

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 entrepreneuriale 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