

Inhalt

	Vorwort.....	7
1	Einleitung.....	9
1.1	Einführung und Erkenntnisinteresse.....	9
1.2	Forschungsstand und Quellenlage.....	13
1.3	Fragestellung und Vorgehensweise.....	20
1.4	Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für den Vergleich.....	22
2	Aufkommen und Akzeptanz der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	27
2.1	Frühe Formen marktwirtschaftlich orientierter Kultur.....	27
2.2	Abgrenzung von der kommerzialisierten Kultur.....	30
2.3	Annäherung der Kultur an die Wirtschaft und vice versa.....	32
2.4	Anerkennung im Kontext der wissensbasierten Ökonomie.....	36
2.5	Erweiterung um Kreativbranchen und das Konzept der Kreativen Klasse.....	40
3	Begriffsbestimmung und Abgrenzung.....	45
3.1	Privatwirtschaftlicher Kultursektor vs. gesamter Kultursektor.....	45
3.2	Schöpferischer Akt vs. Kreativität.....	49
3.3	Branchenorientierung und Gliederung.....	51
4	Wirtschaftliche Strukturmerkmale und Eckdaten.....	57
4.1	Umsatz.....	57
4.2	Erwerbstätige.....	60
4.3	Unternehmen.....	63
4.4	Export.....	66
5	Creative Industrie in den Niederlanden – Ministerielle Zusammenarbeit an einem gemeinsamen Programm.....	68
5.1	Die Anfänge einer strategischen Orientierung.....	68
5.1.1	Der Vormarsch der Kulturwirtschaft.....	68
5.1.2	Der ‚Schlüsselgebiete-Ansatz‘ der Innovationsplattform.....	73
5.1.3	Das ‚Schlüsselgebiet‘ Creative Industrie.....	77

5.2	Die Kernstrategie des Landes (2005–2013) – im Kontext ministerieller Zusammenarbeit	80
5.2.1	Das Regierungsprogramm <i>Ons creatieve vermogen 2005–2008</i>	84
5.2.2	Das Folgeprogramm <i>De Waarde van Creatie</i> <i>2009–2013</i>	88
5.2.3	Gemeinsame Leitlinien und Projekte.....	92
5.3	Zusammenfassung und Bewertung	96
6	Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein- Westfalen – Eine wirtschaftspolitische Kernstrategie und wichtige flankierende Initiativen	102
6.1	Die Anfänge einer strategischen Orientierung	102
6.1.1	Deutschlandweites Vorbild: Die Kulturwirtschaftsberichte	102
6.1.2	Zwei gemeinsame Vorzeiginitiativen	104
6.1.3	Der regionale Schwerpunkt.....	107
6.2	Die Kernstrategie des Landes (2005–2013) – im Kontext der Kreativen Ökonomie	110
6.2.1	Der Create.NRW-Wettbewerb	114
6.2.2	Das Creative.NRW-Clustermanagement.....	117
6.2.3	Leitlinien und Projekte	120
6.3	Flankierende Initiativen und wichtige Impulse	123
6.3.1	Mittelstandsförderung durch das Wirtschaftsministerium	123
6.3.2	Schwerpunkt der Staatskanzlei im Themenfeld Kreativwirtschaft der RUHR.2010	125
6.4	Zusammenfassung und Bewertung	130
7	Schluss	137
7.1	Zusammenfassender Vergleich und Bewertung.....	137
7.2	Fazit.....	151
8	Anhang.....	155
	Abbildungsverzeichnis	160
	Tabellenverzeichnis.....	161
	Abkürzungen	162
	Literatur.....	164
	Internetlinks.....	179
	Liste der geführten Experteninterviews / Korrespondenz.....	181