



Cultural & Creative Entrepreneurship: Networks, Financing, Ambidexterity

27. Januar 2021

Prof. Dr. Elmar D. Konrad
iu – Institut für unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz

1

iuh Forschungsfokus

Das iuh – Institut für unternehmerisches Handeln ist ein Forschungsinstitut der Hochschule Mainz (Fachbereich Wirtschaft), welches sich in der Forschung dem Erkenntnisgewinn in der angewandten Entrepreneurship-Research und deren Transfer in Lehre und Praxis widmet.

Wichtige Forschungsfelder sind hierbei Studien zu Cultural and Creative Entrepreneurship, Gründen und Wachsen in der Kreativwirtschaft, Finanzierung und Innovation in Digital and Creative Start-ups.

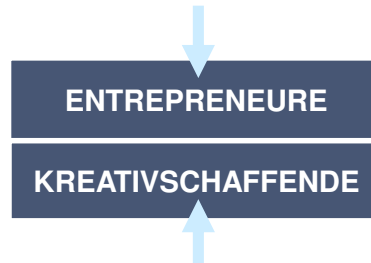
Hierbei ist der Transfer der Erkenntnisse in die fachübergreifende Lehre und in die Kulturpraxis aber auch in die interessierte Öffentlichkeit ein wichtiges Anliegen.

2

Definition Cultural Entrepreneurs

Entrepreneure sind Personen, die Chancen erkennen und jeweils die Organisation schaffen, um diese Chancen zu realisieren.

Bygrave / Hofer 1991



Kreativschaffende befinden sich in einem künstlerischen/kreativen Prozess, bei dem diese eine Intention verfolgen und hierfür Strukturen und Ressourcen schaffen, um diese zu realisieren.

3

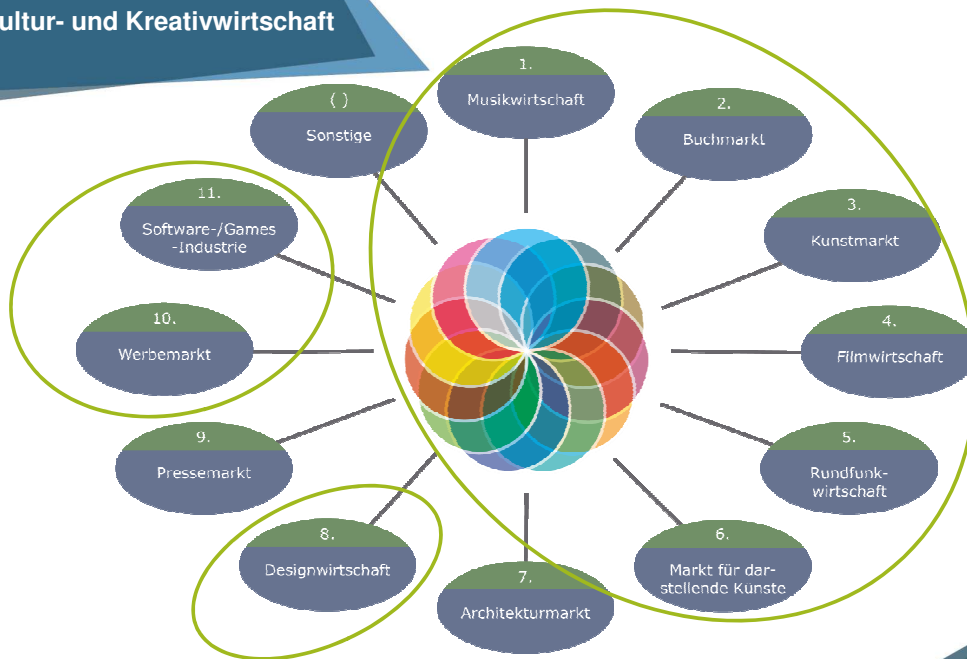
Kultur-3-Sektoren-Modell



Quelle: Deutscher Bundestag 2008

4

Sektoren Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Bundesinitiative Kultur- und Kreativwirtschaft

5

Definition KuKw

- Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend **erwerbswirtschaftlich** orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen [...].
- Der wirtschaftlich verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der sogenannte **schöpferische Akt** [...].

