



**STEINBEIS-HOCHSCHULE
BERLIN**

Andreas Friesenhahn

**Die Bedeutung von Sozialkapital bei der
Drittmittelinwerbung in Forschung und Transfer**

**Muster und Management sozialer Beziehungen
zwischen Fachhochschulen und Förderern**



Steinbeis-Edition

Andreas Friesenhahn

Die Bedeutung von Sozialkapital bei der
Drittmittelinwerbung in Forschung und Transfer

Andreas Friesenhahn

**Die Bedeutung von Sozialkapital bei der
Drittmittelinwerbung in Forschung und Transfer**

**Muster und Management sozialer Beziehungen
zwischen Fachhochschulen und Förderern**

Impressum

© 2018 Steinbeis-Edition

Alle Rechte der Verbreitung, auch durch Film, Funk und Fernsehen, fotomechanische Wiedergabe, Tonträger jeder Art, auszugsweisen Nachdruck oder Einspeicherung und Rückgewinnung in Datenverarbeitungsanlagen aller Art, sind vorbehalten.

Die Publikation erscheint in der Reihe „Dissertationen der Steinbeis-Hochschule Berlin“.

Andreas Friesenhahn

Die Bedeutung von Sozialkapital bei der Drittmittelwerbung in Forschung und Transfer
Muster und Management sozialer Beziehungen zwischen Fachhochschulen und Förderern

1. Auflage, 2018 | Steinbeis-Edition, Stuttgart

ISBN 978-3-95663-165-8

Zugl. Steinbeis-Hochschule Berlin, Dissertation 2017

Satz: Steinbeis-Edition

Druck: e.kurz+co druck und medientechnik gmbh, Stuttgart

Steinbeis ist weltweit im unternehmerischen Wissens- und Technologietransfer aktiv. Zum Steinbeis-Verbund gehören derzeit rund 1.000 Unternehmen. Das Dienstleistungsportfolio der fachlich spezialisierten Steinbeis-Unternehmen im Verbund umfasst Forschung und Entwicklung, Beratung und Expertisen sowie Aus- und Weiterbildung für alle Technologie- und Managementfelder. Ihren Sitz haben die Steinbeis-Unternehmen überwiegend an Forschungseinrichtungen, insbesondere Hochschulen, die originäre Wissensquellen für Steinbeis darstellen. Rund 6.000 Experten tragen zum praxisnahen Transfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft bei. Dach des Steinbeis-Verbundes ist die 1971 ins Leben gerufene Steinbeis-Stiftung, die ihren Sitz in Stuttgart hat. Die Steinbeis-Edition verlegt ausgewählte Themen aus dem Steinbeis-Verbund.

198081-2018-03 | www.steinbeis-edition.de

Geleitwort

Eine wichtige Einnahmequelle von Hochschulen in Deutschland sind Drittmittel. Diese können sowohl von öffentlichen wie auch von privaten Trägern vergeben werden. Die Höhe eingeworbener Drittmittel gilt vielfach als Qualitätsnachweis für die Forschungsleistung einer Hochschule. Gleichermäßen erlauben es eingeworbene Drittmittel manchen Hochschulen überhaupt erst nicht nur Lehre, sondern auch Forschung und Transfer zu betreiben. So kann es nicht überraschen, dass auch die Herausforderung, als Hochschule Drittmittel einzuwerben, zum Untersuchungsgegenstand sozialwissenschaftlicher Forschung im Allgemeinen und betriebswirtschaftlicher Forschung im Besonderen wird.

Andreas Friesenhahn, der während seines Promotionsprojektes selbst als wissenschaftlicher Mitarbeiter an einer Fachhochschule beschäftigt war, nimmt sich in seiner Dissertation dieser Herausforderung an. Dabei fokussiert er insbesondere auf Fachhochschulen und auf deren Gegebenheiten bei der Einwerbung von Drittmitteln. Im Hinblick auf die unabhängige Variable, also die Variable, die Einfluss auf das Gelingen der Einwerbung von Drittmitteln haben kann, betrachtet Herr Friesenhahn das Konstrukt des Sozialkapitals. Dazu muss er Sozialkapital zunächst selbst als abhängige Variable betrachten und klären, was zur Herausbildung von sozialem Kapital führt.

Wenn zum gegenwärtigen Zeitpunkt ganz eindeutig geklärt wäre, wie das Phänomen des Sozialkapitals als Variable zu operationalisieren ist, dann wäre das Erkenntnisinteresse, das Andreas Friesenhahn bei seinem Dissertationsprojekt angetrieben hat, vermutlich schnell zu befriedigen gewesen. Diese Klärung musste jedoch sowohl als Vorbereitung des empirischen Teils der vorliegenden Forschungsarbeit wie auch als Ergebnis eben dieser empirischen Forschung weiter vorangebracht werden. Herr Friesenhahn ist es auf der Grundlage einer sehr umfassenden qualitativen empirischen Datenerhebung zum einen gelungen, einen wertvollen Beitrag zu einem besseren Verständnis von individuellem und kollektivem Sozialkapital zu schaffen. Auf dieser Grundlage war es ihm dann auch und allem voran möglich, das unmittelbare Erkenntnisinteresse dieses Forschungsprojektes zu befriedigen: die Herstellung eines tiefen Verständnisses für die Wirkungsweisen von sozialem Kapital im Prozess der Drittmittelinwerbung von Hochschulen. Diese Erkenntnisse bereichern das grundsätzliche Verständnis von Sozialkapital, sie bereichern das Verstehen der

spezifischen Wirkmechanismen von Sozialkapital im Prozess der Drittmittelinwerbung an Hochschulen und sie ermöglichen es, Gestaltungsanregungen für den gezielten Aufbau von Sozialkapital an Hochschulen für den Prozess der Drittmittelinwerbung in Forschung und Transfer zu geben.

