

Elmar D. Konrad

Kultur-Unternehmer

Kompetenzen - Leistungsbeiträge -
Erfolgswirkungen

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Hans Georg Gemünden

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

| | |
|----------------------------|------|
| Geleitwort...../..... | VE |
| Vorwort...../..... | IX |
| Inhaltsübersicht..... | XI |
| Inhaltsverzeichnis..... | XIII |
| Tabellenverzeichnis..... | XV |
| Abbildungsverzeichnis..... | XVII |

A THEORIE: Kultur-Unternehmer - Ihre Kompetenzen, Verhaltensweisen und Leistungsbeiträge als Einflußfaktoren einer erfolgreichen Entwicklung und Etablierung von Kulturbetrieben

| | |
|---|----------|
| 1. Einführung in die Problemstellung..... | 1 |
| 1.1. Problematisierung und Relevanz des Themas..... | 1 |
| 1.2. Ausgangssituation..... | 2 |
| 1.3. Zielsetzung der Arbeit..... | 5 |
| 1.4. Aufbau der Arbeit..... | 7 |
| 2. Theoretische Grundlagen und Stand der Forschung..... | 9 |
| 2.1. Schwerpunkte der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung im Kulturbereich..... | 9 |
| 2.1.1. Der Kulturbegriff..... | 10 |
| 2.1.2. Bedeutung der Kulturwirtschaft..... | 14 |
| 2.1.3. Entwicklung einer Kulturmanagementtheorie..... | 18 |
| 2.1.4. Zusammenfassung..... | 21 |
| 2.2. Schwerpunkte der Entrepreneurship-Forschung..... | 23 |
| 2.2.1. Der Unternehmerbegriff..... | 28 |
| 2.2.2. Betrachtung der Begriffe Erfolgsfaktor und Erfolgsmaß..... | 29 |
| 2.2.3. Definitionen und Betrachtung wesentlicher Variablenkonzepte..... | 33 |
| 2.2.3.1. Persönliche Eigenschaften des Unternehmers..... | 35 |
| 2.2.3.2. Motivation des Unternehmers..... | 39 |
| 2.2.3.3. Kompetenzen und Fähigkeiten des Unternehmers..... | 43 |
| 2.2.3.4. Netzwerke und Geschäftsbeziehungen - Beziehungsportfolio..... | 46 |
| 2.2.3.5. Prozeßvariablen: Strategische Aktivitäten und unternehmerisches Verhalten..... | 49 |
| 2.2.4. Einflüsse der Umwelt auf die Unternehmensentwicklung..... | 55 |
| 2.2.5. Zusammenfassung..... | 56 |
| 2.3. Synthese: Unternehmertum im Kulturbereich..... | 58 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Theoretischer Bezugsrahmen und Hypothesengenerierung der Untersuchung ... | 61 |
| 3.1. Aufbau des theoretischen Bezugsrahmens..... | 61 |
| 3.2. Begriffliche Klärung der Konstrukte des Bezugsrahmens..... | 63 |
| 3.2.1. Beschreibung des personenbezogenen Bereichs..... | 63 |
| 3.2.1.1. Sozialkompetenz..... | 64 |
| 3.2.1.2. Kulturwissen..... | 67 |
| 3.2.1.3. Betriebswirtschaftliche Kenntnisse..... | 69 |
| 3.2.1.4. Unternehmerische Motivation..... | 70 |
| 3.2.2. Beschreibung des prozeßbezogenen Bereichs..... | 72 |
| 3.2.2.1. Qualität des Beziehungsportfolios..... | 73 |
| 3.2.2.2. Unternehmerischer Leistungsbeitrag des Kultur-Unternehmers als Aktivitätenbündel..... | 76 |
| 3.2.2.3. Beschreibung der unternehmerisch-marktorientierten Organisationskultur des Kulturbetriebs..... | 78 |
| 3.2.3. Beschreibung der Leistungsbeurteilung des Kulturbetriebs..... | 82 |
| 3.3. Hypothesengenerierung der Untersuchung..... | 84 |
| 3.3.1. Erfolgshypothesen: Direkte Einflüsse auf die verschiedenen Erfolgsmaße.... | 84 |
| 3.3.1.1. Erfolgshypothese I: Qualität des persönlichen Beziehungsportfolios des Kultur-Unternehmers..... | 85 |
| 3.3.1.2. Erfolgshypothese II: Unternehmerischer Leistungsbeitrag des Kultur-Unternehmers..... | 87 |
| 3.3.1.3. Erfolgshypothese III: Unternehmerisch-marktorientierte Organisationskultur des Kulturbetriebs..... | 89 |
| 3.3.2. Kontingenzhypothesen: Indirekte Einflüsse auf die verschiedenen Erfolgsmaße..... | 91 |
| 3.3.2.1. Kontingenzhypothesen I-FV: Persönliche Fähigkeiten, Kompetenzen und Motivation - Unternehmerischer Leistungsbeitrag des Kultur-Unternehmers..... | 91 |
| 3.3.2.2. Kontingenzhypothese V: Unternehmerischer Leistungsbeitrag des Kultur-Unternehmers - Qualität des Beziehungsportfolios..... | 96 |
| 3.3.2.3. Kontingenzhypothese VI: Unternehmerischer Leistungsbeitrag des Kultur-Unternehmers - Ausprägung der unternehmerisch-marktorientierten Organisationskultur des Kulturbetriebs..... | 98 |
| 3.4. Ergänzende Überlegungen bezüglich der externen Etablierungsbeurteilung durch Experten..... | 99 |
| 3.5. Zusammenfassung der Hypothesen und des theoretischen Modells der Untersuchung..... | 100 |