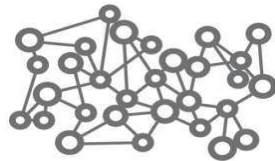
Quelle: Bundesinitiative Kultur- und Kreativwirtschaft

6

Charakteristika KuKw



Komplexe Struktur



Kleinteiligkeit der Unternehmen



Mix aus technologischen und nicht-technologischen Elementen

Quelle: Bundesinitiative Kultur- und Kreativwirtschaft

Forschungsschwerpunkt I

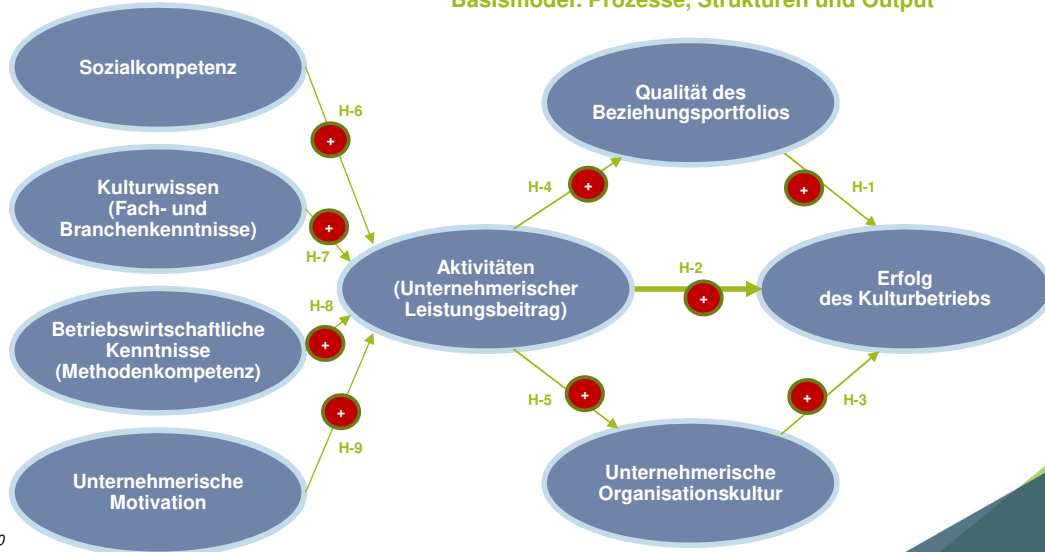
Cultural
Entrepreneurship
Excellence
(Networks*ing)

Entrepreneurial
Finance and
Promotion in
Creative Industries

Relevance of
Ambidexterity in
Creative
Entrepreneurship

Input

Basismodell: Prozesse, Strukturen und Output



Quelle: Konrad 2010

9

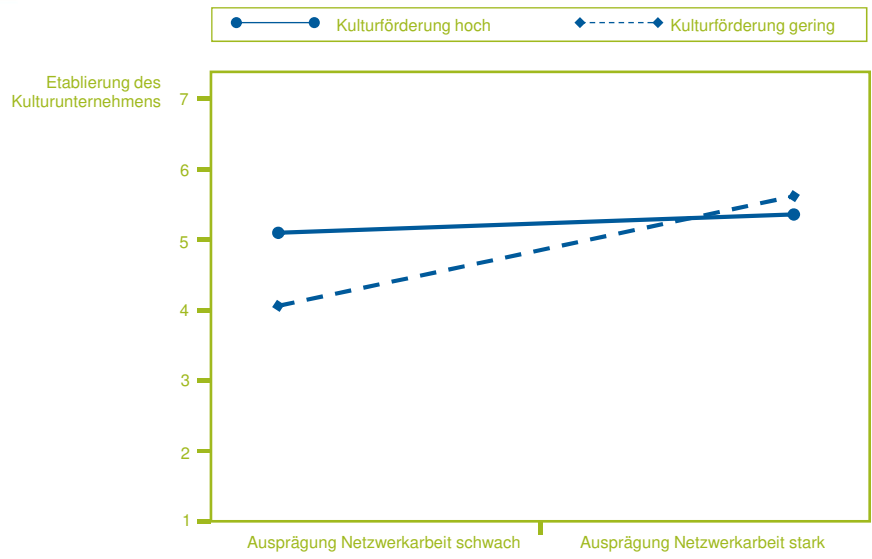
Unterscheidung zwischen Profit-
und Non-Profit-Betrieben

