Printed in Germany

ISSN 0720-7212

ISBN 3-428-11719-0

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☺

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

Vorwort

Netzwerkbeziehungen tragen dazu bei, dass sich neue Unternehmen am Markt legitimieren. Sie ermöglichen einen raschen – und oft exklusiven – Informationsaustausch und leisten emotionale wie technische Unterstützung, insbesondere auch in der Gründungsphase eines Unternehmens. Gerade in den neunziger Jahren hat sich in Deutschland eine Vielzahl neuer – regionaler wie nationaler – Netzwerke für berufstätige und selbständige Frauen gegründet, zusätzlich zu den bereits lange bestehenden Wirtschafts- und Berufsverbänden.

Vor diesem Hintergrund wurde das Rheinisch-Westfälische Institut für Wirtschaftsforschung vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit beauftragt, eine Studie zum Thema „Die Bedeutung von Netzwerken bei Unternehmensgründungen von Frauen“ zu erstellen. Ziel des Forschungsprojekts war es zu untersuchen, in welcher Hinsicht und inwieweit Unternehmerinnen-Netzwerke den Erfolg von Gründungen beeinflussen können und welche Faktoren ein erfolgreiches und nachhaltig effektives Netzwerk ausmachen (können).

Obschon aufgrund der lokalen und regionalen Einbettung der Netzwerke und ihrer jeweils spezifischen Entstehungsgeschichte keine „Patentrezepte“ für einen idealen Entwicklungspfad zu finden sind, lassen die Ergebnisse dieser Studie eine Reihe personen-, prozess-, organisations- und vernetzungsbezogene Stärken und Schwächen verschiedener Netzwerktypen erkennen. Aus diesen sowie aus internationalen Vergleichen lassen sich Handlungsempfehlungen ableiten, was beachtet werden sollte, wenn neue Netzwerke entstehen oder wenn sich bereits existierende veränderten Gegebenheiten anpassen.

Die Untersuchung, die von PD Dr. Friederike Welter geleitet wurde, ist gemeinsam mit der Sozialforschungsstelle Dortmund (sfs) bearbeitet worden. Die Arbeiten wurden im RWI im Kompetenzbereich „Existenzgründung und Unternehmensentwicklung, Handwerk und Neue Technologien“ durchgeführt. In der sfs lag die Leitung in den Händen von Dipl.-Volkswirtin Ursula Ammon. Besonderer Dank gilt Milena Stoytcheva und Muhamed Kudic,

Marlies Tepas (Sekretariat), Frank Jakob (Grafik) und Karl-Heinz Herlitschke (Statistik), Dr. Gudrun Richter-Witzgall und Renate Griffiths (Sekretariat) (beide sfs), Gerd Röhl (Firma adaequat) und Jürgen Bonnekoh (GEA) für ihre tatkräftige Unterstützung.

Essen, September 2004

Rheinisch-Westfälisches Institut
für Wirtschaftsforschung

Christoph M. Schmidt

Inhaltsverzeichnis

Problemstellung, Methode und Aufbau der Arbeit	15
1. Problemstellung	15
2. Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit	17
Erstes Kapitel	
Netzwerke aus theoretischer Sicht – eine interdisziplinäre Betrachtung	19
1. Begriff, Rolle und Strukturen von Netzwerken.	19
1.1 Definitionen und Abgrenzungen	19
1.2 Netzwerke und Gründungserfolg	23
1.3 Entstehung und Entwicklung von Netzwerken.	25
1.4 Netzwerkmanagement und -strukturen.	28
2. Netzwerke in der Region.	31
2.1 Konzeptionelle Ansätze	31
2.2 Netzwerke aus Sicht der regionalen Gründungsforschung	36
3. Erfolgsfaktoren und Hemmnisse der Netzwerkarbeit.	39
Zweites Kapitel	
Methodik der Netzwerkanalyse	43
1. Netzwerktypologie	43
2. Methodik der Untersuchungen auf der Angebotsseite	48
2.1 Netzwerke aus Sicht der Organisatorinnen.	48
2.2 Netzwerke im Raum – regionale Fallstudien	49
2.3 Internationale Netzwerke	51
3. Netzwerke aus Nutzerinnensicht: Methodik der Online-Befragung	53
3.1 Zielsetzung und Repräsentativität	53
3.2 Adressatenkreis und Auswahl der Teilnehmerinnen.	54
3.3 Fragebogen und technische Gestaltung.	56

