

Psychological Lectures, Linz, 9. März 2017

Zwischen kommerzieller Kunst und kreativem Unternehmertum: Comicschaffende als *Cultural Entrepreneurs*?

Max Höllen

iuh – Institut für unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz

Das iuh–Institut für unternehmerische Handeln und seine Forschungskonzeption

Geschäftsführer Herr Elmar D. Konrad



Kulturmanagement und
Kulturunternehmertum

Ehem. Mitarbeiter: Christian Lengfeld



Finanzierung in den Creative Industries

Studie Kultur- und Kreativwirtschaft in Rheinland-Pfalz (2014): www.iuh.hs-mainz.de

DU MALST BILDERBÜCHER
UND LEBST DAVON?



Inhalt

I. Die kommerzielle Kunst

- Comicschaffende im Kulturbetrieb
- Comicschaffende in der Kultur- und Kreativwirtschaft

II. Die kreative Unternehmer/innen: Cultural Entrepreneurship

- Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Selbstständigkeit, KMU und Entrepreneurship
- Das Kreativitäts-Innovations-Paradoxon

III. Fazit

Ziel des Vortrages

- Comics als Paradebeispiel für die Doppelnatur kultureller Güter
- Verortung des Comics im Kulturbetrieb und in der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Cultural Entrepreneurs als Vorreiter für neue Modelle der Erwerbstätigkeit
- Vorstellung von Comicschaffenden als Kulturunternehmer/innen im Spannungsfeld zwischen Kreativität und Ökonomie

Bilderbücher? Comics als kommerzielle Kunst

Max Höllen

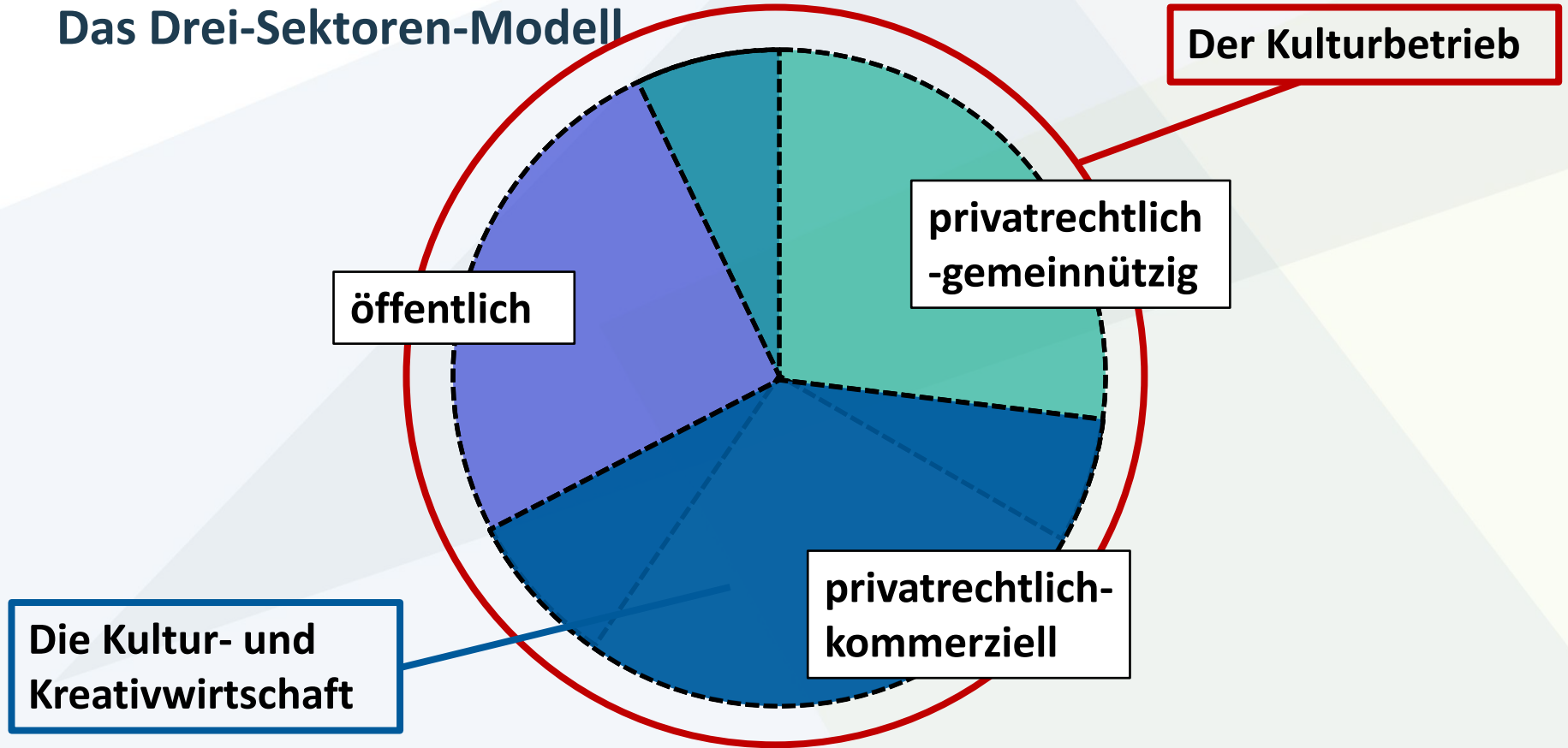
iuh – Institut für unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz

Comics als Kunstform

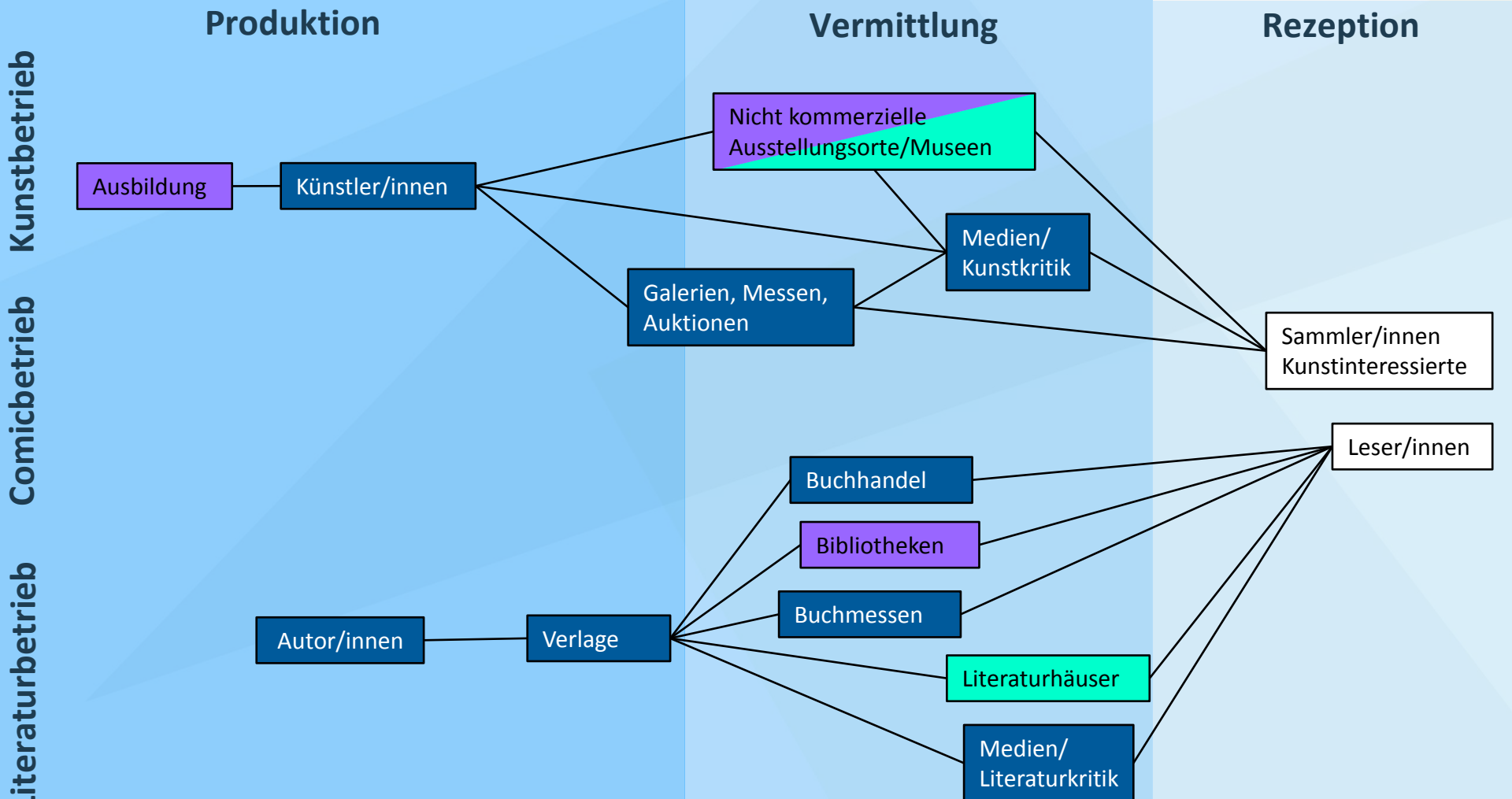
Comics als Kunst oder Literatur?

