

Inhalt

Abbildungsverzeichnis | 9

Tabellenverzeichnis | 10

Abkürzungsverzeichnis | 11

Danksagung | 13

1 Einleitung | 14

1.1 Problemstellung und Relevanz des Themas sowie Forschungsfragen | 14

1.2 Aufbau und Methodik der Arbeit | 16

2 Cultural Entrepreneurship als Forschungsdisziplin | 20

2.1 Definitionen in Fachzeitschriften, Monografien und Sammelbänden sowie von Förder- und Lehrinstitutionen | 21

2.2 Entwicklung aus dem Kulturmanagement | 40

2.3 Arbeits- und industriosozilogische Perspektive | 45

2.4 Entwicklung aus der Entrepreneurship-Forschung | 50

3 Zur Definition von Cultural Entrepreneurship | 58

3.1 Die kulturelle Komponente: Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland | 58

3.1.1 Definition und Einteilung der KKW in Teilbranchen | 59

3.1.2 Aktuelle gesellschaftliche und politische Entwicklungen | 65

3.1.3 Die wirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft | 69

3.1.3.1 Jahresumsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft | 69

3.1.3.2 Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft | 71

3.1.3.3 Unternehmen und Neugründungen in der KKW | 72

3.2 Die entrepreneurial Komponente | 75

3.2.1 Arten der selbstständigen Erwerbstätigkeit und ihre Akteure | 75

3.2.1.1 Zum Konzept der Selbstständigkeit | 75

3.2.1.2 Unterschiede zwischen der freiberuflichen und der gewerblichen Selbstständigkeit | 76

3.2.1.3 Formen und Akteure der gewerblichen Selbstständigkeit | 79

3.2.1.4 Abgrenzungsmerkmale von Entrepreneurship | 81

3.2.2 Begriffsverständnis und Entwicklung von Entrepreneurship | 84

3.2.2.1 Verwendung des Entrepreneurship-Begriffes in Deutschland | 84

3.2.2.2 Historische Entwicklung und traditionelle Forschungsansätze	86
3.2.2.3 Die Prozessperspektive in der modernen Entrepreneurship-Theorie	89
3.3 Die innovative Komponente	92
3.3.1 Innovationsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft	93
3.3.2 Verständnis und Abgrenzung des Innovationsbegriffes	94
3.3.3 Arten von Innovationen in der Kultur- und Kreativwirtschaft	100
3.4 Zusammenfassung: Eigene Definition von Cultural Entrepreneurship	104
4 Der Gründungsprozess in der Kultur- und Kreativwirtschaft 	108
4.1 Bislang zu Thema vorliegende Studien: Forschungsstand	109
4.2 Der Gründungsprozess in der allgemeinen Gründungs- und Entrepreneurship-Forschung	117
4.2.1 Modelle aus der Gründungs- und Entrepreneurship-Forschung	117
4.2.2 Die einzelnen Phasen des Gründungsprozesses	121
4.3 Bestandteile des Gründungsprozesses in der Kultur- und Kreativwirtschaft	128
4.3.1 Vorgründungsphase	128
4.3.1.1 Ideenfindung und -konzeptionierung	129
4.3.1.2 Zusammenstellen des Gründungsteams	135
4.3.1.3 Gründungsberatung und -ausbildung	138
4.3.1.4 Gründungsförderung	141
4.3.1.5 Auslöser und Motive für die Gründungsentscheidung	150
4.3.2 Gründungsphase	153
4.3.2.1 Gewerbeanmeldung und Wahl der Rechtsform	154
4.3.2.2 Raum- und Standortsuche	158
4.3.2.3 Gründungsfinanzierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft	162
4.3.2.4 Marketing- und Vertriebsmaßnahmen	170
4.3.3 Nachgründungsphase	178
4.3.3.1 Stabilisierung des Unternehmens und damit verbundene Herausforderungen	178
4.3.3.2 Wachstum des Unternehmens	181
4.3.3.3 Zukünftige berufliche und persönliche Zielsetzungen	183
4.4 Einflussfaktoren auf den Gründungsprozess in der Kultur- und Kreativwirtschaft	185
4.4.1 Persönlichkeitsbezogene Faktoren der Gründerperson bzw. des Gründerteams	185

- 4.4.2 Faktoren des mikrosozialen Umfeldes | 191
- 4.4.3 Faktoren der allgemeinen Branchen- und Unternehmensumwelt | 193
- 4.5 Zwischenfazit: Bislang vorliegende Erkenntnisse in Bezug auf den Gründungsprozess in der Kultur- und Kreativwirtschaft | 195

5 Empirische Untersuchung des Gründungsverlaufes in der Kultur- und Kreativwirtschaft | 202

- 5.1 Methodisches Vorgehen | 202
 - 5.1.1 Forschungszugang und Untersuchungsmethode | 203
 - 5.1.2 Instrumente zur Datenerfassung | 205
 - 5.1.2.1 Konzeption des Interviewleitfadens | 205
 - 5.1.2.2 Aufbau des Begleitfragebogens | 207
 - 5.1.3 Gewinnung und Auswahl der Befragten | 208
 - 5.1.4 Durchführung und Transkription der Interviews | 212
 - 5.1.5 Datenauswertung | 214
- 5.2 Ergebnisse der Untersuchung | 217
 - 5.2.1 Zusammensetzung der Fälle | 217
 - 5.2.1.1 Soziodemografische Merkmale der Gründerpersonen | 218
 - 5.2.1.2 Eckdaten zu den gegründeten Unternehmen | 223
 - 5.2.2 Durchführung und Ergebnisse der Typenbildung | 229
 - 5.2.2.1 Prozess der qualitativen Typenbildung | 230
 - 5.2.2.2 Charakterisierung der Typen | 238
 - 5.2.2.3 Erste Erkenntnisse zu den selbstständigen Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft | 246
 - 5.2.3 Ergebnisdarstellung und -interpretation nach Typen | 250
 - 5.2.3.1 Untersuchungsaspekte der Vorgründungsphase | 250
 - 5.2.3.2 Untersuchungsaspekte der Gründungsphase | 272
 - 5.2.3.3 Untersuchungsaspekte der Nachgründungsphase | 289
 - 5.2.3.4 Den Gründungsverlauf beeinflussende Persönlichkeits-, Umfeld- und Umweltfaktoren | 306
 - 5.2.4 Zusammenfassung der wichtigsten Merkmale von Cultural Entrepreneurs im Gründungsverlauf | 315
- 5.3 Limitationen der Untersuchung | 320

6 Fazit und Implikationen | 323

- 6.1 Fazit | 323
- 6.2 Implikationen für die weitere wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Cultural Entrepreneurship | 326
- 6.3 Handlungsempfehlungen für die Beförderung von Entrepreneurship in der Gründungspraxis der KKW | 328

Literaturverzeichnis | 333

Verzeichnis verwendeter Internetseiten | 363

Anhang | 367

Autoreninformation | 386