

**I Inhaltsübersicht**

I	Inhaltsübersicht	XI
II	Inhaltsverzeichnis	XIII
III	Abbildungsverzeichnis	XVI
IV	Formelverzeichnis	XX
V	Hypothesenverzeichnis	XX
VI	Tabellenverzeichnis	XXI

<b>1</b>	<b>Grundlegung</b>	<b>1</b>
1.1	Gegenstand und forschungsleitende Zielsetzung	1
1.2	Literatur zu Entrepreneurship und Netzwerken als exemplarischer bibliometrischer Untersuchungsgegenstand	5
1.3	Aufbau der Arbeit und Gang der Untersuchung im Überblick	11
<b>2</b>	<b>Der Status der Entrepreneurship-Forschung im Lichte wissenschaftstheoretischer Überlegungen</b>	<b>15</b>
2.1	Das Problem: Status und Legitimität von Entrepreneurship als wissenschaftliches Betätigungsfeld	17
2.2	Wissenschaftsdisziplin und wissenschaftliches Fachgebiet – Versuch einer Begriffsabgrenzung und Definition	28
2.3	Abgrenzung des Forschungsgegenstands „Entrepreneurship“ – eine „phänomenologische Safari“	34
2.4	Definitionen des Begriffs „Entrepreneurship“	64
2.5	Paradigmatik, Programmatik und universelle Erklärungsmuster in der Entrepreneurship-Forschung	93
<b>3</b>	<b>Methodologie und Methodik zur Erschließung von Literatur</b>	<b>147</b>
3.1	Bibliometrie als quantitative Methode – ein Überblick	147
3.2	Bibliometrische Methodik und Messgrößen	150
3.3	Zusammenhang zwischen Methodik und Struktur des empirischen Teils	170
<b>4</b>	<b>Empirisch-bibliometrische Untersuchungen und Ergebnisse</b>	<b>173</b>
4.1	Analysen zum Umfang der Literatur und deren Entwicklung	174
4.2	Passive Zitations- und andere Häufigkeitsanalysen und darauf aufbauende Untersuchungen	216
4.3	Empirisches Modell zum Erfolg von Journalen	346
4.4	Aktive Zitations-Analysen und darauf basierende Auswertungen	475
4.5	Universeller Darwinismus und die Genese der Literatur zu Entrepreneurship und Netzwerken	489

---

<b>5 Zusammenfassung, Fazit und Implikationen</b> .....	<b>521</b>
5.1 Zum Status der Entrepreneurship-Forschung aus wissenschafts-theoretischer Perspektive.....	522
5.2 Zum Status der Entrepreneurship-Forschung aus bibliometrisch-empirischer Perspektive.....	531
5.3 Publish or Perish? – zur „Journalmania“ im Lichte empirischer Befunde.....	534
5.4 Schlussbemerkung aus evolutorischer Perspektive und Ausblick.....	540
VII Literaturverzeichnis.....	545

**II Inhaltsverzeichnis**

I	Inhaltsübersicht.....	XI
II	Inhaltsverzeichnis.....	XIII
III	Abbildungsverzeichnis.....	XVI
IV	Formelverzeichnis.....	XX
V	Hypothesenverzeichnis.....	XX
VI	Tabellenverzeichnis.....	XXI
<b>1</b>	<b>Grundlegung.....</b>	<b>1</b>
1.1	Gegenstand und forschungsleitende Zielsetzung.....	1
1.2	Literatur zu Entrepreneurship und Netzwerken als exemplarischer bibliometrischer Untersuchungsgegenstand.....	5
1.3	Aufbau der Arbeit und Gang der Untersuchung im Überblick.....	11
<b>2</b>	<b>Der Status der Entrepreneurship-Forschung im Lichte wissenschaftstheoretischer Überlegungen.....</b>	<b>15</b>
2.1	Das Problem: Status und Legitimität von Entrepreneurship als wissenschaftliches Betätigungsfeld.....	17
2.2	Wissenschaftsdisziplin und wissenschaftliches Fachgebiet – Versuch einer Begriffsabgrenzung und Definition.....	28
2.3	Abgrenzung des Forschungsgegenstands „Entrepreneurship“ – eine „phänomenologische Safari“.....	34
2.3.1	Einführung in die Phänomenologie von Entrepreneurship.....	35
2.3.2	Die fünf Stationen der phänomenologischen Entrepreneurship-Safari.....	39
2.4	Definitionen des Begriffs „Entrepreneurship“.....	64
2.4.1	Funktionale Definitionen.....	70
2.4.2	Eigenschaftsbezogene Definitionen.....	71
2.4.3	Verhaltensbezogene Definitionen.....	79
2.4.4	Implikationen für die Rolle von Netzwerken.....	88
2.5	Paradigmatik, Programmatik und universelle Erklärungsmuster in der Entrepreneurship-Forschung.....	93
2.5.1	Kuhn oder Feyerabend? Paradigmatische vs. pragmatische Festlegung in der Forschung.....	95
2.5.2	Bygrave oder Gartner? Zu den wissenschaftstheoretischen Positionen innerhalb der Entrepreneurship-Forschung.....	100
2.5.3	Auf dem Weg zu einem „zwei Drittel-Paradigma“ – Venkataramans Impuls als eidetische Reduktion?.....	107
2.5.4	Der Universelle Darwinismus als Erklärungsmuster in der Entrepreneurship-Forschung.....	120
<b>3</b>	<b>Methodologie und Methodik zur Erschließung von Literatur.....</b>	<b>147</b>
3.1	Bibliometrie als quantitative Methode – ein Überblick.....	147
3.2	Bibliometrische Methodik und Messgrößen.....	150