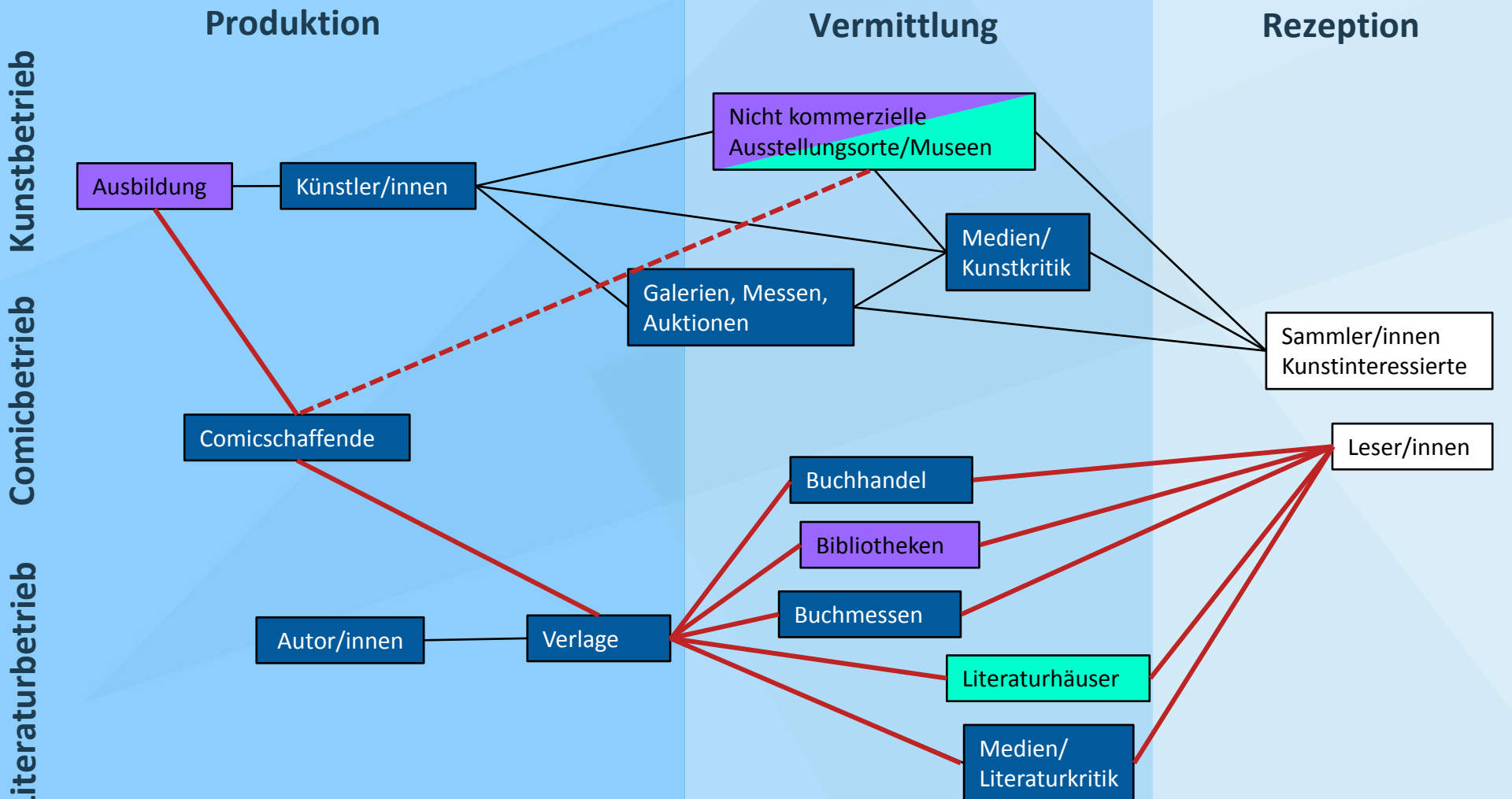
Quelle: Mahler, Nicolas (2014): Franz Kafkas nonstop Lachmaschine: 51, 54

Das Drei-Sektoren-Modell



Quellen: Eigene Abbildung, Anlehnung an Söndermann et al. 2009: 21 zit. Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz 2003, Harres 2014.





Produktion

Rezeption

Ausbildung — Künstler/innen

Comicschaffende

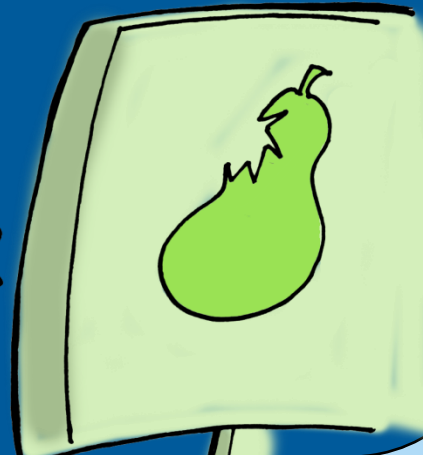
Autor/innen

UUUUND—
UPLOAD!

Durch das Internet
entfallen die
Vermittlungsinstanzen

Sammler/innen
Kunstinteressierte

Leser/innen



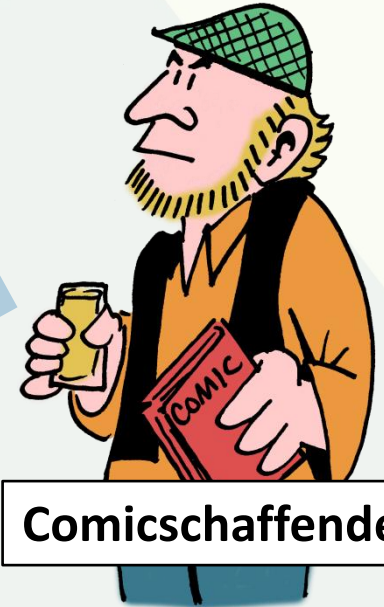
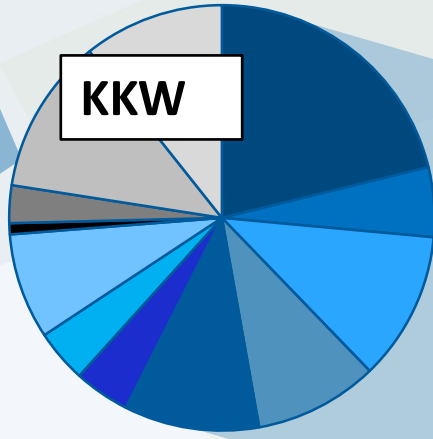
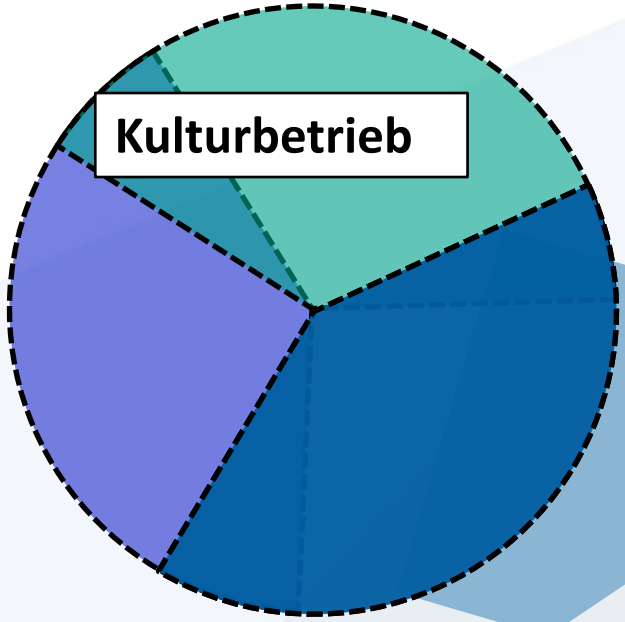
Comicschaffende in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Deutschland (11)	Österreich (9)	
Buchmarkt	Verlage / Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit	Buchillustration, Comicverlage, Comicluden
Kunstmarkt	Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit	Comic-Art, Pop-Art
Musikwirtschaft		
Markt für darst. Künste		
Filmwirtschaft	Video und Film	Animationszeichnungen, Storyboards
Architekturmarkt	Architektur	
Werbemarkt	Werbung	Werbeillustrationen, -cartoons und -comics
Software-/Games-Industrie	Software und Games	Figurenentwicklung, Storyboards, Animation
Rundfunkwirtschaft	Radio und TV	
Designwirtschaft	Design	Kommunikationsdesign, Illustration
Pressemarkt	Verlage	Pressezeichnung, Karikatur/Cartoon, Zeitschriften
(Sonstige)	Bibliotheken, Museen, botanische/zool. Gärten	Medienkunst, Comicbibliotheken usw.