Die positive Resonanz, die Herr Friesenhahn für seine Forschungsergebnisse schon vor der finalen Veröffentlichung seiner Ergebnisse in der vorliegenden Dissertationsschrift erleben konnte, dürfen als Indiz für die hohe Relevanz und die Qualität seiner Ergebnisse gewertet werden. Ich gratuliere Herrn Friesenhahn ganz herzlich zum erfolgreichen Abschluss seines Promotionsprojekts und wünsche der vorliegenden Dissertationsschrift eine breite Rezeption.

Berlin, im Januar 2018
Prof. Dr. Andreas Aulinger

Danksagung

Die vorliegende Arbeit entstand im Rahmen meiner Tätigkeit an der Hochschule Ludwigshafen am Rhein am Institut für Management und Innovation in der Zeit von 2014 bis 2017. Im Folgenden möchte ich allen Personen danken, die zum Gelingen dieses Werks beigetragen haben.

Zunächst bin ich der Hochschule Ludwigshafen am Rhein und insbesondere Herrn Professor Dr. Peter Mudra zu großer Dankbarkeit verpflichtet. Seine Unterstützung während der Entwicklung der Idee zu dieser Arbeit sowie der kontinuierliche Austausch mit ihm waren mir ein großer Ansporn und eine große Freude.

Weiterhin gilt mein Dank meinen beiden Doktorvätern. Herr Professor Dr. habil. Andreas Aulinger übernahm die Erstbetreuung des Promotionsverfahrens. Er war während der gesamten Zeit der Anfertigung ein kritischer und gleichzeitig sehr wohlwollender, offener und stets motivierender Begleiter. Ich möchte mich sehr herzlich für sein Vertrauen in mich und meine Fähigkeiten sowie die herausragende Unterstützung bedanken. Herr Professor Dr. habil. Rainer Völker wirkte als Zweitbetreuer an meinem Promotionsverfahren mit. Er war gleichzeitig auch mein Vorgesetzter im Rahmen meiner Tätigkeit am Institut für Management und Innovation. In zahlreichen Forschungs- und Transferprojekten sowie in der Lehre durfte ich in dieser Zeit viel von ihm lernen. Dabei hatte er stets ein offenes Ohr für alle Herausforderungen des Promotionsalltags und über die gesamte Zeit auch meine persönlichen Ziele im Auge. Für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und die persönliche Unterstützung möchte ich mich auch bei ihm sehr herzlich bedanken.

Auch meinen Kolleginnen und Kollegen am Institut für Management und Innovation bin ich zu Dank verpflichtet. Sie entlasteten mich in arbeitsintensiven Phasen und hatten viel Verständnis für die „Hochs“ und „Tiefs“ eines Promovenden. Insbesondere möchte ich mich bei Philipp Tachkov, Stephanie Wendel, Claudia Fischer und Claudia Wingerter sowie Alina Weinberger, Aline Czerannowski, Daniela Rupp und Dominik Seefeld bedanken.

Abschließend möchte ich mich bei meiner Familie bedanken, die mir Mut zusprach das Promotionsverfahren zu beginnen und es zu Ende zu führen. Ohne Euch alle –

und insbesondere meine Frau – wäre das nicht möglich gewesen. Dir, Johanna, ist diese Arbeit gewidmet. Ich liebe dich.

Frankenthal, im September 2017
Andreas Friesenhahn

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	1
1 Einleitung: Die Relevanz der Verknüpfung von Hochschulen und Drittmittelgebern	4
2 Sozialkapitaltheorie	12
2.1 Die Bedeutung von Beziehungen in Entscheidungsprozessen	13
2.2 Begriff und Historie.....	17
2.3 Zentrale theoretische Ansätze zu Sozialkapital	21
2.3.1 Sozialkapital nach Pierre F. Bourdieu	22
2.3.2 Sozialkapital nach James S. Coleman	25
2.3.3 Sozialkapital nach Ronald S. Burt.....	29
2.3.4 Sozialkapital nach Robert D. Putnam.....	34
2.4 Definition und Abgrenzung des Begriffs Sozialkapital.....	38
2.4.1 Übersicht gängiger Sozialkapitaldefinitionen	38
2.4.2 Abgrenzung des Sozialkapitalkonstrukts.....	42
2.4.3 Typische Kritik am Sozialkapitalkonstrukt.....	48
2.4.4 Ableitung des Verständnisses von Sozialkapital für diese Arbeit	49
2.5 Bildung und Vernichtung von Sozialkapital.....	52
2.5.1 Charakteristika von Beziehungen und Sozialstrukturen.....	52
2.5.1.1 Arten von Beziehungen	53
2.5.1.2 Strukturen von Beziehungen	55
2.5.2 Ebenen von Sozialkapitel	58
2.5.3 Dimensionen von Sozialkapital	61
2.5.3.1 Elemente der strukturellen Dimension.....	65
2.5.3.2 Elemente der relationalen Dimension	68
2.5.3.3 Elemente der kognitiven Dimension.....	74
2.5.4 Vernichtung sozialen Kapitals	77
2.5.5 Zwischenfazit zur Bildung von Sozialkapital.....	79
2.6 Effekte von Sozialkapital	80
2.6.1 Potenzielle positive Effekte von Sozialkapital.....	80
2.6.2 Potenzielle negative Effekte von Sozialkapital.....	85
2.6.2.1 Systematisierung potenzieller negativer Effekte von Sozialkapital	86
2.6.2.2 Soziale Verbindlichkeiten	89