abhängige Variable: <u>U- Leistungsbeitrag</u>				abhängige Variable: <u>Erfolg</u>			
unabhängige Variable	gesamt	profit	non-profit	unabhängige Variable	gesamt	profit	non-profit
Sozialkompetenz	.338***	.351***	.329***	unternehmerischer Leistungsbeitrag	.287***	.293***	.266***
Kulturwissen	.114*	.338***	.024*	Qualität des Beziehungsportfolios	.160**	.097*	.237***
BWL-Kenntnisse	.342***	.251***	.324***	Organisationskultur	.277***	.298***	.260***
unternehmerische Motivation	.260***	.256***	.261***				
R^2_{korr}	38.9	44.3	31.8	R^2_{korr}	37.4	32.2	42.7
*** : 1%-Signifikanzniveau * : 10%-Signifikanzniveau	N = 167	N _p = 67	N _{np} = 87	*** : 1%-Signifikanzniveau ** : 5%-Signifikanzniveau * : 10%-Signifikanzniveau	N = 167	N _p = 67	N _{np} = 87

Quelle: Konrad 2010

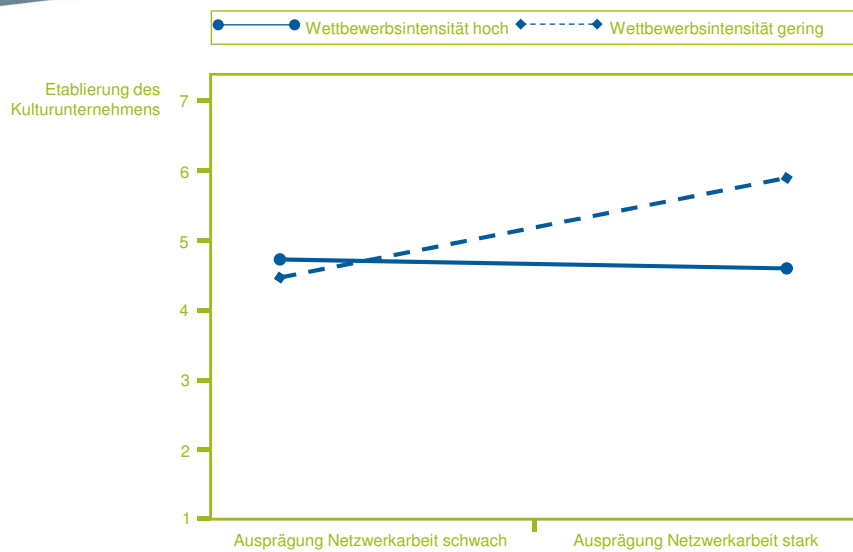
10

Interaktionseffekt Ausprägung der sozialen Netzwerkarbeit bei Kulturunternehmen zu Kulturförderung auf den Erfolg (Etablierung) der Kulturunternehmen



11

Interaktionseffekt Ausprägung der sozialen Netzwerkarbeit bei Kulturunternehmen zu Wettbewerbsintensität auf den Erfolg (Etablierung) der Kulturunternehmen



12

Cultural
Entrepreneurship
Excellence
(Networks*ing)