Nach dem deutschen Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (vgl. ZEW/ISI 2016: 2 f.)

Nach Sechsten Österreichischem Kreativwirtschaftsbericht, basierend auf der statistischen Wirtschaftssystematik (ÖNACE 2008) (vgl. creative wirtschaft austria 2015: 187)

- Designwirtschaft
- Kunstmarkt
- Software- und Games-Industrie
- Pressemarkt
- Rundfunkwirtschaft
- Architekturmarkt
- Buchmarkt
- Werbemarkt
- Filmwirtschaft
- andere
- Markt für Darstellende Künste
- Musikmarkt



Comicschaffende

Kulturwirtschaft früher

„Kultur heute schlägt alles mit Ähnlichkeit. [...]

Lichtspiele und Rundfunk brauchen sich **nicht mehr als Kunst auszugeben**. Die Wahrheit, daß sie **nichts sind als Geschäft**, verwenden sie als Ideologie, die den **Schund legitimieren** soll, den sie vorsätzlich herstellen. Sie nennen sich selbst **Industrien, [...].“**

(Horkheimer/Adorno 2013: 128 f.)

Kulturwirtschaft heute

„Bücher, Filme, Konzerte, Aufführungen, Tonträger, Software, Kunstwerke etc. sind **Teil des kulturellen Lebens** – und zwar **unabhängig davon**, ob sie von **erwerbswirtschaftlich orientierten Kulturbetrieben**, von öffentlich getragenen Kultureinrichtungen oder vom zivilgesellschaftlichen Sektor angeboten werden.“

(Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ 2007: 333)

These I:

Durch die **Ökonomisierung der Kultur** („Economisation of Culture“) und die **Entdeckung der Kultur- und Kreativwirtschaft als Wirtschaftsbranche** („Culturalisation of the Economy“) **verschwimmen die Grenzen zwischen Hoch- und Popkultur.**

Comicschaffende sind **Künstler/innen** und **Wirtschaftssubjekte** zugleich.

Quellen: Eikhof/Haunschild 2006: 240, Ellmeier 2003: 5 ff.

Kann man davon leben? Comicschaffende als kreative Unternehmer/innen

Max Höllen

iuh – Institut für unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz

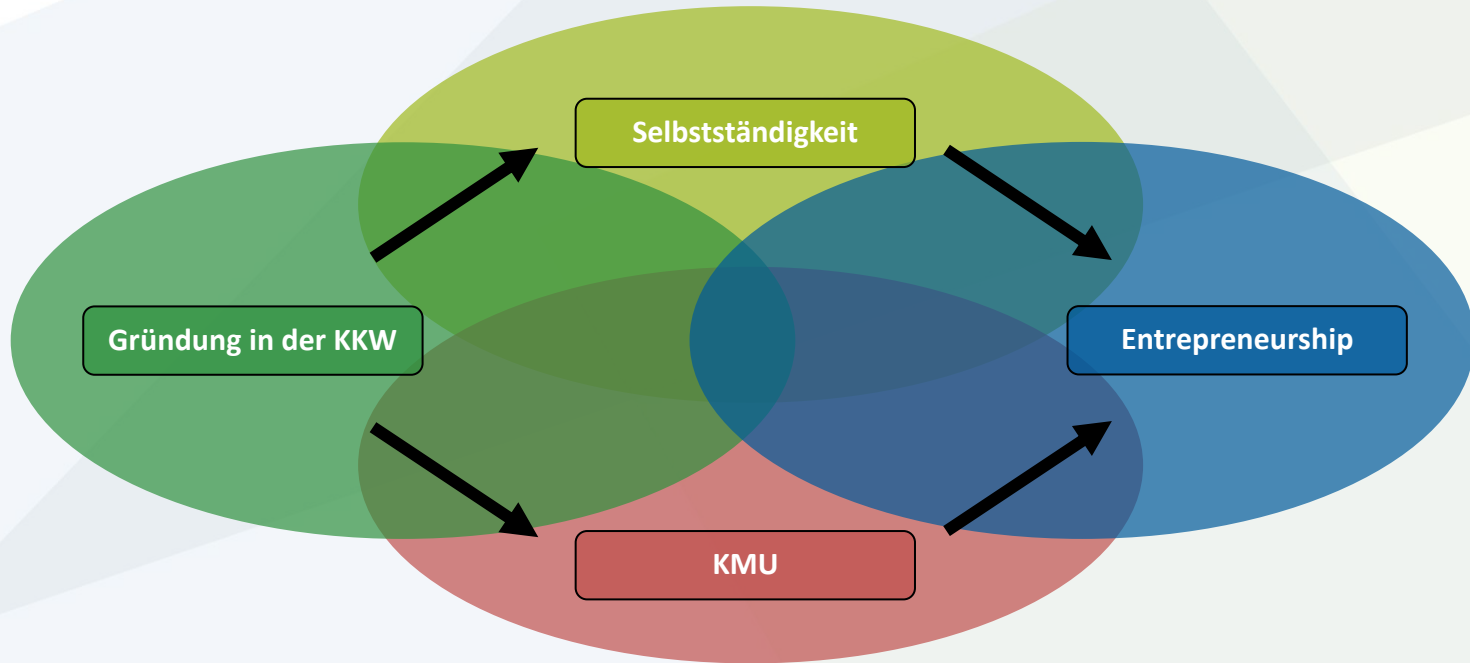
„En vogue ist gegenwärtig freilich der englischsprachige Terminus **Entrepreneurship**. [...] die Gefahr ist, dass Entrepreneurship gelegentlich nur ein **modisches Label** für mancherlei Beliebiges **ohne präzise Definition** ist. Stattdessen muss der Gegenstand Entrepreneurship stets in einem **sozialen und historischen Kontext** gesehen und verstanden werden.“

(Bögenhold/Fachinger 2012: 7)

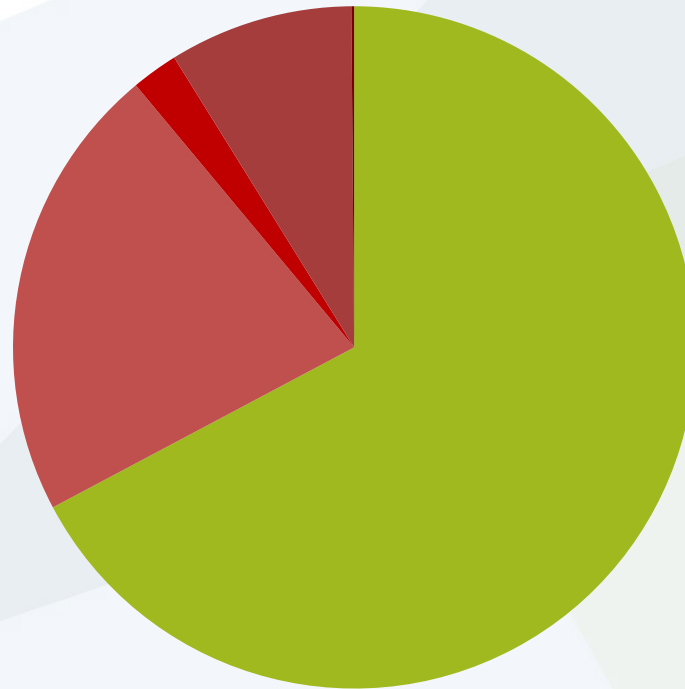
Eine einfache Formel?

**Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft =
Cultural Entrepreneurship?**

→ Comicschaffende = Cultural Entrepreneurs?



Welche Beschreibung zu Ihrer selbstständigen Tätigkeit trifft am ehesten zu?