2.6.3	Zwischenfazit zur Bildung von Sozialkapital.....	90
2.6.4	Umsetzung von Sozialkapital und sozialen Verbindlichkeiten in Effekte.....	91
2.6.5	Anpassung der Sozialkapitaldefinition.....	93
2.7	Organisationales Sozialkapital.....	94
2.7.1	Der resource-based view als Basis der Bedeutung von Sozialkapital als organisationaler Ressource	94
2.7.2	Definition und Abgrenzung organisationalen Sozialkapitals.....	98
2.7.2.1	Effekte aus Beziehungen mit Individuen für organisationales Sozialkapital.....	99
2.7.2.2	Beziehungen zwischen Organisationen.....	103
2.7.2.3	Effekte aus Beziehungen zwischen Organisationen für organisationales Sozialkapital	109
2.7.3	Anpassung des Bezugsrahmens und der Sozialkapitaldefinition	112
2.8	Messung von Sozialkapital	114
2.9	Zusammenfassung und Ableitung eines theoretischen Bezugsrahmens	116
3	Die Organisation Hochschule und ihre Akteure in Forschung und Transfer.....	119
3.1	Hochschulforschung als interdisziplinäres Feld der Wissenschaft	119
3.2	Effekte und gesellschaftliche Bedeutung.....	123
3.3	Aufgaben von Hochschulen	126
3.3.1	Lehre.....	126
3.3.2	Forschung.....	127
3.3.3	Transfer	131
3.4	Typen von Hochschulen.....	140
3.4.1	Relevante staatliche Hochschulen.....	140
3.4.2	Staatlich anerkannte Hochschulen	146
3.5	Hochschule als Organisation.....	148
3.5.1	Allgemeine theoretische Ansätze zur Organisation Hochschule	149
3.5.2	Spezielle theoretische Ansätze zur Organisation Hochschule	154
3.5.2.1	Hochschulen als lose gekoppelte Systeme.....	154
3.5.2.2	Hochschulen als Professionsorganisation	156
3.5.2.3	Hochschulen als organisierte Anarchie	157
3.5.3	Zwischenfazit: Hochschulen als (In)Complete Organizations...	159

3.5.4	Organisation in Forschung und Transfer.....	162
3.5.4.1	Hochschulleitung sowie Forschungs- und Transferstellen.....	163
3.5.4.2	Institute und andere Arbeitseinheiten.....	166
3.6	Drittmittel.....	171
3.6.1	Definition und Bedeutung von Drittmitteln für die Hochschulfinanzierung.....	171
3.6.2	Quellen der Drittmittelinwerbung an Hochschulen.....	181
3.6.3	Kritik am Einsatz von Drittmitteln.....	190
4	Ableitung der Forschungsfragen zur Bedeutung von Sozialkapital bei der Drittmittelinwerbung in Forschung und Transfer in Fachhochschulen.....	194
4.1	Stand der Forschung.....	194
4.2	Forschungslücke und Forschungsfragen.....	197
5	Resultierendes Forschungsdesign und Datenerhebung.....	204
5.1	Grundlagen der empirischen Sozialforschung.....	204
5.1.1	Dominierende methodologische Ansätze in der Betriebswirtschaftslehre und Zugang dieser Arbeit.....	204
5.1.2	Qualitative und quantitative Methoden in der betriebs- wirtschaftlichen Forschung und Zugang dieser Arbeit.....	207
5.2	Forschungsdesign.....	210
5.2.1	Abgrenzung des Forschungsdesigns.....	211
5.2.2	Fallstudie als Forschungsansatz.....	213
5.2.3	Verfahren zur Fallauswahl.....	216
5.3	Datenerhebung.....	221
5.3.1	Datenerhebung Drittmittelnehmerperspektive: Fallstudien (erste Phase).....	222
5.3.1.1	Erste Fallgruppe.....	222
5.3.1.2	Zweite Fallgruppe.....	223
5.3.1.3	Zusammenfassende Übersicht der erhobenen Fälle.....	224
5.3.2	Datenerhebung Drittmittelgeberperspektive (zweite Phase).....	225
5.3.3	Datenerhebung Expertenperspektive (dritte Phase).....	227
5.3.4	Zusammenfassung der Datenerhebung.....	228
5.3.5	Methoden der Datenerhebung.....	229
5.3.5.1	Methoden der qualitativen Datenerhebung.....	229
5.3.5.2	Genutzte Methoden der Datenerhebung.....	232
5.3.5.3	Zusammenfassende Übersicht zu den genutzten Methoden in der Datenerhebung.....	240