Drittes Kapitel

Netzwerke aus Sicht der Organisatorinnen	58
1. Netzwerkstrukturen und Angebote im Überblick	58
1.1 Mitglieder und räumliche Organisation.	58
1.2 Zielsetzung, Arbeitsfelder, Angebote.	61
1.3 Organisation und Finanzierung	65
2. Netzwerkmanagement	70
3. Netzwerkentwicklung	72
3.1 Entstehung	72
3.2 Alleinstellungsmerkmale und Perspektiven	73

Viertes Kapitel

Netzwerke aus Sicht der Nutzerinnen	79
1. Gründerinnen und Unternehmerinnen als Befragte.	79
2. Gründungswege und Unternehmenscharakteristika	80
3. Netzwerkmitgliedschaften und Internetnutzung	84
3.1 Netzwerkmitgliedschaft	85
3.2 Nutzung von Internet und Internetportalen	86
3.3 Netzwerkkontakt und Erstinformation.	89
3.4 Gründe für die Vernetzung.	90
4. Netzwerknutzung, Engagement und Netzwerkidentität.	92
4.1 Netzwerkangebote	92
4.2 Rolle von Netzwerken bei Gründung und Unternehmensentwicklung	96
4.3 Engagement der Befragten im Netzwerk	98
4.4 Netzwerkvorteile und -identität	98

Fünftes Kapitel

Regionale Perspektive der Vernetzung.	102
1. Netzwerke im ländlich geprägten Mecklenburg-Vorpommern	102
1.1 Transformationsprozess	102
1.2 Förderung der Existenzgründung	104
1.3 Elemente der Förderlandschaft für Gründerinnen	106
1.4 Einbindung von Netzwerken in die regionale Förderstruktur.	109
2. Vernetzung in der dienstleistungs- und innovationsorientierten Region München	115
2.1 High Tech-Prägung der Region	115
2.2 Projektbezogene Vernetzung zur Förderung von Gründer/-innen	117

2.3	Grundlagen der projektbezogenen Kooperation im Münchener Fördersystem	123
3.	Netzwerke in der altindustriellen Region Östliches Ruhrgebiet	125
3.1	Strukturwandel mit technologieorientierten Neugründungen	125
3.2	Fördersystem für Gründungen im Überblick	127
3.3	Fallbeispiele zu Organisationsgeflecht und projektbezogener Vernetzung in der Gründerinnenförderung	133

Sechstes Kapitel

Unternehmerinnennetzwerke in internationaler Perspektive	137	
1.	Netzwerke als Paradigma in den USA und Großbritannien	137
1.1	Unternehmerinnen und Netzwerke in den USA	137
1.2	Unternehmerinnen und Netzwerke in Großbritannien	140
2.	Netze in den kleinen Ländern Niederlande und Österreich	143
2.1	Unternehmerinnen und Netzwerke in den Niederlanden	143
2.2	Unternehmerinnen und Netzwerke in Österreich	147

Siebttes Kapitel

Fazit und Ausblick	149	
1.	Analyse der Stärken und Schwächen der Netzwerktypen	149
1.1	Organisationsbezogene Stärken und Schwächen	149
1.2	Personenbezogene Stärken und Schwächen	152
1.3	Prozessbezogene Stärken und Schwächen	153
1.4	Vernetzungsbezogene Stärken und Schwächen	155
2.	Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen	157

Anhang 163

1.	Interviewpartner	163
2.	Fragebogen der Online-Befragung	170
3.	Grundlegende Elemente des Gesprächsleitfadens für Interviews mit Organisator/-innen von Gründer/-innennetzwerken	180
4.	Grundlegende Elemente des Gesprächsleitfadens für Interviews mit Organisatorinnen von Unternehmerinnen-/Gründerinnennetzwerken der Region.	185
5.	Grundlegende Elemente des Gesprächsleitfadens für Interviews mit Einrichtungen zur Förderung von Existenzgründerinnen der Region . .	187

6.	Grundlegende Elemente des Gesprächsleitfadens für Interviews mit Unterstützungsnetzwerken für Gründerinnen der Region	189
7.	Grundlegende Elemente des Gesprächsleitfadens für Interviews mit Gründerinnen aus der Region	190
8.	Tabellen und Schaubilder zur Wirtschaft in ausgewählten Regionen . .	192
Literaturverzeichnis		208
Sachregister		222