Entrepreneurial
Finance and
Promotion in
Creative Industries

Relevance of
Ambidexterity in
Creative
Entrepreneurship

Gründungsfinanzierung in der KuKw

Große Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft

KfW 2011; BMWi 2011; Dapp/Ehmer 2011

Bedeutung von Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Fraser 2011; Fleming 2007;
Söndermann et al. 2009; Schleife et al. 2012

Finanzierung von start-ups in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Fleming 2007; Kohn 2009;
Feser/Söndermann 2007;
KfW 2011; creditreform et al. 2011

Quelle: Lengfeld/Konrad 2014

1. MUSIKWIRTSCHAFT
2. BUCHMARKT
3. KUNSTMARKT
4. FILMWIRTSCHAFT
5. RUNDFUNKWIRTSCHAFT
6. MARKT FÜR
DARSTELLEND KÜNSTE
7. DESIGNWIRTSCHAFT
8. ARCHITEKTURMARKT
9. PRESSEMARKT
10. WERBEMARKT
11. SOFTWARE-/
GAMES-INDUSTRIE

- 245.000 Betriebe/Unternehmen
- ca. 1 Mio. Beschäftigte
- 145 Mrd. Euro Wertschöpfung
- ca. 2,0 bis 5,0 % Wachstum

- Gründungsrate (25%)
- Überlebensrate (80%)
- Schwerpunkt
Stadtstaaten/Metropolregionen
- Top: Design, Werbung
und Software & Games Branche

- 67% benötigen
Finanzierungsinstrumente
- Starker Anteil an eigenen Mitteln
und informeller Finanzierung

MUSIKWIRTSCHAFT BUCHMARKT KUNSTMARKT FILM-
WIRTSCHAFT RUNDfunkWIRTSCHAFT MARKT FÜR
DARSTELLEND KUNSTE DESIGNWIRTSCHAFT
HAFT ARCHITEKTURMARKT PRESSEMARKT
RKT WERBEMARKT SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE

Kooperative Promotion
an der TU Berlin



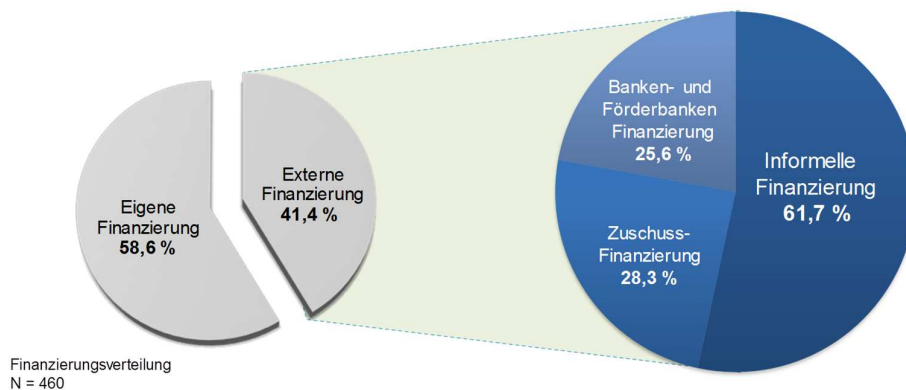
Prof. Dr. Christian Lengfeld



Deskriptive Ergebnisse

Signifikante Unterschiede zu anderen Wirtschaftsbereichen

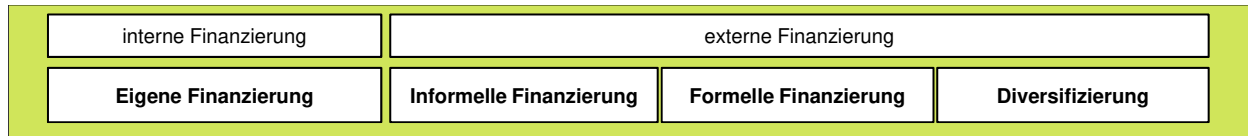
- Informelle Finanzierung als wichtigste externe Finanzierungsquelle
- Geringe Bedeutung für Banken- und Förderbankenfinanzierung
- Beteiligungsfinanzierung und Crowdfunding spielen keine Rolle



