
Andrea Hausmann · Anne Heinze
(Hrsg.)

Cultural Entrepreneurship – Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

 Springer VS

Inhaltsverzeichnis

Faszination Kultur- und Kreativwirtschaft: Strukturen und Potenziale	1
Florian Knetsch	
Die Trennlinien zwischen E- und U-Kultur auflösen. Kulturwirtschaft in Deutschland. Fakten, Diskurse und Perspektiven des kulturunternehmerischen Schaffens	13
Birgit Mandel	
Kultur unternehmen! Handlungsfelder, Motive und Eigenschaften von Cultural Entrepreneurs	27
Jantje Halberstadt	
Gründungsfinanzierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft	41
Andrea Hausmann, Antonia Liegel und Anne Heinze	
Kreative Ideen vermarkten: Der Weg zum erfolgreichen Selbstmarketing	69
Maria Kräuter	
Social and Cultural Entrepreneurs ausbilden – Möglichkeiten der Förderung des unternehmerischen Denkens und Handelns in sozialen und kulturellen Studiengängen	79
Gesa Birnkraut	
Cultural Entrepreneurship an der Europa-Universität Viadrina in Forschung und Praxis – Ein Überblick	103
Anne Heinze	

In Geschäftsmodellen denken – Kreativ gründen mit dem Business Model Canvas	119
Thorsten Harms	
Netzwerke als Ausdruck innovativer Governance-Arrangements – Praxisformen und Beobachtungen von Kultur- und Kreativunternehmern	131
Bastian Lange	
Intermediäre in kunstbasierten Kooperationen als Cultural Entrepreneurs	151
Berit Sandberg	