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1:	Alter und Ausbildung der befragten Frauen	80
Tabelle 2:	Gründungswege.	81
Tabelle 3:	Ausgewählte Unternehmenscharakteristika	82
Tabelle 4:	Branchenverteilung der Stichprobe	84
Tabelle 5:	Netzwerkmitgliedschaften der Befragten	85
Tabelle 6:	Nutzung von Internetportalen durch die Befragten	87
Tabelle 7:	Art des von den Befragten genutzten Internetportals	88
Tabelle 8:	Erstinformation der Befragten über Netzwerk	90
Tabelle 9:	Beweggründe der Befragten für die Vernetzung	91
Tabelle 10:	Nutzung der Angebote durch die Befragten	93
Tabelle 11:	Häufige Nutzung der Angebote durch die Befragten nach Status der Selbständigkeit	94
Tabelle 12:	Bewertung der Angebote durch die Befragten	95
Tabelle 13:	Bedeutung des Netzwerks für Gründung und Unternehmensentwicklung	96
Tabelle 14:	Unterstützungsquellen der Befragten	97
Tabelle 15:	Aufgaben der Befragten im Netzwerk	99
Tabelle 16:	Wichtige Netzwerkfaktoren für Gründerinnen und Unternehmerinnen.	100
Tabelle 17:	Identitätsstiftende Faktoren im Netzwerk	101
Tabelle 18:	Nominale Bruttowertschöpfung in ausgewählten Regionen.	195
Tabelle 19:	Erwerbstätige nach Wirtschaftszweigen in ausgewählten Regionen	197
Tabelle 20:	Selbständige im Dienstleistungsbereich in ausgewählten Regionen	199

Tabelle 21:	Erwerbstätige und Selbständige im Dienstleistungsbereich in ausgewählten Regionen	201
Tabelle 22:	Arbeitsproduktivität in ausgewählten Regionen	203
Tabelle 23:	Arbeitslosenquoten in ausgewählten Regionen	203
Tabelle 24:	Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte in ausgewählten Regionen	203
Tabelle 25:	Gewerbean- und -abmeldungen in ausgewählten Regionen.	204

Verzeichnis der Schaubilder

Schaubild 1: Innovative Netzwerke, sozio-ökonomisches Umfeld und „Milieux-Innovateurs“	33
Schaubild 2: Struktur der Weiberwirtschaft e.G. Berlin.	71
Schaubild 3: Einrichtungen zur Förderung von Existenzgründerinnen in Mecklenburg-Vorpommern	107
Schaubild 4: Lokale und regionale Vernetzung des Vereins „Frauen in die Wirtschaft“ Rostock	111
Schaubild 5: Ressourcen Center in Mecklenburg-Vorpommern: Beispiele für die Vernetzung im ländlichen Raum (Uecker-Randow/Ostvorpommern)	114
Schaubild 6: Projektbezogene Vernetzung zur Unterstützung von Gründer/-innen in der Stadtregion München	118
Schaubild 7: Einbindung von Gründerinnen-Netzwerken in das Münchner Fördersystem	120
Schaubild 8: Akteure im System der Gründungsförderung im Östlichen Ruhrgebiet.	128
Schaubild 9: Förderung von Gründer/-innen im Östlichen Ruhrgebiet: Organisationsgeflecht und projektbezogene Vernetzung	134
Schaubild 10: Gewerbean- und -abmeldungen in ausgewählten Regionen.	192
Schaubild 11: Beitrag der Wirtschaftsbereiche zur nominalen Bruttowertschöpfung in ausgewählten Regionen	193
Schaubild 12: Erwerbstätige nach Wirtschaftszweigen in ausgewählten Regionen	194
Schaubild 13: Arbeitslosenquote in Mecklenburg-Vorpommern	205
Schaubild 14: Beschäftigte in der High-Tech-Industrie und Standorte der wehrtechnischen Industrie im Raum München.	206
Schaubild 15: Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen im Ruhrgebiet	207

Verzeichnis der Übersichten

Übersicht 1: Ausgewählte theoretische Konzepte zur räumlichen Ballung ökonomischer Aktivität	35
Übersicht 2: Erfolgsfaktoren und Hemmnisse in der Netzwerkarbeit.	41
Übersicht 3: Einordnung von Netzwerken für Gründerinnen und Unternehmerinnen in Typen	45
Übersicht 4: Kontaktierte Netzwerke im Ausland	53
Übersicht 5: Kennziffern ausgewählter Netzwerke	59
Übersicht 6: Zielsetzung und Arbeitsfelder der Netzwerke	62
Übersicht 7: Internetangebote ausgewählter Gründerinnen-Netzwerke	64
Übersicht 8: Organisation und Finanzierung von Netzwerken.	66
Übersicht 9: Management in ausgewählten Netzwerken	68
Übersicht 10: Entwicklung der ausgewählten Netzwerke	74
Übersicht 11: Perspektiven der ausgewählten Netzwerke	77
Übersicht 12: National Association of Women Business Owners, USA	139
Übersicht 13: British Association of Women Entrepreneurs	141
Übersicht 14: Stichting Vrouwelijke Entrepreneurs in den Niederlanden	145
Übersicht 15: Entre Femmes Gooi en Vechtstreek in den Niederlanden	146
Übersicht 16: Business.Frauen.Center in Wien.	148
Übersicht 17: Interviews mit Vertretern von Netzwerken („Angebotsseite“)	163
Übersicht 18: Interviews im Rahmen der regionalen Fallstudie Mecklenburg-Vorpommern	165
Übersicht 19: Interviews im Rahmen der regionalen Fallstudie München	166
Übersicht 20: Interviews im Rahmen der regionalen Fallstudie Östliches Ruhrgebiet.	168