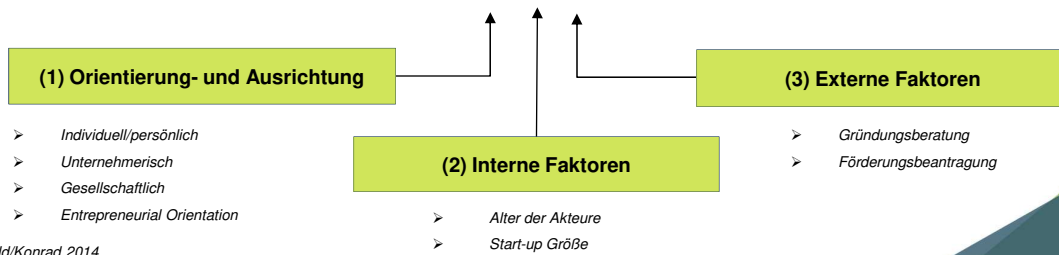
Finanzierungsverteilung
N = 460

Wahl Finanzierungsformen in der KuKw

1. Finanzierungsstruktur von Start-ups



2. Einflussfaktoren auf Basis der Charakteristika von Start-ups der KuKw



Quelle: Lengfeld/Konrad 2014

17

Projekt CE-RLP

Creative Entrepreneurship Rheinland-Pfalz

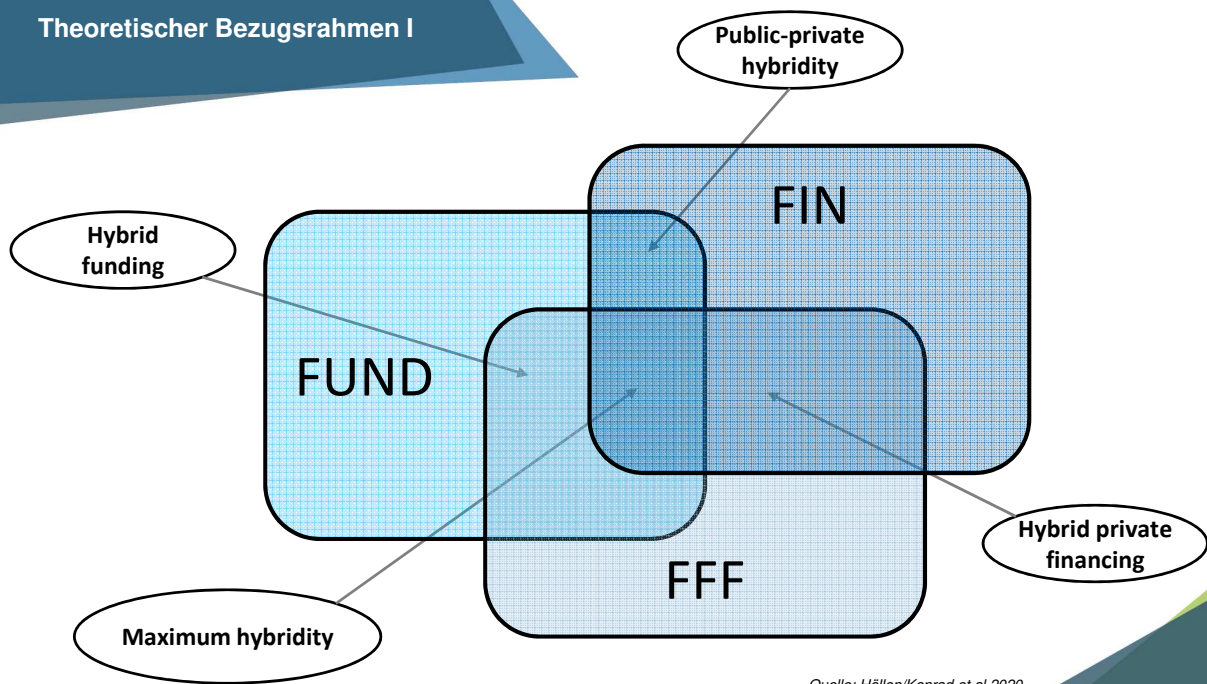
Kooperative Promotion
an der Uni Koblenz



