

## **Inhalt**

Inhaltsverzeichnis .....	1
Abbildungs-, Tabellen- und Kartenverzeichnis.....	4
Abkürzungsverzeichnis .....	7
Danksagung.....	9
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>13</b>
1.1 Fragestellungen und Zielsetzung der Untersuchung.....	13
1.2 Stand der Forschung über die Film- und Fernsehwirtschaft.....	20
1.3 Inhaltlicher Aufbau der Arbeit.....	25
<b>2 Film- und Fernsehwirtschaft in Deutschland.....</b>	<b>27</b>
2.1 Bedeutung der Gesamtbranche Kultur- und Medienwirtschaft und Abgrenzung der Film- und Fernsehwirtschaft.....	28
2.1.1 Teilsektoren der Kultur- und Medienwirtschaft.....	28
2.1.2 Quantitative Erfassung der Kultur- und Medienwirtschaft .....	31
2.1.3 Content-Produktion in der Film- und Fernsehwirtschaft.....	33
2.2 Standortstruktur der Film- und Fernsehwirtschaft .....	36
2.2.1 Räumliche Verteilung der Film- und Fernsehwirtschaft in Deutschland .....	36
2.2.2 Film- und Fernsehwirtschaft in Nordrhein-Westfalen .....	40
<b>3 Theoretische Erklärungsansätze regionalökonomischer Entwicklung .....</b>	<b>43</b>
3.1 Traditionelle Erklärungsansätze .....	45
3.1.1 Neoklassische Orthodoxie und polarisationstheoretische Gegenorthodoxie .....	45
3.1.2 New Economic Geography .....	48
3.2 Netzwerkbasierte Erklärungsansätze.....	51
3.2.1 New Economic Sociology und Embeddedness.....	54
3.2.2 Kreative Produktionsmilieus.....	55

3.3	Evolutionäre Perspektive.....	62
3.3.1	Evolution und Evolutionsökonomie.....	62
3.3.2	Evolutionäre Regionalökonomie .....	65
3.4	Transfer der theoretischen Überlegungen auf die Untersuchung.....	67
3.4.1	Weiterentwicklung des Ansatzes der Kreativen Milieus.....	67
3.4.2	Ansatzpunkte für die empirische Untersuchung .....	74
<b>4</b>	<b>Determinanten der Content-Produktion .....</b>	<b>79</b>
4.1	Politisch-administrative Regulativa und angebotsorientierter Markteinfluss.....	81
4.1.1	Gesetzliche und medienpolitische Rahmenbedingungen .....	81
4.1.2	Entwicklung und Strukturen des Content-Marktes.....	89
4.2	Nachfrageorientierte Content-Formen .....	106
4.2.1	Formatierung und Serialisierung der Contents .....	106
4.2.2	Typen der Content-Formen .....	110
4.3	Arbeits- und Unternehmensorganisation.....	115
4.3.1	Arbeitsteilung und flexible Spezialisierung.....	115
4.3.2	Unternehmens-, Projekt- und Arbeitsnetzwerke .....	117
4.4	Zusammenfassende Ergebnisse .....	120
<b>5</b>	<b>Methodisches Vorgehen .....</b>	<b>123</b>
5.1	Methodologische Vorbemerkungen .....	125
5.2	Das methodische Konzept der Untersuchung.....	128
5.2.1	Untersuchungsdesign.....	128
5.2.2	Durchführung der Befragungen .....	130
<b>6</b>	<b>Strukturen und Funktionen im Produktionsmilieu der Content-Produktion .....</b>	<b>137</b>
6.1	Institutionelle Dichte und Standortgenese in Köln.....	139
6.1.1	Eingebettete Akteure und ihre Beziehungen .....	139
6.1.2	Entwicklung der Film- und Fernsehstandorte innerhalb Kölns....	149
6.2	Produktionsaufkommen in Köln .....	155

---

6.3	Diversität in den Unternehmensstrukturen in Köln .....	157
6.3.1	Strukturen der Produktionsunternehmen .....	158
6.3.2	Strukturen der Dienstleistungsunternehmen .....	169
6.4	Synopse und Fazit .....	181
<b>7</b>	<b>Kollaboration in der Content-Produktion .....</b>	<b>185</b>
7.1	Interne Strukturen der Kollaboration .....	187
7.1.1	Projektphasen in der Content-Produktion .....	187
7.1.2	Auswahl der Kooperationspartner .....	190
7.2	Externe Strukturen der Kollaboration .....	193
7.2.1	Charakteristika externer Kooperationen .....	193
7.2.2	Reichweiten externer Kooperationen .....	195
7.3	Zusammenfassung und Fazit .....	197
<b>8</b>	<b>Zusammenfassung der Ergebnisse .....</b>	<b>199</b>
	Literatur .....	211
	Anhang .....	233