Problemstellung, Methode und Aufbau der Arbeit

1. Problemstellung

„Frauen gründen anders“, so kann der augenblickliche Stand der Forschung zu Frauen als Unternehmerinnen und Existenzgründerinnen zusammengefasst werden. Seit Mitte der neunziger Jahre ist ein Aufschwung bei den Unternehmensgründungen durch Frauen zu verzeichnen, mittlerweile wird jedes dritte neue Unternehmen von einer Frau gegründet. Die Gründe dafür sind vielfältig: Zum einen ist Selbständigkeit eine Alternative zu fehlenden Arbeitsplätzen in abhängiger Beschäftigung und bei Hindernissen im beruflichen Aufstieg, insbesondere für qualifizierte Frauen. Zum anderen haben die zunehmende öffentliche Aufmerksamkeit für Unternehmerinnen, die Sensibilisierung der Beratungsinstitutionen für Frauen sowie der Aufbau und die Ausdifferenzierung einer Beratungs- und Unterstützungsinfrastruktur die Gründung eines Unternehmens für Frauen attraktiver und realisierbarer als zuvor gemacht.

In der Gründungsforschung wird neben Finanz- und Humankapital auch auf die wichtige Rolle verwiesen, die das Sozialkapital bei Gründungen und der späteren Unternehmensentwicklung spielen kann. Sozialkapital wird beispielsweise über informelle, persönliche Beziehungen oder Mitgliedschaften in Vereinen und Verbänden – mithin Netzwerkbeziehungen – erworben. Netzwerkbeziehungen tragen dazu bei, dass sich neue Unternehmen am Markt legitimieren, sie ermöglichen einen raschen – und oft exklusiven – Informationsaustausch und leisten emotionale wie technische Unterstützung in der Gründungsphase eines Unternehmens. Dabei haben viele Studien generell einen positiven Zusammenhang zwischen Netzwerkbeziehungen und der Gründung festgestellt.

Die wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Forschung zu Unternehmensgründungen von Frauen und der Bedeutung von Netzwerken bietet allerdings ein heterogenes Bild. Die – mögliche – Bedeutung geschlechtsspezifischer Aspekte von Netzwerkbeziehungen wird sehr unterschiedlich gewichtet und

die vorliegenden Studien gelangen zu uneinheitlichen Schlussfolgerungen. Einige bestätigen Defizite im Sozialkapital von Unternehmerinnen und ein geschlechtsspezifisch differierendes Netzwerkverhalten. Das bezieht sich beispielsweise auf die begrenzte Reichweite und Diversität von beruflichen und sozialen Netzwerken von Frauen, die bei der Gründung und der unternehmerischen Tätigkeit eingesetzt werden können. Die sozialwissenschaftliche Frauen- und Geschlechterforschung geht hingegen davon aus, dass neben den persönlichen Faktoren und einem tragfähigen Unternehmenskonzept ein gründerinnenfreundliches Klima und eine vernetzte Infrastruktur wesentlich zum Erfolg von Gründerinnen und Jungunternehmerinnen beitragen. Dies bedeutet, dass von der Ansprache bis hin zu Angeboten für die Kinderbetreuung Frauen als Existenzgründerinnen eine Zielgruppe mit besonderen Bedarfen und Wünschen darstellen.