Max Höllen

18

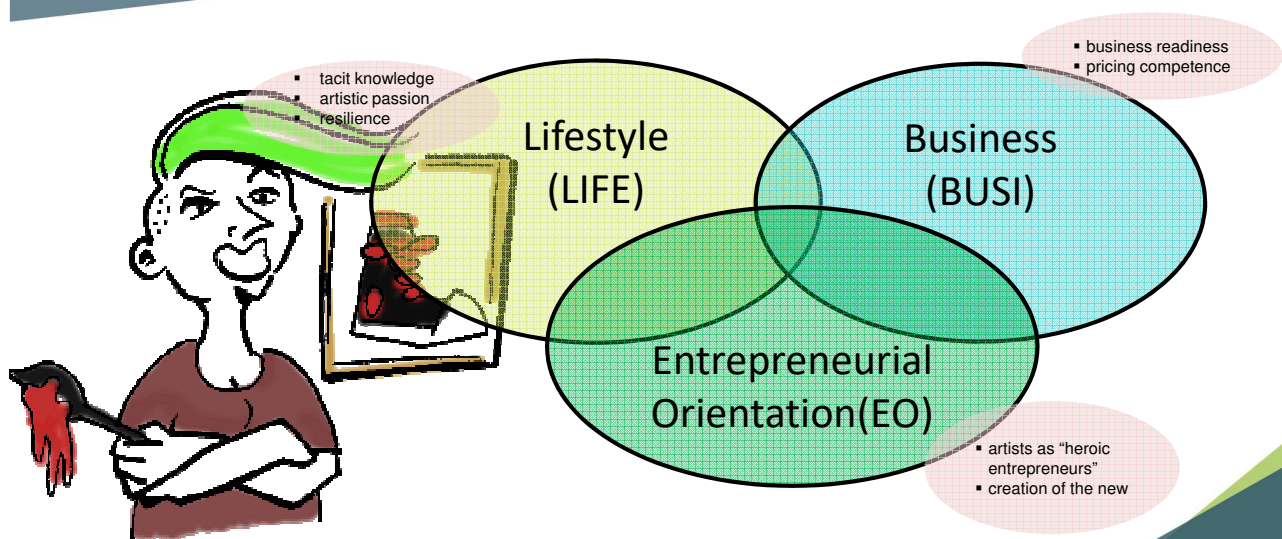
Theoretischer Bezugsrahmen I



Quelle: Höllen/Konrad et al 2020

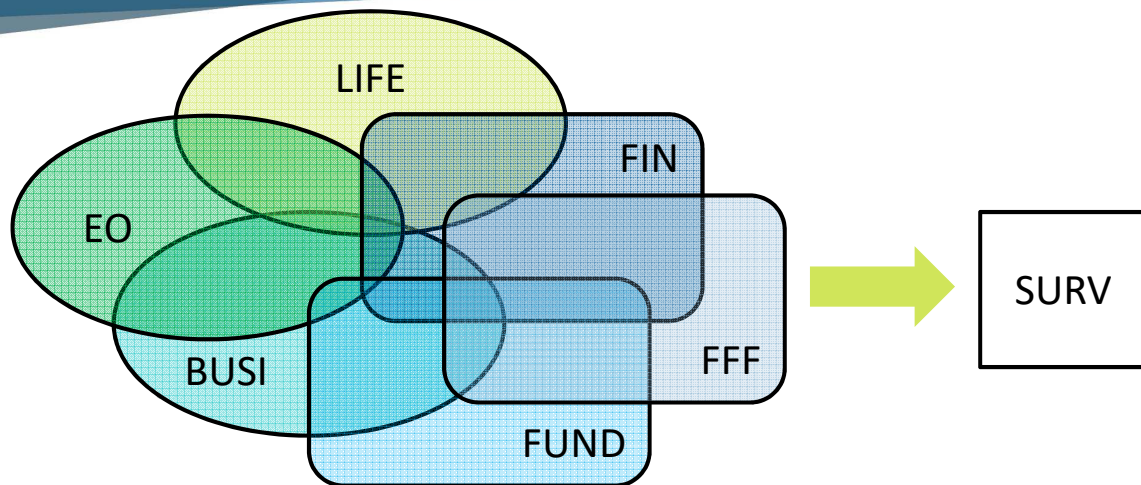
19

Theoretischer Bezugsrahmen II



Quelle: Höllen/Konrad et al 2020

20



1st survey

5 years

2nd survey

Quelle: Höllen/Konrad et al 2020

21

Intermediate solution for „good survival“

	1	2	3
FIN	●	⊗	●
FUND	⊗	●	●
FFF		⊗	⊗
LIFE	⊗		⊗
BUSI	⊗	⊗	●
EO	●	●	●
Consistency	0.799	⊗ = Non-presence of the condition in both solutions	
Coverage	0.219	● = Presence of the condition in both solutions	

Quelle: Höllen/Konrad et al 2020

22

Causal asymmetry: intermediate solution for „no good survival“

	1	2	3	4	5	6
FIN		⊗	●	⊗		●
FUND	⊗	⊗	⊗	●	●	●
FFF	⊗	●	⊗	●	●	●
LIFE	●			●		
BUSI			⊗	⊗	⊗	