5.4	Datenaufbereitung.....	241
5.4.1	Technische Unterstützung.....	242
5.4.2	Transkription.....	243
5.4.3	Dokumentenübernahme.....	245
5.4.4	Postskriptum.....	245
5.5	Datenanalyse.....	246
5.5.1	Interviews und Dokumente.....	246
5.5.2	Postskriptum.....	252
5.6	Gütekriterien.....	253
6	Datenanalyse und Interpretation.....	259
6.1	Drittmittelnehmerseite.....	259
6.1.1	Einzelfallbetrachtung.....	259
6.1.1.1	Fall 1: Durchschnittliche Höhe eingeworbener Drittmittel, geringe Stärke der Region, Hochschule mittlerer Größe.....	266
6.1.1.2	Fall 2: Geringe Höhe eingeworbener Drittmittel, mittlere Stärke der Region, große Hochschule.....	285
6.1.1.3	Fall 3: Durchschnittliche Höhe eingeworbener Drittmittel, hohe Stärke der Region, Hochschule mittlerer Größe.....	302
6.1.1.4	Fall 4: Durchschnittliche Höhe eingeworbener Drittmittel, geringe Stärke der Region, kleine Hochschule.....	321
6.1.1.5	Fall 5: Durchschnittliche Höhe eingeworbener Drittmittel, hohe Stärke der Region, große Hochschule.....	343
6.1.1.6	Fall 6: Überdurchschnittliche Höhe eingeworbener Drittmittel, hohe Stärke der Region, kleine Hochschule.....	360
6.1.1.7	Fall 7: Unterdurchschnittliche Höhe eingeworbener Drittmittel, hohe Stärke der Region, kleine Hochschule.....	379
6.1.1.8	Fall 8: Unterdurchschnittliche Höhe eingeworbener Drittmittel, geringe Stärke der Region, kleine Hochschule.....	392
6.1.1.9	Fall 9: Überdurchschnittliche Höhe eingeworbener Drittmittel, mittlere Stärke der Region, große Hochschule.....	408

6.1.2	Vergleichende Betrachtung der neun beschriebenen Fälle.....	428
6.1.2.1	Soziale Beziehungen als relevante Variable der Drittmittelinwerbung.....	429
6.1.2.2	Entdeckte organisationale Drittmittel- Sozialkapitalmuster.....	430
6.1.2.3	Entdeckte individuelle Drittmittel- Sozialkapitalmuster.....	444
6.1.2.4	Zusammenfassung der wirkungsvollen Drittmittel- Sozialkapitalmuster aus Sicht der Drittmittelnehmer.....	470
6.1.2.5	Holistische Analyse der organisationalen und individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmuster.....	474
6.1.2.6	Exkurs: Weitere Variablen neben Drittmittel-Sozialkapital mit Einfluss auf die Drittmittelinwerbung an Fachhochschulen.....	477
6.2	Drittmittelgeberseite.....	479
6.2.1	Soziale Beziehungen als relevante Variable der Drittmittelvergabe.....	479
6.2.2	Ermittlung und Analyse der Drittmittel-Sozialkapitalmuster nach Typ des Drittmittelgebers.....	482
6.2.2.1	Entdeckte organisationale Drittmittel- Sozialkapitalmuster.....	482
6.2.2.2	Entdeckte individuelle Drittmittel- Sozialkapitalmuster.....	485
6.2.3	Zusammenfassung der Drittmittel-Sozialkapitalmuster aus Sicht der Drittmittelgeber.....	499
6.2.4	Exkurs: Weitere Variablen neben Drittmittel- Sozialkapital mit Einfluss auf die Drittmittelvergabe an Fachhochschulen.....	502
6.3	Ergebnisse zur Bedeutung von Sozialkapital bei der Drittmittel- einwerbung in Forschung und Transfer von Fachhochschulen.....	503
6.3.1	Eignung des entwickelten Bezugsrahmens für Sozialkapital.....	503
6.3.2	Soziale Beziehungen als relevante Variable der Drittmittelinwerbung und Drittmittelvergabe.....	505
6.3.3	Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalbildung.....	507
6.3.4	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalbildung.....	512
6.3.5	Holistische Betrachtung der wirkungsvollen Drittmittel- Sozialkapitalmuster aus Drittmittelnehmerperspektive.....	519

6.3.6	Exkurs: Weitere Variablen neben Drittmittel-Sozialkapital mit Einfluss auf die Drittmittelinwerbung an Fachhochschulen	520
6.4	Übertragbarkeit der Ergebnisse auf Universitäten	522
6.4.1	Soziale Beziehungen als relevante Variable der Drittmittelinwerbung	522
6.4.2	Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalbildung	523
6.4.3	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalbildung.....	523
6.4.4	Weitere übergreifende Aspekte	525
7	Fazit: Sozialkapital als relevante Variable der Drittmittelinwerbung in Forschung und Transfer an Fachhochschulen	528
7.1	Implikationen der Arbeit für die Sozialkapitaltheorie.....	528
7.2	Implikationen der Arbeit für Fachhochschulen	536
7.3	Kritische Würdigung des Forschungsvorgehens, Limitationen und Implikationen für weitere Forschungsvorhaben.....	541
	Literaturverzeichnis	546
	Anhang	626