B EMPIRIE: Empirische Analyse am Beispiel von Kulturveranstaltungsbetrieben

| | | |
|---|---|-----|
| \ | 1. Methodische Grundlagen der Untersuchung | 105 |
| | 1.1. Aufbau der Erhebungs- und Meßinstrumente..... | 105 |
| i | 1.1.1. Teilstandardisierter Interviewleitfaden für Vertreter der Kulturveranstaltungsbetriebe..... | 106 |
| [| 1.1.2. Vollstandardisierter Interviewleitfaden für externe Experten..... | 109 |
| j | 1.1.3. Anmerkungen einzelner methodischer Aspekte..... | 109 |
| j | 1.2. Pretestphase..... | 111 |
| j | 1.2.1. Teilweise strukturierte Interviewsituation und Leitfadengespräch..... | 111 |
| | 1.2.2. Pretest..... | 112 |
| I | 1.3. Datenerhebung..... | 112 |
| | 1.3.1. Interviewschulung..... | 113 |
| | 1.3.2. Auswahl der Betriebe und Adressenermittlung..... | 113 |
| | 1.3.3. Kontaktaufnahme..... | 114 |
| | 1.3.4. Verlauf der Interviews..... | 115 |
| | 1.3.5. Datenaufbereitung..... | 116 |
| | 1.4. Beschreibung der Untersuchungsstichprobe..... | 116 |
| | 1.4.1. Strukturdaten auf Betriebsebene und Personenebene..... | 117 |
| | 1.4.2. Kennzahlen persönlicher Daten..... | 121 |
| | 2. Empirische Analyse des theoretischen Modells | 123 |
| | 2.1. Messung der Konstrukte und methodische Grundlagen zur Qualität der Messung | 124 |
| | 2.1.1. Reliabilität..... | 124 |
| | 2.1.2. Validität..... | 125 |
| | 2.1.3. Faktorenanalyse..... | 126 |
| | 2.1.4. Regressionsanalyse..... | 127 |
| | 2.2. Operationalisierung der Konstrukte des Bezugsrahmens..... | 127 |
| | 2.2.1. Operationalisierung der verschiedenen Erfolgsmaße als Grad der Leistungsbewertung des Kulturbetriebs..... | 128 |
| | 2.2.2. Operationalisierung der Qualität der persönlichen Fähigkeiten, Kompetenzen und Motivation des Kultur-Unternehmers | 131 |
| | 2.2.3. Operationalisierung des unternehmerischen Leistungsbeitrags des Kultur-Unternehmers..... | 136 |
| | 2.2.4. Operationalisierung der Qualität des Beziehungsportfolios..... | 139 |
| | 2.2.5. Operationalisierung der unternehmerisch-marktorientierten Organisationskultur des Kulturbetriebs..... | 140 |
| | 2.2.6. Ergänzende Operationalisierungen der externen Etablierungsbeurteilung durch Experten..... | 142 |
| | 2.2.7. Zusammenfassende Bewertung der Operationalisierung der Konstrukte, | 144 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 2.3. | Überprüfung des Modells..... | 147 |
| 2.3.1. | Wirkungszusammenhänge zwischen den Konstrukten des Bezugsrahmens..... | 148 |
| 2.3.2. | Weiterführende Analysen bezüglich der externen Etablierungsbeurteilung des Kulturbetriebs durch Experten..... | 156 |
| 2.4. | Zusammenfassung der Befunde..... | 162 |
| 3. | Zusammenfassung und Konsequenzen der Untersuchung..... | 167 |
| 3.1. | Zusammenfassendes Ergebnis der Studie..... | 167 |
| 3.2. | Handlungsempfehlungen für die Praxis..... | 170 |
| 3.2.1. | Konsequenzen für privatwirtschaftliche Kulturbetriebe und Kultur-Unternehmer..... | 170 |
| 3.2.2. | Konsequenzen für die Kulturpolitik..... | 172 |
| 3.3. | Konsequenzen für die Forschung..... | 174 |
| 3.3.1. | Hinweise auf die Entrepreneurship-Forschung..... | 174 |
| 3.3.2. | Bedeutung für die Entwicklung einer Kulturmanagementtheorie..... | 175 |
| | Literaturverzeichnis..... | 177 |