EO		⊗	⊗		⊗	⊗
Consistency	0.844	⊗ = Non-presence of the condition				
Coverage	0.473	● = Presence of the condition				

Quelle: Höllen/Konrad et al 2020

23

Forschungsschwerpunkt III

Cultural
Entrepreneurship
Excellence
(Networks*ing)

Entrepreneurial
Finance and
Promotion in
Creative Industries

Relevance of
Ambidexterity in
Creative
Entrepreneurship

24

CREATIVE

Startup Navigator

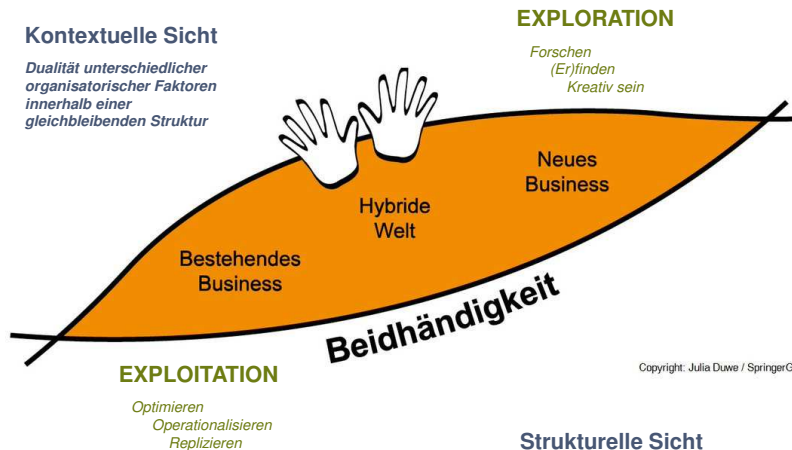
Kooperative Promotion
an der TU Darmstadt



Florian Koch



Einordnung Ambidextrie



Copyright: Julia Duwe / SpringerGabler 2018

Forschungsfragen Ambidextrie

ambidexterity

Structural, sequential, contextual, hybrid, balanced, complementary, individual, simultaneous, bottom-up and bottom-down, small-scale, team-level, ...