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Drittmitteleinnahmen deutscher Hochschulen im Zeitraum 2001 bis 2014.....	5
Abbildung 2:	Gang der Untersuchung	10
Abbildung 3:	Sozialkapital als Ergebnis von Interaktionshistorie und erwarteten potenziellen Erträgen.....	16
Abbildung 4:	Beispielhaftes Netzwerk zur Verdeutlichung von structural holes nach Burt	31
Abbildung 5:	Beispiel eines Soziogramms mit Knoten und Kanten.....	56
Abbildung 6:	Grundtypen von Sozialstrukturen	57
Abbildung 7:	Beispiel für die Überbrückung eines structural hole	58
Abbildung 8:	Sozialkapital als Ergebnis von Interaktionshistorie in struktureller, relationaler und kognitiver Dimension sowie erwarteten potenziellen Erträgen.....	64
Abbildung 9:	Elemente der strukturellen Dimension sozialen Kapitals	67
Abbildung 10:	Verhältnis und Abgrenzung des Vertrauens- und Sozialkapitalkonstrukts.....	69
Abbildung 11:	Elemente der relationalen Dimension sozialen Kapitals	74
Abbildung 12:	Elemente der kognitiven Dimension sozialen Kapitals	77
Abbildung 13:	Sozialkapital als Ergebnis von Interaktionshistorie der Elemente in struktureller, relationaler und kognitiver Dimension sowie erwarteten potenziellen Erträgen	79
Abbildung 14:	Sozialkapital bzw. soziale Verbindlichkeit als Ergebnis einer Interaktionshistorie der Elemente der strukturellen, relationalen und kognitiven Dimension sowie der potenziellen positiven sowie negativen Effekte	91
Abbildung 15:	Sozialkapitalbildung und Sozialkapitalumsetzung.....	92
Abbildung 16:	Effekte aus Beziehungen von Individuen und Organisationen	100
Abbildung 17:	Effekte aus Beziehungen von Individuen und Organisationen	110
Abbildung 18:	Sozialkapitalbildung und Sozialkapitalumsetzung für individuelle und kollektive Akteure	113
Abbildung 19:	Theoretischer Bezugsrahmen zu Sozialkapitalbildung und Sozialkapitalumsetzung für individuelle und kollektive Akteure.....	118

Abbildung 20:	Anzahl der Hochschulen in Deutschland 2013 / 2014 bis 2015 / 2016 je Hochschultyp.....	141
Abbildung 21:	Studierende an Hochschulen in Deutschland 2013 / 2014 bis 2015 / 2016 je Hochschultyp.....	142
Abbildung 22:	Personal an Hochschulen in Deutschland 2013 und 2014 je Hochschultyp	142
Abbildung 23:	Anzahl staatlich anerkannter Hochschulen in Deutschland 2014 / 2015 nach Hochschultyp.....	147
Abbildung 24:	Die Elemente der Organisation nach Scott.....	151
Abbildung 25:	Organisation von Hochschulen im Hinblick auf Forschung und Transfer	162
Abbildung 26:	Wissenschaftliches Personal in Deutschland von 1992-2011 in Anteilen.....	169
Abbildung 27:	Überblick über die Quellen der Hochschulfinanzierung.....	172
Abbildung 28:	Entwicklung der Gesamteinnahmen, Grundmittel und Drittmittel aller deutschen Hochschulen von 2001 bis 2014	177
Abbildung 29:	Prozentuale Veränderung der eingeworbenen Drittmittel im Vergleich zum Vorjahr an Universitäten und Fachhochschulen von 2002 bis 2014	178
Abbildung 30:	Entwicklung der Anteile von Grundmitteln und Drittmitteln an den Gesamteinnahmen von Universitäten von 2001 bis 2014.....	179
Abbildung 31:	Entwicklung der Anteile von Grundmitteln und Drittmitteln an den Gesamteinnahmen von Fachhochschulen von 2001 bis 2014	180
Abbildung 32:	Drittmittel der deutschen Universitäten nach Förderern 2014.....	182
Abbildung 33:	Drittmittel der deutschen Fachhochschulen nach Förderern 2014.....	183
Abbildung 34:	Drittmittel der deutschen Hochschulen nach Fächergruppen 2014.....	185
Abbildung 35:	Fallstudientypen nach Yin.....	214
Abbildung 36:	Zusammenfassung der Datenbasis der Fälle mit Zuordnung zu den Kategorien der Erhebungskriterien	225
Abbildung 37:	Zusammenfassung der Datenbasis aus der Perspektive der Drittmittelgeber.....	226