- Ich bin selbstständig oder freiberuflich erwerbstätig.
- Ich habe ein Unternehmen gegründet und bin Inhaber/in dieses Unternehmens.
- Ich habe ein bestehendes Unternehmen übernommen.
- Ich habe im Team / zusammen mit anderen ein Unternehmen gegründet (Teamgründung).
- Ich habe im Team / zusammen mit anderen ein bestehendes Unternehmen übernommen (Teamübernahme).

n = 769

Quelle: iuh 2017, basierend auf iuh-Studie 2014

Schnittmengen Gründungen KKW – Selbstständigkeit

- Selbstständigenquote ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft dreimal so hoch wie im (deutschen und europäischen) Durchschnitt
- Attraktivität in den Kultur- und Medienberufen:
 - Alternative zum Beschäftigungsverhältnis
 - „Creative Class“ nach R. Florida sucht Alternative zum Beschäftigungsverhältnis
 - Geringe Einstiegsbarrieren (Startkapital i.d.R. < 25.000 €)
 - Alternative zur Anstellung → „Kleeblatt-Organisation“: professionelle, kreative Freelancer als eine von drei Mitarbeitergruppen in Unternehmen

Quellen: Bögenhold/Fachinger 2012: 11, Ellmeier 2003: 4, McKeown 2015: 129, Kitching 2015: 16, Kohn/Wewel 2011: 4, 17, van den Born 2009: 38

(K)KMU: Eingliederung durch EU-Kommission und IfM

	Mitarbeiter	Jahresumsatz
Kleinstunternehmen	bis 9	bis 2 Mio. €
Kleinunternehmen	bis 49	bis 10 Mio. €
Mittleres Unternehmen	bis 499	bis 50 Mio. €
Großunternehmen	ab 500	ab 50 Mio. €

Und: nach Steuerrecht „Kleinunternehmer“ bis 17.500 € bzw. 50.000 € Jahresumsatz (vgl. § 19 UStG), in Österreich: 30.000 € (§ 6 UStG)

Quellen: IfM Bonn 2016

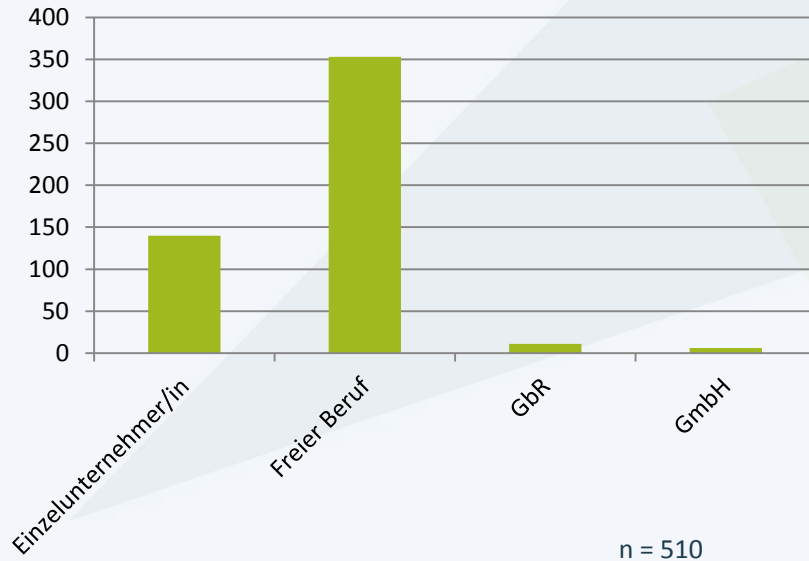
Schnittmengen und Abgrenzung: KMU – Selbstständigkeit

- Rechtsform der Einzelunternehmung
- Gewerbe, freies Gewerbe (nur in Österreich) oder Freier Beruf?
- Geringfügige Erwerbstätigkeit (sog. Kleinunternehmerregelung)
- Trend der „neuen (Solo-)Selbstständigen“: *Business of One*
- Voll- oder Nebenerwerb?

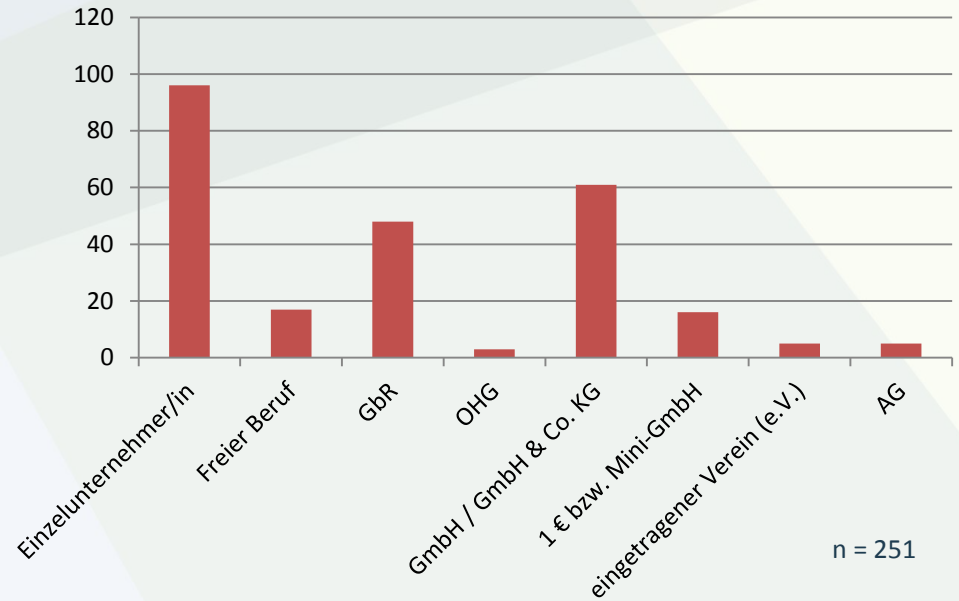
Quellen: Best et al. 2016, Bögenhold/Fachinger 2012: 24, Fueglistaller et al: 2010: 27, McKeown 2015: 121 f., van den Born / van Witteloostuijn 2013: 43, ZEW/ISI 2016: 7, 18

Vergleich der Rechtsformen

Angabe: selbstständige oder freiberufliche Tätigkeit



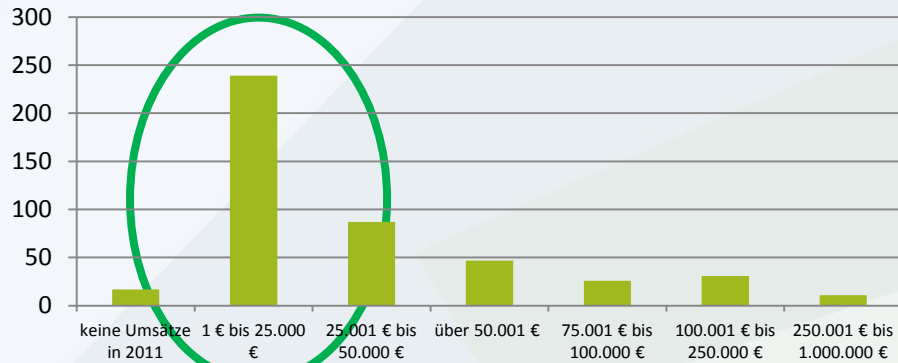
Angabe: Gründung eines Unternehmens (alleine oder Team)



Quelle: iuh 2017, basierend auf iuh-Studie 2014

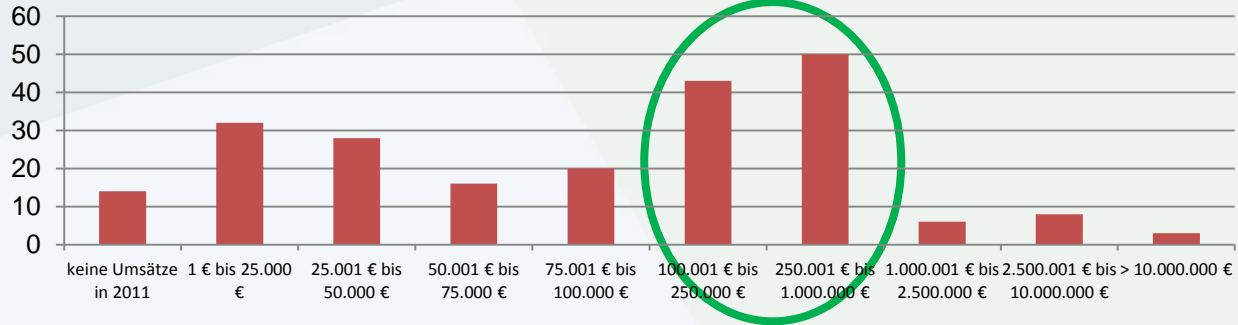
Vergleich: Welchen Umsatz erwarten Sie für das nächste Jahr?

Angabe: selbstständige oder freiberufliche Tätigkeit



n = 458

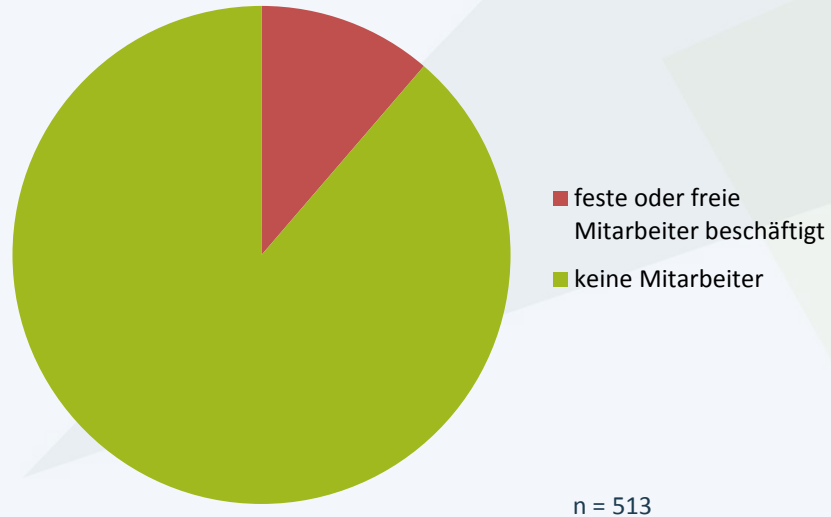
Angabe: Gründung eines Unternehmens (alleine oder Team)



