

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 industriesoziologische 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