Abbildung 38:	Zusammenfassende Darstellung der Datenerhebung	228
Abbildung 39:	Zusammenfassende Darstellung der genutzten Methoden in der Datenerhebung.....	241
Abbildung 40:	Beispielhafter Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelinwerbung der Hochschule 3	260
Abbildung 41:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber der Hochschule 5 als Beispiel für die standardisierte Visualisierung in den Fällen.....	262
Abbildung 42:	Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel- Sozialkapitalmuster der Hochschule 3 als Beispiel für die standardisierte Visualisierung in den Fällen.....	263
Abbildung 43:	Zusammenfassung der individuellen Drittmittel- Sozialkapitalmuster der Hochschule 8 als Beispiel für die standardisierte Visualisierung in den Fällen	264
Abbildung 44:	Berechnung der zusammengefassten Drittmittel- Sozialkapitalmuster am Beispiel der Hochschule 3.....	265
Abbildung 45:	Übersicht zu den Fällen.....	266
Abbildung 46:	Organisation im Bereich Forschung und Transfer der Hochschule 1	270
Abbildung 47:	Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelinwerbung der Hochschule 1.....	271
Abbildung 48:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung der Hochschule 1 als Organisation.....	273
Abbildung 49:	Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 1	275
Abbildung 50:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Hochschule 1.....	276
Abbildung 51:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 1	278
Abbildung 52:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer an der Hochschule 1.....	280

Abbildung 53:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Einheit Forschung und Transfer und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 1	282
Abbildung 54:	Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 1	284
Abbildung 55:	Zusammenfassung der individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 1	285
Abbildung 56:	Organisation im Bereich Forschung und Transfer der Hochschule 2	288
Abbildung 57:	Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelinwerbung der Hochschule 2	289
Abbildung 58:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung der Hochschule 2 als Organisation	292
Abbildung 59:	Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 2	294
Abbildung 60:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Hochschule 2	295
Abbildung 61:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 2	298
Abbildung 62:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer an der Hochschule 2	299
Abbildung 63:	Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 2	301
Abbildung 64:	Zusammenfassung der individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 2	302
Abbildung 65:	Organisation im Bereich Forschung und Transfer der Hochschule 3	305
Abbildung 66:	Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelinwerbung der Hochschule 3	305
Abbildung 67:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung der Hochschule 3 als Organisation	308
Abbildung 68:	Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 3	310
Abbildung 69:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Hochschule 3	311

Abbildung 70:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 3.....	315
Abbildung 71:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer an der Hochschule 3.....	316
Abbildung 72:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Einheit Forschung und Transfer und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 3.....	318
Abbildung 73:	Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 3.....	320
Abbildung 74:	Zusammenfassung der individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 3.....	321
Abbildung 75:	Organisation im Bereich Forschung und Transfer der Hochschule 4.....	325
Abbildung 76:	Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelinwerbung der Hochschule 4.....	326
Abbildung 77:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung der Hochschule 4 als Organisation.....	329
Abbildung 78:	Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 4.....	331
Abbildung 79:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Hochschule 4.....	332
Abbildung 80:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 4.....	336
Abbildung 81:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer an der Hochschule 4.....	338
Abbildung 82:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Einheit Forschung und Transfer und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 4.....	340
Abbildung 83:	Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 4.....	342
Abbildung 84:	Zusammenfassung der individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 4.....	343

Abbildung 85:	Organisation im Bereich Forschung und Transfer der Hochschule 5.....	345
Abbildung 86:	Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmiteleinwerbung der Hochschule 5.....	346
Abbildung 87:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung der Hochschule 5 als Organisation.....	349
Abbildung 88:	Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 5.....	350
Abbildung 89:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Hochschule 5.....	351
Abbildung 90:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 5.....	355
Abbildung 91:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer an der Hochschule 5.....	356
Abbildung 92:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Einheit Forschung und Transfer und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 5.....	357
Abbildung 93:	Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 5.....	359
Abbildung 94:	Zusammenfassung der individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 5.....	360
Abbildung 95:	Organisation im Bereich Forschung und Transfer der Hochschule 6.....	362
Abbildung 96:	Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmiteleinwerbung der Hochschule 6.....	363
Abbildung 97:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung der Hochschule 6 als Organisation.....	365
Abbildung 98:	Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 6.....	367
Abbildung 99:	Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Hochschule 6.....	368
Abbildung 100:	Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 6.....	372

Abbildung 101: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer an der Hochschule 6	373
Abbildung 102: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Einheit Forschung und Transfer und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 6	375
Abbildung 103: Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 6.....	378
Abbildung 104: Zusammenfassung der individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 6.....	379
Abbildung 105: Organisation im Bereich Forschung und Transfer der Hochschule 7	381
Abbildung 106: Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelinwerbung der Hochschule 7.....	382
Abbildung 107: Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung der Hochschule 7 als Organisation.....	383
Abbildung 108: Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Hochschule 7.....	385
Abbildung 109: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 7	387
Abbildung 110: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer an der Hochschule 7	388
Abbildung 111: Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 7.....	391
Abbildung 112: Zusammenfassung der individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 7.....	392
Abbildung 113: Organisation im Bereich Forschung und Transfer der Hochschule 8	394
Abbildung 114: Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelinwerbung der Hochschule 8.....	395
Abbildung 115: Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung der Hochschule 8 als Organisation.....	397
Abbildung 116: Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 8.....	398