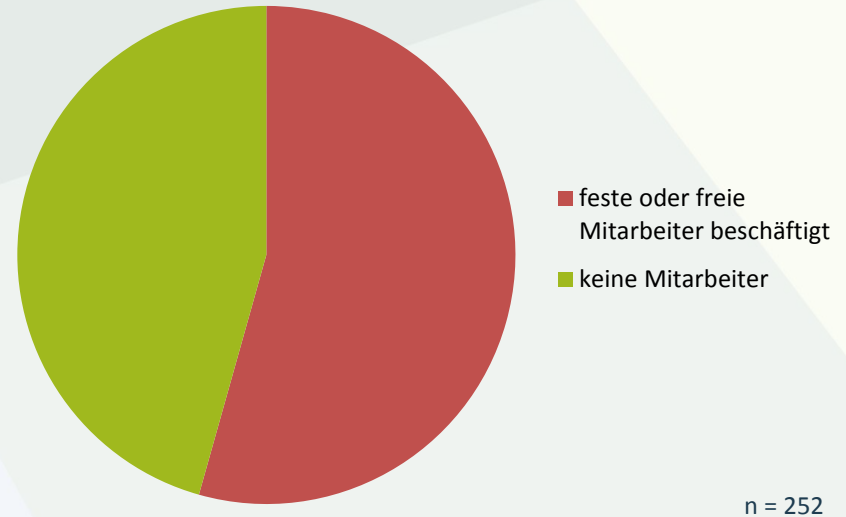
n = 220

Vergleich: Beschäftigen Sie feste oder freie Mitarbeiter?

Angabe: selbstständige oder freiberufliche Tätigkeit



Angabe: Gründung eines Unternehmens (alleine oder Team)



Gründung = Entrepreneurship?

Max Höllen

iuh – Institut für unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz

„Die **Verwechslung bzw. unklare Abgrenzung** zwischen **Entrepreneuren** und **„small business owner“** ist vielleicht der **folgenschwerste Mangel in der Entrepreneurship-Forschung.**“

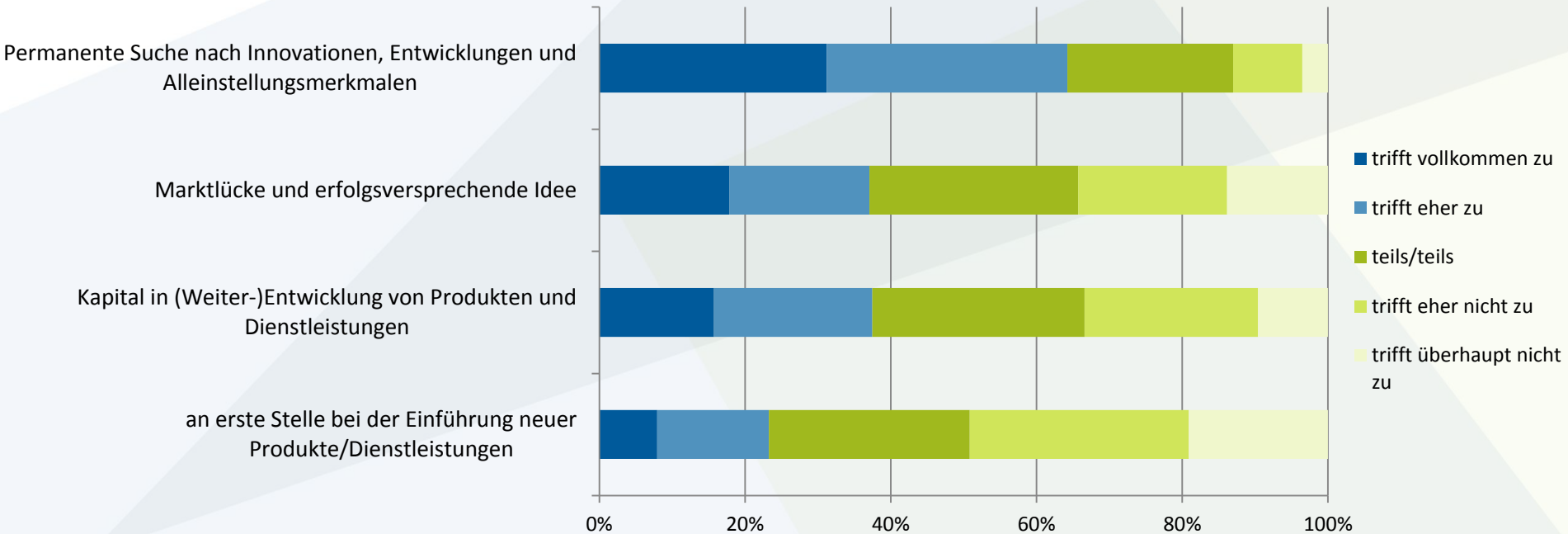
(Jacobsen 2006: 31)

Schnittmengen und Abgrenzung: KMU – Entrepreneurship

- Entrepreneurship als Teilbereich der KMU: junge, innovative Wachstumsunternehmen (Startup)
 - Entrepreneurship im Sinne von „Gründung“ als erste Phase des KMU → Phase, in der **Innovationstätigkeit** überwiegt
 - Innovatives Verhalten im Sinne Schumpeters (fünf Fälle)
- **Stichwort: ökonomische Innovation**

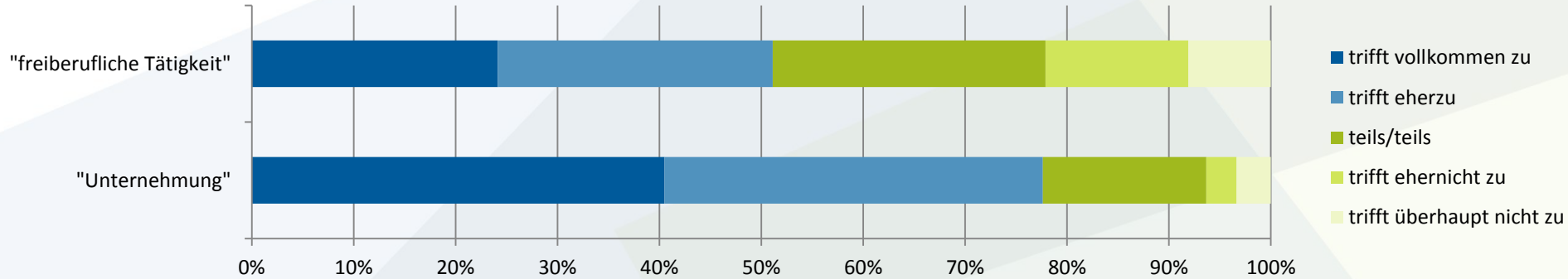
Quellen: Brettel et al. 2007: 52, Bruyat/Julien 200, Bygrave/Hofer 1991: 14 , 127 ff., Fueglistaller et al. 2010: 27, Carland et al. 1984: 357 f., Schumpeter 1964: 100 ff.

Innovations- und Marktorientierung

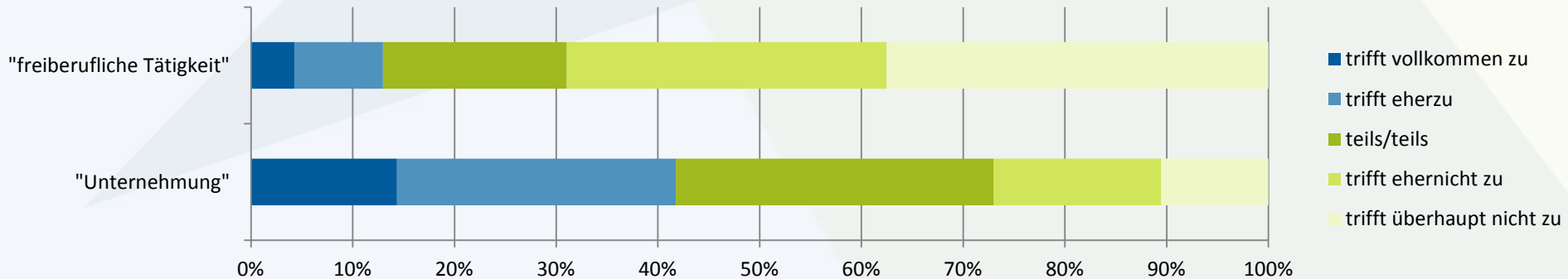


n = 823

Wachstum und Wertsteigerung der Unternehmung als langfristiges Ziel



Schaffung von Arbeitsplätzen als langfristiges Ziel



Fallbeispiel: 123comics. Innovative Comicprodukte



Bildquelle: Portfolio 123comics:

http://www.123comics.net/sites/default/files/_figurenstile_5_mb-1217.pdf

- Rechtsform: dankegrafik & 123comics GbR (fünf Personen)
- Comics, Info-Comics/-Cartoons, Erklärfilme, Graphic Recording, Geschenkecomics
- Kreativpiloten Deutschland 2012
- Startfinanzierung über Arbeitslosengeld und Gründerzuschuss

Quellen: BMWi 2016: 20 f., Hausmann/Heinze 2017: 58 f.