e.g. Gibson and Birkinshaw 2004, Cao et al. 2009, Rosing and Zacher 2017

Social capital theory, foundation for exploitative and exploratory knowledge processes; accessing heterogeneous knowledge; discovering novel recombination's of opportunity identification and cross-fertilization of ideas. ambidextrous individuals exhibit specific social skills that build formal and informal relationships.

e.g. Heavey et al. 2015, Lee and Lee 2016, Rogan and Mors 2014, Simon and Teller 2011, Vidgen et al. 2011, Volery et al. 2015

networks

complementary, cooperating, competitive, enriching, synergetic, agentic, structurally predetermined, dynamic, ...

e.g. Hallen et al. 2020, Perry-Smith and Mannucci 2017

critical driver to gain entrepreneurial success; help to overcome the typical barriers in cultural and creative management; access to resources, human capital, enriches the work process; stimulating creativity, cross-pollinating ideas and expanding the problem-solving arsenal

e.g. Kottrand 2013, Radomska and Wolczek 2020, Simsek 2009

creative industries/ entrepreneurship

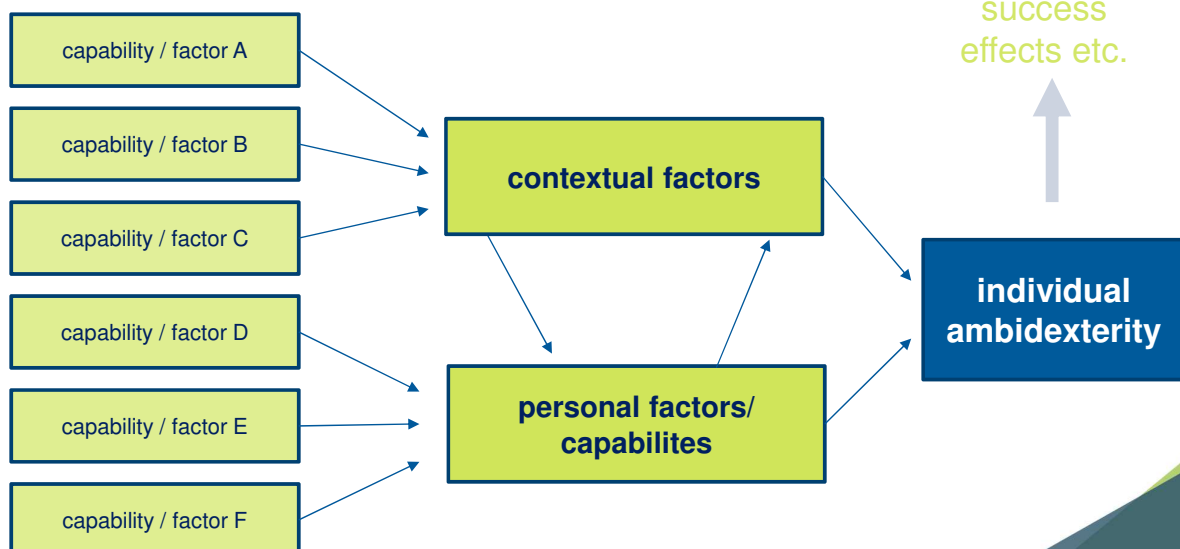
Meaningful, novel, ambivalent, versatile, colorful, strategic, entrepreneurial, artistic, business, risky, sustainable, significant, pioneering, ...

e.g. Innerhofer et al. 2018, Schulte-Holthaus and Kuckerts 2020

Quelle: Koch 2021

27

Bezugsrahmen / Modellentwurf



Quelle: Koch 2021

28



... vielen Dank!



Prof. Dr. Elmar D. Konrad

iuh – Institut für unternehmerisches Handeln
Hochschule Mainz
Lucy-Hillebrand-Str. 2
55128 Mainz
Email: elmar.konrad@hs-mainz.de

www.iuh.hs-mainz.de

www.creative-entrepreneurship.de

www.creative-startup-navigator.de