Abbildung 117: Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Hochschule 8.....	399
Abbildung 118: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 8	402
Abbildung 119: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer an der Hochschule 8	404
Abbildung 120: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Einheit Forschung und Transfer und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 8	405
Abbildung 121: Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 8.....	407
Abbildung 122: Zusammenfassung der individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 8.....	408
Abbildung 123: Organisation im Bereich Forschung und Transfer der Hochschule 9	411
Abbildung 124: Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelinwerbung der Hochschule 9.....	411
Abbildung 125: Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung der Hochschule 9 als Organisation	414
Abbildung 126: Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 9	416
Abbildung 127: Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Hochschule 9.....	417
Abbildung 128: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 9	420
Abbildung 129: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Professoren untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer an der Hochschule 9	422
Abbildung 130: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Einheit Forschung und Transfer und Vertretern der Drittmittelgeber an der Hochschule 9	424
Abbildung 131: Zusammenfassung der organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmuster der Hochschule 9.....	427

Abbildung 132: Zusammenfassung der individuellen Drittmittel- Sozialkapitalmuster der Hochschule 9.....	428
Abbildung 133: Codierungen zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelinwerbung an Hochschulen pro Fall	429
Abbildung 134: Erarbeitetes wirkungsvolles organisationales Drittmittel- Sozialkapitalmuster	435
Abbildung 135: Primärelemente und Sekundärelemente des wirkungsvollen organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmusters.....	437
Abbildung 136: Primärelemente und Sekundärelemente des wirkungsvollen individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmusters zwischen Professoren und Vertretern der Drittmittelgeber	448
Abbildung 137: Primärelemente und Sekundärelemente des wirkungsvollen individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmusters zwischen Professoren und Professoren sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer	459
Abbildung 138: Primärelemente und Sekundärelemente des wirkungsvollen individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmusters zwischen Vertretern der Einheit Forschung und Transfer und Vertretern der Drittmittelgeber	466
Abbildung 139: Erarbeitetes wirkungsvolles individuelles Drittmittel- Sozialkapitalmuster	470
Abbildung 140: Wirkungsvolles organisationales Drittmittel- Sozialkapitalmuster aus Sicht der Drittmittelnehmer	471
Abbildung 141: Wirkungsvolles individuelles Drittmittel- Sozialkapitalmuster aus Sicht der Drittmittelnehmer	472
Abbildung 142: Entwicklungsmodell von Drittmittel-Sozialkapital.....	473
Abbildung 143: Code-Matrix-Browser zu Beziehungen als relevanter Variable für die Drittmittelvergabe.....	479
Abbildung 144: Code-Matrix-Browser zur organisationalen Drittmittel- Sozialkapitalbildung zwischen Drittmittelgebern und Hochschulen	483
Abbildung 145: Organisationale Drittmittel-Sozialkapitalmuster aus Sicht der Drittmittelgeber.....	485
Abbildung 146: Code-Matrix-Browser zur individuellen Drittmittel- Sozialkapitalbildung zwischen Vertretern von Ministerien und Professoren	486

Abbildung 147: Code-Matrix-Browser zur individuellen Drittmittel- Sozialkapitalbildung zwischen Vertretern von Stiftungen und Professoren	490
Abbildung 148: Code-Matrix-Browser zur individuellen Drittmittel- Sozialkapitalbildung zwischen Vertretern privater Organisationen und Professoren	492
Abbildung 149: Individuelle Drittmittel-Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Drittmittelgeber und Professoren aus Sicht der Drittmittelgeber.....	495
Abbildung 150: Zusammengefasstes organisationales Drittmittel- Sozialkapitalmuster zwischen Drittmittelgebern und Hochschulen aus Sicht der Drittmittelgeber	500
Abbildung 151: Zusammengefasstes individuelles Drittmittel- Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Dritt- mittelgeber und Professoren aus Sicht der Drittmittelgeber.....	501
Abbildung 152: Wirkungsvolles organisationales Drittmittel- Sozialkapitalmuster aus Sicht der Drittmittelnehmer	507
Abbildung 153: Zusammengefasstes organisationales Drittmittel- Sozialkapitalmuster zwischen Drittmittelgebern und Hochschulen aus Sicht der Drittmittelgeber.....	508
Abbildung 154: Entwicklungsmodell von Drittmittel-Sozialkapital.....	511
Abbildung 155: Wirkungsvolles individuelles Drittmittel- Sozialkapitalmuster aus Sicht der Drittmittelnehmer	513
Abbildung 156: Zusammengefasstes individuelles Drittmittel- Sozialkapitalmuster zwischen Vertretern der Dritt- mittelgeber und Professoren aus Sicht der Drittmittelgeber.....	514
Abbildung 157: Code-Matrix-Browser zur Drittmittel-Sozialkapitalbildung in den individuellen Beziehungen der Professoren aus Sicht des Experten.....	524