In Deutschland entstanden in den neunziger Jahren, zusätzlich zu den vorhandenen „traditionellen“ Wirtschaftsverbänden (unter denen der *Verband deutscher Unternehmerinnen* (VdU) der älteste Zusammenschluss mittelständischer Unternehmerinnen ist, zudem der einzige bundesweit und regional agierende Wirtschaftsverband nur für Frauen) eine Vielzahl lokaler und regionaler Unternehmerinnen- oder Gründerinnenverbände bzw. -netze und Unternehmerinnenstammtische. In einer Recherche für das Bundesfrauenministerium sind – allerdings in einer sehr weiten Abgrenzung des Netzwerkbegriffs – insgesamt 472 Netzwerke ermittelt worden, die „Aktivitäten von und für Unternehmerinnen und Existenzgründerinnen im KMU-Bereich“ zum Ziel haben (Sperling, May 2001). Bundesweit agieren beispielsweise der Verband *Schöne Aussichten*, der sich ausschließlich auf freiberuflich tätige Frauen konzentriert, sowie mit einer wesentlich kleineren Mitgliederzahl das 1993 gegründete Frauennetzwerk *Connecta*. Auf virtueller Ebene sind zu nennen *webgrrls* als Netzwerkforum für Führungskräfte und selbständige Frauen, die im Bereich neuer Medien tätig sind, sowie das virtuelle Unternehmerinnenforum *u-Netz* (www.u-netz.de) und die Internetplattform *women.de*, die viele Organisationen, Verbände und Institutionen für Gründerinnen virtuell zugänglich machen. Mittlerweile hat sich eine Reihe von „Dach“-Netzwerken neu konstituiert – z.B. die erst kürzlich gegründete Interessengemeinschaft der Netzwerke und Verbände *Unternehmerinnen NRW*, andere – z.B. das Netzwerk für Einfrauentnerinnen – wurden mangels Interesse aufgelöst.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Rolle Unternehmerinnennetzwerke bei Gründungen von Frauen spielen und welche Faktoren ein erfolgreiches und effektives Netzwerk ausmachen. In diesem Zusammenhang hat sich die vorliegende Untersuchung zum Ziel gesetzt, folgende Schwerpunkte näher zu beleuchten:

- Identifizierung von Netzwerktypen für gründungsinteressierte Frauen, Gründerinnen und Jungunternehmerinnen in Deutschland und Analyse ih-

rer Stärken und Schwächen auf den Ebenen des Raums, der Organisation, des Managements und des Angebots;

- Untersuchung der Netzwerknutzung durch Gründerinnen und Unternehmerinnen sowie der Passfähigkeit der Unterstützungsbedarfe von Gründungsinteressierten bzw. Gründerinnen und den Netzwerkangeboten;
- Analyse von Erfolgsfaktoren ausgewählter Netzwerke in den USA und ausgewählten europäischen Ländern;
- Ableitung von Handlungsoptionen sowie Erarbeitung von Empfehlungen für Netzwerkakteure und Staat.

2. Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit

Das Untersuchungsdesign orientiert sich insbesondere an qualitativen Methoden, um Stärken und Schwächen der Netzwerke aufzudecken. Dabei verwendet die Studie einen multimethodischen Ansatz, der es erlaubt, Netzwerke aus der Perspektive der Organisationen und der Nachfragerinnen – Gründerinnen und Unternehmerinnen – zu untersuchen sowie die Vielfalt möglicher Erfolgsfaktoren adäquat zu erfassen und vergleichend zu bewerten. Kombiniert werden – auf der Angebotsseite – leitfadengestützte Fallstudien, Expertengespräche, Literatur- und Dokumentenanalysen ausgewählter Netzwerktypen sowie internationaler Netzwerke mit einer weitgehend standardisierten Onlineerhebung und Tiefeninterviews auf der Nachfrageseite. Hinzu kommen Sekundäranalysen zu den Netzwerkregionen sowie eine umfangreiche Auswertung der neueren Literatur zu Netzwerken und ihrem Einfluss auf Gründungserfolg und Unternehmensentwicklung, mit deren Hilfe das theoretische Gerüst für die Arbeit entwickelt wurde.

Diese Methodenkombination entspricht dem in der qualitativen Forschung geforderten Vorgehen der *Triangulation*, mit deren Hilfe qualitativ erhobene und ausgewertete Forschungsergebnisse validiert werden (Lamneck 1995; Yin 1994). Zur Analyse qualitativer Daten bleibt festzuhalten, dass diese in der qualitativen Methodenliteratur bisher wenig Beachtung findet. Danach hat sich folgendes Vorgehen bewährt, das auch in dieser Arbeit angewandt wurde (Lamneck 1995): Verdichten des Datenmaterials, Identifikation von Ähnlichkeiten und Unterschieden, Benennung und Kategorisierung genereller Muster, Spiegelung der Kategorien an den eigenen Daten (hier an den Ergebnissen der Online-Befragung), Ergänzung der Kategorien und abschließend Kontrastierung von Idealtypen mit den einzelnen Fällen (Erkenntnisse aus der Analyse der Netzwerktypen, der standardisierten Befragung und der Untersuchung der Fallstudienregionen).

Für weitere Forschungen in dieser Richtung stellt sich die interessante Frage, wie bei der Analyse qualitativer „Tatbestände“ – wie dem Management von