3.2.1	Das Zitationstableau.....	152
3.2.2	Zitations-Indizes.....	155
3.2.3	Auswahl und Abgrenzung der berücksichtigten Literatur.....	161
3.2.4	Untersuchung zur „Theory of Exposure“ oder der „Long Tail Theory“ als Beispiel bibliometrischer Anwendung.....	164
3.3	Zusammenhang zwischen Methodik und Struktur des empirischen Teils.....	170
<b>4</b>	<b>Empirisch-bibliometrische Untersuchungen und Ergebnisse.....</b>	<b>173</b>
4.1	Analysen zum Umfang der Literatur und deren Entwicklung.....	174
4.1.1	Suchstrategien und Recherche zum Umfang der Literatur.....	174
4.1.2	Etablierung eines wissenschaftlichen Fachs in vier Phasen: empirische Ergebnisse zur quantitativen Entwicklung der Entrepreneurship-Literatur.....	179
4.1.3	Verteilung auf Journale und andere Publikationsformen – empirische Analyse des Publikationsverhaltens.....	194
4.1.4	Das aggregierte Zitationstableau im Ergebnis.....	211
4.2	Passive Zitations- und andere Häufigkeitsanalysen und darauf aufbauende Untersuchungen.....	216
4.2.1	Zitations- und andere Häufigkeitsanalysen auf Ebene der einzelnen <i>Beiträge</i> und darauf basierende Rankings.....	217
4.2.2	Zitations-Analysen auf Ebene der einzelnen <i>Autoren</i> und darauf basierende Rankings.....	261
4.2.3	Passive Zitations-Analysen auf Ebene der einzelnen <i>Journale</i> und darauf basierende Rankings.....	309
4.3	Empirisches Modell zum Erfolg von <i>Journalen</i> .....	346
4.3.1	Methodische Strategie zur Prüfung von quantifizierbaren Hypothesen über den Erfolg von Fachzeitschriften.....	347
4.3.2	Ein internationales Zeitschriften-Metaranking.....	350
4.3.3	Hypothese 5: Zusammenhang zwischen der Anzahl der Beiträge und der Zitate.....	371
4.3.4	Hypothese 6 – Zusammenhang zwischen Alter der Artikel und Zitierhäufigkeit.....	395
4.3.5	Hypothese 7 - Sind Entrepreneurship-Fachzeitschriften erfolgreicher als andere Journale?.....	404
4.3.6	Hypothese 8 – Der Einfluss der Reputation einer Zeitschrift.....	420
4.3.7	Gesamtmodelle zur Regressionsschätzung empirischer Einflussfaktoren auf den Erfolg von Zeitschriften.....	425
4.3.8	Allgemeines lineares Modell, multivariat, zum modellintegrierten Vergleich internen und externen Zitierverhaltens.....	458
4.3.9	Vergleichende Ergebniszusammenfassung.....	468
4.4	Aktive Zitations-Analysen und darauf basierende Auswertungen.....	475
4.4.1	Aktive interne Zitate – Zitate innerhalb des „invisible College“.....	476
4.4.2	Meilensteinliteratur – aktive Zitate außerhalb der Subdomäne.....	481

---

4.5	Universeller Darwinismus und die Genese der Literatur zu Entrepreneurship und Netzwerken.....	489
4.5.1	Die Evolution eines Netzwerkes wissenschaftlicher Fachliteratur als kumulativer Variations- Selektionsprozess.....	490
4.5.2	Luhmanns Theorie der Ideenevolution am Beispiel der Forschung zu Entrepreneurship und Netzwerke.....	504
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung, Fazit und Implikationen.....</b>	<b>521</b>
5.1	Zum Status der Entrepreneurship-Forschung aus wissenschafts-theoretischer Perspektive.....	522
5.2	Zum Status der Entrepreneurship-Forschung aus bibliometrisch-empirischer Perspektive.....	531
5.3	Publish or Perish? – zur „Journalmania“ im Lichte empirischer Befunde.....	534
5.4	Schlussbemerkung aus evolutorischer Perspektive und Ausblick.....	540
VII	Literaturverzeichnis.....	545