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Vergleichende Betrachtung unterschiedlicher Definitionen von Sozialkapital.....	40
Tabelle 2: Begriffsdefinitionen im Rahmen von Sozialkapital	41
Tabelle 3: Vergleich gängiger Kapitalarten anhand verschiedener Charakteristika.....	47
Tabelle 4: Strukturierung von Sozialkapital nach Perspektive und Ebene im Kontext der Drittmittelwerbung an Hochschulen	60
Tabelle 5: Zusammenhang der Arten des interpersonalen Vertrauens mit der Stärke von Beziehungen.....	71
Tabelle 6: Potenzielle negative Effekte von Sozialkapital	86
Tabelle 7: Vergleich von Grundlagenforschung, angewandter Forschung, vorwettbewerblichem Transfer und wettbewerblichem Transfer	139
Tabelle 8: Unterscheidung von Drittmitteln nach Zuordnung zu Aufgaben und Zuweisung innerhalb der Hochschule	173
Tabelle 9: Gruppierung von Drittmittelquellen	186
Tabelle 10: Felder der Drittmittelwerbung an Hochschulen.....	189
Tabelle 11: Mögliche spezielle Sozialkapitalmuster in den Feldern der Drittmittelwerbung an Fachhochschulen	200
Tabelle 12: Übersicht zu den Forschungsfragen	203
Tabelle 13: Elemente des wirkungsvollen organisationalen Drittmittel-Sozialkapitalmusters	436
Tabelle 14: Elemente des wirkungsvollen individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmusters für die Beziehungen zwischen Professoren und Vertretern von Drittmittelgebern.....	447
Tabelle 15: Elemente des wirkungsvollen individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmusters für die Beziehungen zwischen Professor untereinander sowie zwischen Professoren und Vertretern der Einheit Forschung und Transfer	458
Tabelle 16: Elemente des wirkungsvollen individuellen Drittmittel-Sozialkapitalmusters für die Beziehungen zwischen Vertretern der Einheit Forschung und Transfer und Vertretern von Drittmittelgebern.....	465
Tabelle 17: Vergleich der wirkungsvollen Drittmittel-Sozialkapitalmuster mit den Drittmittel-Sozialkapitalmustern aus den Fällen	475

Tabelle 18: Weitere Variablen neben Drittmittel-Sozialkapital aus Drittmittelnehmerperspektive, die auf die Drittmittelinwerbung wirken	478
Tabelle 19: Weitere Variablen neben Drittmittel-Sozialkapital aus Drittmittelgeberperspektive, die auf die Drittmittelvergabe wirken	502
Tabelle 20: Übersicht zu weiteren Variablen neben Drittmittel- Sozialkapital, die auf die Drittmittelinwerbung an Fachhochschulen wirken	521

Abkürzungsverzeichnis

H1	Fachhochschule 1
H2	Fachhochschule 2
H3	Fachhochschule 3
H4	Fachhochschule 4
H5	Fachhochschule 5
H6	Fachhochschule 6
H7	Fachhochschule 7
H8	Fachhochschule 8
H9	Fachhochschule 9

Management Summary

Der Zusammenarbeit von Hochschulen und Drittmittelgebern besitzt eine hohe und weiterhin steigende Bedeutung. Die in Forschungs- und Transferprojekten erarbeiteten Ergebnisse sind Basis für Erfindungen und Innovation und stärken damit Wirtschaft und Gesellschaft. Für die Vergabe von Projekt- und Programmmitteln durch Ministerien, Stiftungen und private Organisationen an Hochschulen (Drittmittel) sind neben gut quantifizierbaren Wirkfaktoren (z. B. Projektvolumen) auch weniger gut quantifizierbare Größen (z. B. Vertrauen) relevant, die oftmals mit sozialen Beziehungen in Verbindung stehen.

Trotz einiger Hinweise auf die Bedeutung sozialer Beziehungen bei der Einwerbung von Drittmitteln in der Literatur fand bislang keine systematisch-wissenschaftliche Auseinandersetzung mit ihnen in diesem Kontext statt. Das Ziel dieser Arbeit war es deshalb, zur Schließung dieser Forschungslücke mithilfe eines qualitativ-explorativen Forschungsdesigns auf Basis der Sozialkapitaltheorie beizutragen. Dazu wurden insgesamt neun Fallstudien aus Fachhochschulen erstellt, die auf problemzentrierten Interviews und Dokumenten basieren. Außerdem wurden problemzentrierte Interviews mit Vertretern der Drittmittelgeber geführt.

Die Ergebnisse dieser Arbeit machen deutlich, dass sich die Ausgestaltung sozialer Beziehungen zwischen drittmittelstarken und drittmittelschwachen Fachhochschulen sowohl auf organisationaler wie auch auf individueller Ebene unterscheidet. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass Muster in der Ausgestaltung der sozialen Beziehungen gefunden werden konnten, die sich positiv auf die Drittmittelinwerbung auswirken und damit Sozialkapital darstellen. Hierzu wurde ein eigenes Verfahren zur Abbildung sozialer Beziehungen auf organisationaler sowie individueller Ebene in „Drittmittel-Sozialkapitalmustern“ entwickelt. Dieses kann auch in anderen Forschungsvorhaben Anwendung finden, in denen komplexe Sozialstrukturen qualitativ untersucht werden sollen. Zum Aufbau von Sozialkapital im Drittmittelkontext konnten auf Basis der Interviews und Dokumente effektive Maßnahmen zur Beeinflussung einzelner sozialer Beziehungen sowie die Grenzen dieser bewussten Einflussnahme erforscht werden. Die Erkenntnisse bieten damit erstmals die Möglichkeit für ein zielgerichtetes Management von Beziehungen zwischen Fachhochschulen und Förderern sowie ihrer Mitglieder, um die Drittmittelinwerbung zu verbessern. Hervorzuheben sind Maßnahmen für bestimmte