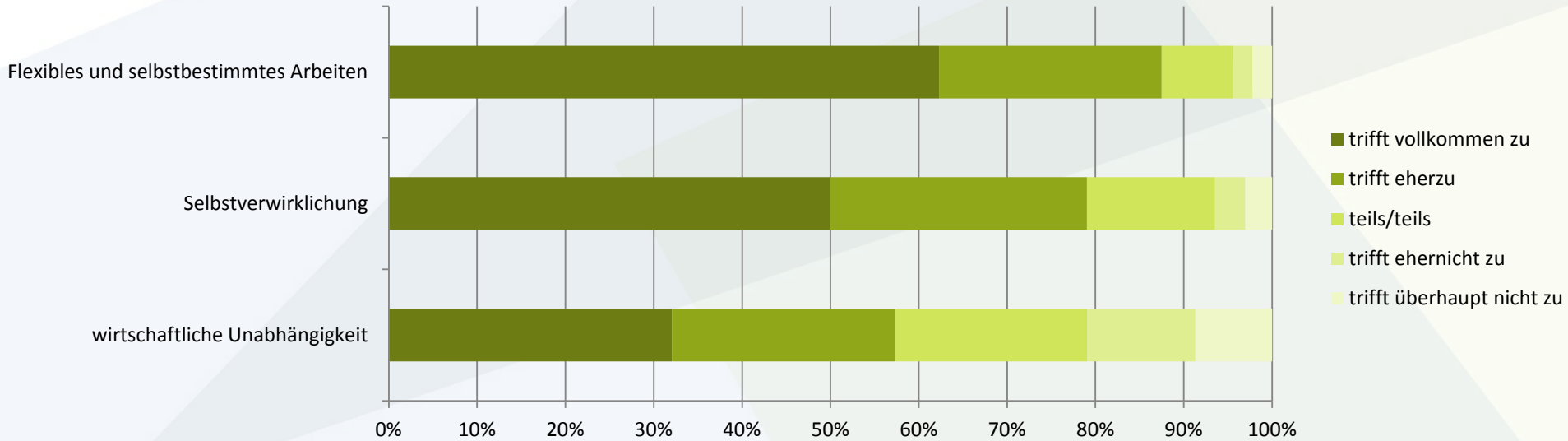
Schnittmengen und Abgrenzung: Selbstständigkeit – Entrepreneurship

- **wirtschaftliche oder nur rechtliche Selbstständigkeit → Scheinselbstständigkeit?**
- Necessity vs. Opportunity
- innovatives Verhalten vs. Auftragsarbeit

→ **Stichwort: Independent Professionals**

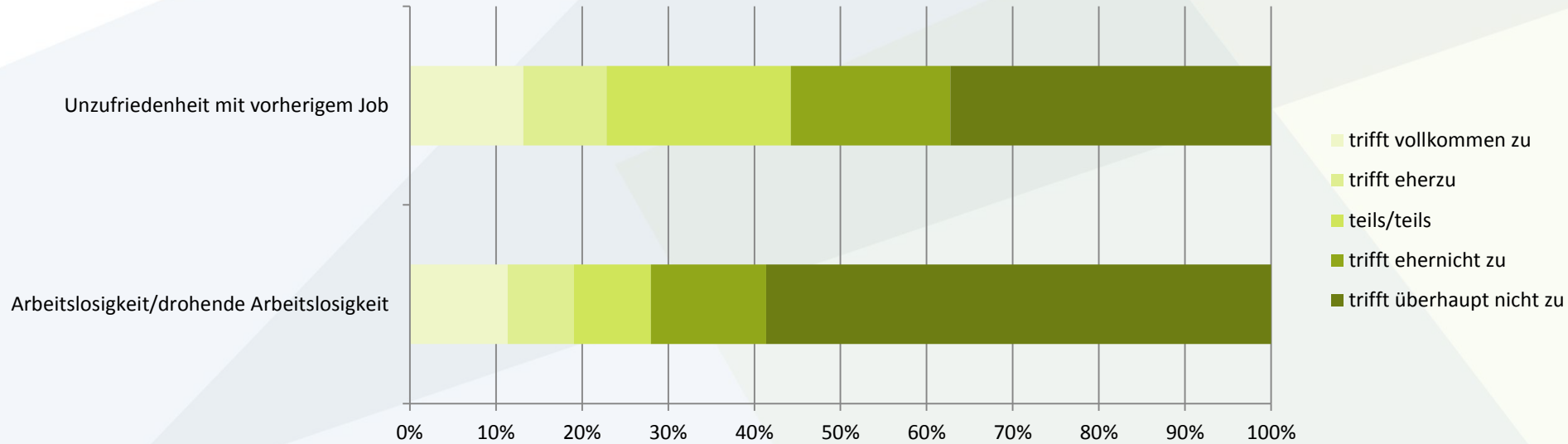
Quellen: Best et al. 2016, Bögenhold/Fachinger 2012, Burke 2015, Fueglistaller et al: 2010: 27, McKeown 2015: 121 f., van den Born 2009: 57, van den Born / van Witteloostuijn 2013, van Stel / de Vries 2015: 78 f.

Motivation I: Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung



n = 496

Motivation II: Necessity oder Opportunity?



n = 493

Fallbeispiel: Felix Mertikat, Comiczeichner, Illustrator und Spieleentwickler

- freiberufliche Tätigkeit als Comiczeichner/Illustrator
- Gewerbe als Spieleverlag „King Raccoon Games“
- Comics/Graphic Novels, Illustrationen, Storyboards, Animationen und Karten-/Brettspiele
- Lehraufträge, Workshops

Quellen: Zusammenarbeit mit dem Künstler.

iuH der Hochschule Mainz – Max Höllen: Zwischen kommerzieller Kunst und kreativem Unternehmertum



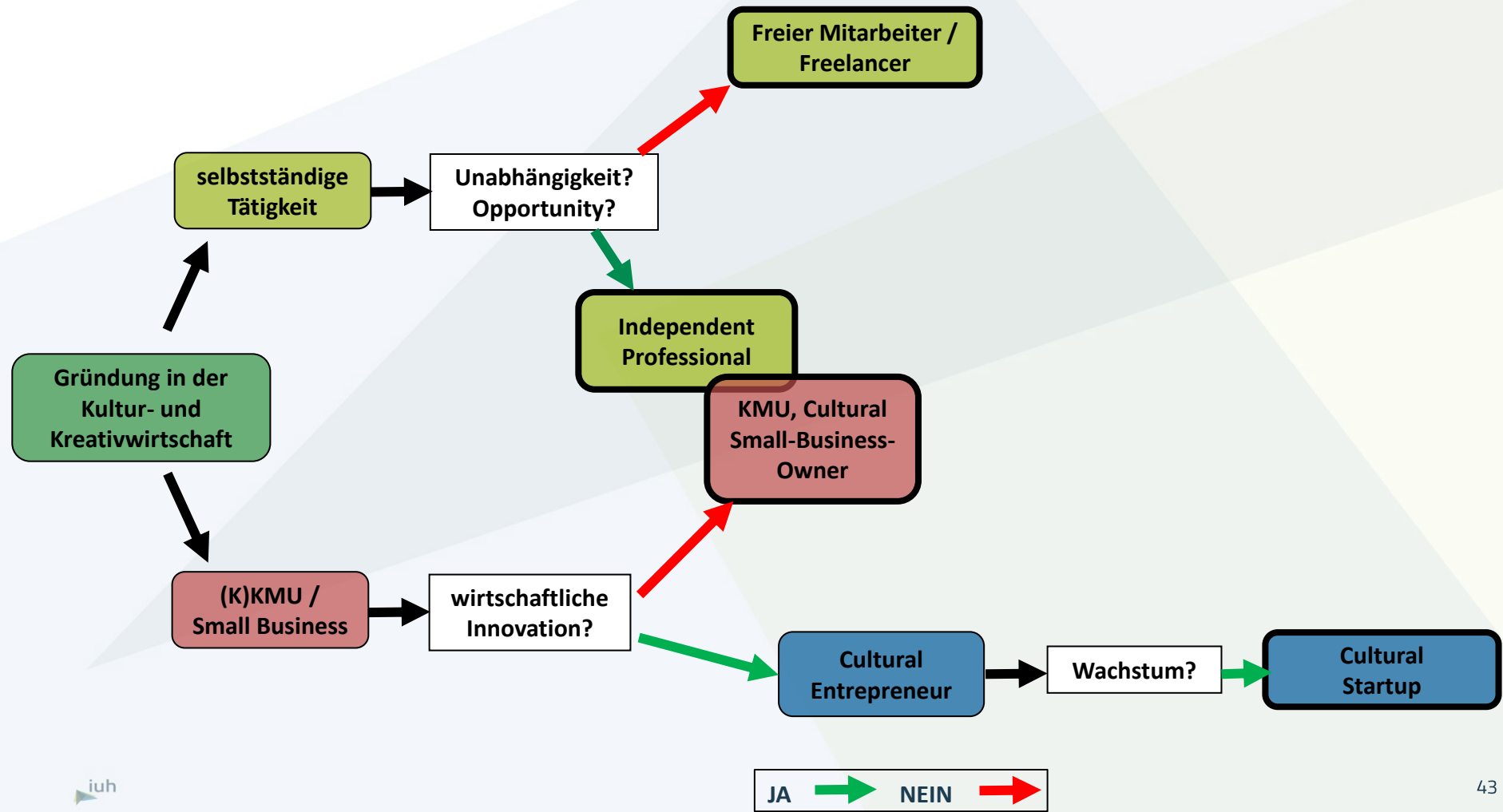
Bildquelle: www.felixmertikat.com

These II:

Kultur- und Medienberufe sind die Avantgarde **alternativer Erwerbstätigenmodelle zwischen unabhängiger Selbstverwirklichung (Lifestyle) und Arbeit zum Lebensunterhalt.**

Comicschaffende wollen ihr Ding machen – und werden deshalb Selbstständige und **Kleinstunternehmen.**

Quellen: Eikhof/Haunschild 2006, Ellmeier 2003



Reicht der ökonomische Innovationsbegriff in der Kultur- und Kreativwirtschaft aus?

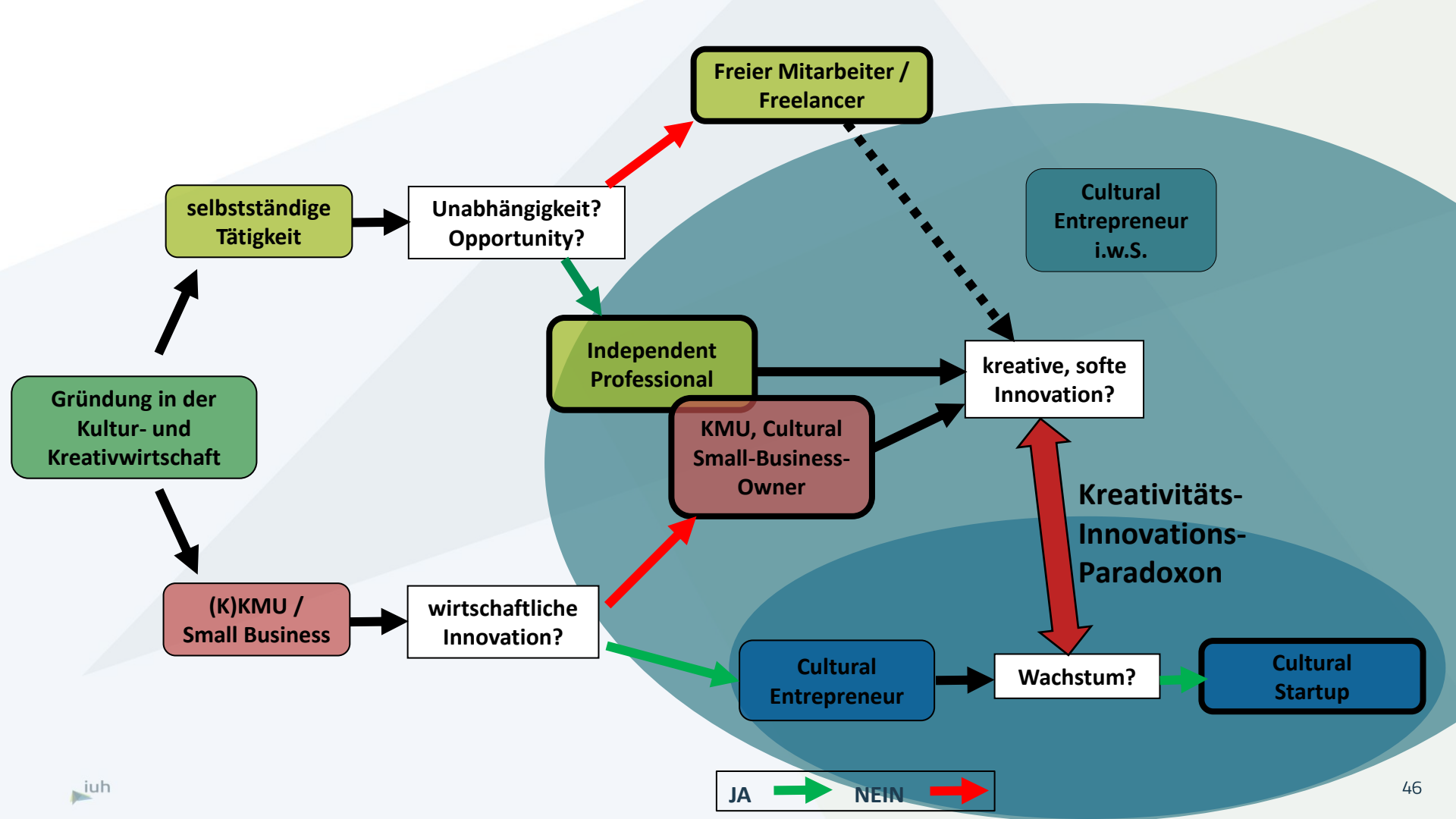
Max Höllen

iuh – Institut für unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz

Innovationsbegriff in der Kultur- und Kreativwirtschaft

- Indikator Marktneuheiten/Patente/Ausgaben für Forschung und Entwicklung: nur durchschnittlich hohe Innovation
 - Soft Innovations: Content Innovation oder Hidden Innovation
- **Ein Großteil der Innovationen in der Kultur- und Kreativwirtschaft beziehen sich auf den Inhalt und die Ästhetik und sind somit schwer messbar**

Quellen: Arndt et al. 2012: 11 ff., Georgieff et a. 2008: 10 f., Kohn/Wewel 2011: 20, Miles/Green 2008 zit. Handke 2004 und Stoneman 2007, Wilson/Stokes 2005: 366 ff.



These III:

Entrepreneurship definiert sich durch **Innovation. Kultur- und Kreativschaffende** definieren sich durch **Kreativität**. Cultural Entrepreneurship muss einen Innovationsbegriff berücksichtigen, der **Kreativität, Ästhetik und den schöpferischen Akt** miteinbezieht. **Comicschaffende sind Cultural Entrepreneurs im weiteren Sinne.**

Quellen: Wilson/Stokes 2005: 366 ff.

„I would rather argue (in Schumpeter’s spirit) that **economic entrepreneurship** primarily aims at **creating something new (and profitable) in the area of the economy**, while **cultural entrepreneurship** aims at creating something new (and appreciated) in the **area of culture.**“
(Swedberg 2006: 260)

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Comicschaffende sind Teil eines Phänomens, das als Ökonomisierung der Kultur und Kulturalisierung der Ökonomie bezeichnet wird.
- In der Kultur- und Kreativwirtschaft können Comicschaffende in einem Großteil der betreffenden Teilbereiche auftreten.
- Nicht Startups, sondern auf Unabhängigkeit bestrebte Solo-Selbstständige dominieren die Kultur- und Kreativwirtschaft (Independent Professionals, Neue Selbstständige).
- Diese Cultural Entrepreneurs sind Phänomen eines neuen Erwerbstätigenmodells.
- Innovation darf hierbei nicht im Sinne von Durchsetzung auf dem Markt, sondern im Sinne von Kreativität und inhaltlicher/ästhetischer Schöpfung verstanden werden.



Implikationen und Ausblick

- Sampling nur mit Comicschaffenden erstellen → Uni Linz
- Fragen nach dem Selbstverständnis als Künstler/in oder Unternehmer/in → Uni Linz
- Entwicklung von Förder- und Sicherungsmodellen für die „Neuen Kulturunternehmer“ / „neuen (Kultur-)Selbstständigen
- Kreativitäts-Innovations-Paradoxon durch entsprechende Fördermaßnahmen auflösen
- Grundlage für eine Typologie → Cluster-Analyse oder „Milieu-Studie“ möglich
- Faktoren für subjektiven und betrieblichen Erfolg feststellen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Max Höllen

iuh – Institut für unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz

Wichtige Lesehinweise:

- Bögenhold, Dieter / Uwe Fachinger (2012): Unternehmertum: Unterschiedliche Facetten selbstständiger Berufstätigkeit. In: IfS Discussion Paper Bd. 1., Klagenfurt.
- **Ellmeier, Andrea (2003): Cultural Entrepreneurialism: On the Changing Relationship between the Arts, Culture and Employment. In: The International Journal of Cultural Policy 9 (1), S. 3–16.**
- Fronz, Christian / Elmar D. Konrad (2014): Studie Kultur- und Kreativwirtschaft in Rheinland-Pfalz. Dokumentation der Ergebnisse. Hg. v. iuh – Institut für unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz, Mainz.
- **Horkheimer, Max / Adorno, Theodor W. (2013): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. 21. Aufl., zuerst veröffentlicht 1947, Neuauflage 1969, Frankfurt am Main.**
- Mahler, Nicolas (2014): Franz Kafkas nonstop Lachmaschine, hrsg. von Christian Maiwald, Berlin.
- Konrad, Elmar D. (2010): Kulturmanagement und Unternehmertum, Stuttgart (Edition Kreativwirtschaft).
- Schumpeter, Joseph A. (1964): Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergeinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus. 6. Aufl., unveränd. Nachdr. d. 1934 erschienenen 4. Aufl., Berlin.
- Swedberg, Richard (2006): The cultural entrepreneur and the creative industries. Beginning in Vienna. In: Journal for Cultural Economics 30 (4), S. 243–261.
- **Van den Born, Arjan / Arjen van Witteloostuijn (2013): Drivers of freelance career success. In: Journal of Organizational Behaviour 34 Bd. 1, S. 24–46.**

Literatur I

- Arndt, Olaf / Kathleen Freitag / Florian Knetsch / Fabian Sakowski / Rada Nimmrichter (2012): Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette - Wirkungsketten, Innovationskraft, Potenziale. Endbericht. Hg. v. prognos Fraunhofer ISI.
- Becker, Wolfgang / Staffel, Michaela / Ulrich, Patrick (2008): Mittelstand und Mittelstandsforschung. Deloitte. Mittelstandsinstitut, Bamberg. In: https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/sowi_lehrstuehle/unternehmensfuehrung/Download-Bereich/Becker_2008_Mittelstand_und_Mittelstandsforschung_BBB_153.pdf (10.02.2017).
- Best, Simon / Mike Ribeiro / Abrar Alahmadi (2016): Defragmenting the terms Self-employed, Entrepreneur and Business Owner, Workshop Presentation Global Workshop on Freelancing & Self-Employment Research 2016, Brighton.
- Bögenhold, Dieter / Uwe Fachinger (2012): Unternehmertum: Unterschiedliche Facetten selbstständiger Berufstätigkeit. In: IfS Discussion Paper Bd. 1., Klagenfurt.
- Brettel, Malte / Kerstin Faaß / Florian Heinemann (2007): Controlling für innovative junge Unternehmen. In: Zeitschrift für Controlling und Management Bd. 3, S. 52–66.
- Bruyat, Christian / Pierre-André Julien (2000): Defining the Field of Research in Entrepreneurship. In: *Journal of Business Venturing* Bd. 16, S. 165–180.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2016): Alles, nur kein Unternehmer? Tipps für Gründerinnen, Gründer und Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft. aktualisierte Neuauflage. Hg. v. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien. Berlin.
- Burke, Andrew (2015): Introduction: A Freelancing and Self-Employment Research Agenda. In: Burke, Andrew (Hg.) (2015): *The Handbook of Research on Freelancing and Self-Employment*. Centre for Research on Self-Employment. Dublin, iii–viii.
- Burke, Andrew / Cowling, Marc (2015): The Use and Value of Freelancers: The Perspective of Managers. In: Burke 2015: 1–14.
- Bygrave, William D. / Charles W. Hofer (1991): Theorizing about Entrepreneurship. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, S. 13–22.
- Carland, James W. / Frank Hoy / William R. Boulton / Jo Ann C. Carland (1984): Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. In: *Academy of Management Review* 9 Bd. 2, S. 354–359.

Literatur II

- Cieślík, Jerzy (2015): Capturing Statistically the „Intermediate Zone” Between the Employee and Employer Firm Owner. In: Burke 2015: 29–38.
- Deutscher Bundestag: Schlussbericht der Enquete-Kommission "Kultur in Deutschland". Drucksache 16/7000.
- Eikhof, Doris Ruth / Axel Haunschild (2006): Lifestyle Meets Market. Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries. In: *Creativity & Inn Man* 15 Bd. 3, S. 234–241. DOI: 10.1111/j.1467-8691.2006.00392.x.
- Ellmeier, A. (2003): Cultural Entrepreneurialism: On the Changing Relationship between the Arts, Culture and Employment. In: *The International Journal of Cultural Policy* 9 (1), S. 3–16.
- Fueglistaller, Urs / Christoph Müller / Thierry Volery / Susan Müller (2010): Entrepreneurship. Modelle, Umsetzung, Perspektiven; mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. 2., überarb. und erw. Aufl., akt. Nachdr. Wiesbaden (Gabler Lehrbuch).
- Fronz, Christian (2015): Finanzierung in den Creative Industries. Bestimmung und Bewertung der kritischen Einflussfaktoren auf die Finanzierungsstruktur von Gründungen. Hamburg (Finanzmanagement, 109).
- Fronz, Christian / Elmar D. Konrad (2014): Studie Kultur- und Kreativwirtschaft in Rheinland-Pfalz. Dokumentation der Ergebnisse. Hg. v. iuh – Institut für unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz, Mainz.
- Gaiser, Gottlieb (1993): Literaturgeschichte und literarische Institutionen. Zu einer Pragmatik der Literatur. 1. Aufl. Meitingen: Verlag Literatur + Wissenschaft (Literatur + Wissenschaft, 1).
- Georgieff, Peter / Simone Kimpeler / Kathrin Müller / Christian Rammer (2008): Beitrag der Creative Industries zum Innovationssystem am Beispiel Österreichs. Endbericht zur Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich arge creativ wirtschaft austria.
- Harres, Katharina (2014): Beziehungsgeflecht Kulturbetrieb. Verknüpfungen zwischen den drei Sektoren des Kulturbereichs. Dissertation zur Erlangung des Grades eines Doktors der Philosophie (Dr. phil.). Pädagogische Hochschule Ludwigsburg, Ludwigsburg. Institut für Kulturmanagement.
- Hausmann, Andrea / Anne Heinze (Hg.) (2017): Cultural Entrepreneurship – Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Wiesbaden, s.l.: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Literatur III

- Heinrichs, Werner (2006): Der Kulturbetrieb. Bildende Kunst - Musik - Literatur - Theater - Film. Bielefeld: transcript (Kultur- und Museumsmanagement).
- Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W. (2013): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. 21. Aufl., zuerst veröffentlicht 1947, Neuauflage 1969. Frankfurt am Main.
- Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn: KMU-Definition des IfM Bonn seit 01.01.2016. In: [http://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-des-ifm-bonn/\(09.02.2017\)](http://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-des-ifm-bonn/(09.02.2017)).
- Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn: KMU-Definition der Europäischen Kommission seit 01.01.2005. In: [http://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-der-eu-kommission/\(10.02.2017\)](http://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-der-eu-kommission/(10.02.2017)).
- Mahler, Nicolas (2014): Franz Kafkas nonstop Lachmaschine, hrsg. von Christian Maiwald, Berlin.
- Miles, Ian / Green, Lawrence (2008): Hidden innovation in the creative industries. Hg. v. NESTA.
- McKeown, Tui (2015): What's in a Name? The Value of 'Entrepreneurs' Compared to 'Self-Employed'... But What about 'Freelancing' or 'IPro'? In: Burke 2015: 121–134.
- Kitching, John (2015): Tracking UK Freelance Workforce Trends 1992–2015. In: Burke 2015: 15–28.
- Kohn, Karsten / Wewel, Solvejg (2011): Fokus Innovation: Gründungen in der Kreativwirtschaft. Hg. v. KfW Bankengruppe (Standpunkt, 10).
- Konrad, Elmar D. (2010): Kulturmanagement und Unternehmertum. Stuttgart (Edition Kreativwirtschaft).
- Schumpeter, Joseph A. (1964): Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmerrgewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus. 6. Aufl., unveränd. Nachdr. d. 1934 erschienenen 4. Aufl. Berlin.
- Söndermann, Michael / Christoph Backes / Olaf Arndt / Daniel Brünink (2009): Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der "Kulturwirtsschaft" zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Endbericht. Hg. v. Creative Business Consult (CBC), KwF und prognos AG. Köln.
- Swedberg, Richard (2006): The cultural entrepreneur and the creative industries. Beginning in Vienna. In: *J Cult Econ* 30 (4), S. 243–261.

Literatur IV

- Van den Born, Arjan (2009): The drivers of career success of the job-hopping professional in the new networked economy. The challenges of being an entrepreneur and an employee. Dissertation, Utrecht.
- Van den Born, Arjan / Arjen van Witteloostuijn (2013): Drivers of freelance career success. In: *Journal of Organizational Behaviour* 34 Bd. 1, S. 24–46.
- Wilson, Nicholas. C. / David Stokes (2005): Managing creativity and innovation. The Challenge for Cultural Entrepreneurs. In: *Journal of Small Business and Enterprise Development* 12 Bd. 3, S. 366–378.
- Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) / Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI (2016): Monitoringbericht 2016: Ausgewählte wirtschaftliche Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Kurzfassung, Berlin.
- Van Stel, André / De Vries, Nardo (2015): The Economic Value of Different Types of Solo Self-Employed: A Review. In: *Burke* 2015, 77–84.