
Inhaltsverzeichnis

1 Die Bedeutung der Kreativwirtschaft für branchenübergreifende Innovationskollaborationen	1
1.1 Definition, Umfang und Typisierung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Gesamtwirtschaft	2
1.2 Widerstreitende Dynamiken in der Kreativwirtschaft.	7
1.3 Geschäftsmodelle innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft	9
1.4 Innovationskollaborationen zwischen Kreativwirtschaft und anderen Sektoren – der Diskussionskontext.	11
1.5 „Cooperation and collaboration is the new black“ – ein neues Paradigma in der Kreativwirtschafts- und Mittelstands-Förderung?	14
Literatur	16
 2 Kreativwirtschaft als Treiber für cross-sektorale Innovationsprozesse	 19
2.1 Neuansätze, Herausforderungen und Innovationsbedarfe zwischen Kreativwirtschaft und Mittelstand.	19
2.2 Open und Cross Innovation.	20
2.3 Innovationsimpulse durch die Kreativwirtschaft für andere Sektoren.	23
2.4 Digitale Innovationen – Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur digitalen Transformation	28

2.5 Herausforderungen des Mittelstands, Innovationen auf den Weg zu bringen	32
Literatur	36
3 Rahmenbedingungen zur Schaffung von Spillover-Effekten aus der Kreativwirtschaft	39
3.1 Spillover-Effekte durch digitale Innovationen – Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur digitalen Transformation	39
3.2 Wie können Spillover-Effekte aus der Kreativwirtschaft andere Sektoren stärken?	43
3.3 Kann man Spillover-Effekte messen?	45
3.4 Die Situation von Innovationsprozessen im Mittelstand: Beispiele aus Thüringen und Sachsen-Anhalt.	48
3.5 Innovationsperspektiven: weg vom Einzelprojekt – hin zum kreativen Ökosystem.	49
Literatur	52
4 Zwischenfazit: Kooperationsformen und Kollaborationsverfahren als Ausweg aus der Innovationskrise?	55
Literatur	60
5 Analysen von Initiativen zur Verbesserung von kooperativen Innovationsprozessen	61
5.1 Formen der Förderung von cross-sektoralen Innovationsprozessen	62
5.2 B2B-Förderung: Thüringen – „KMU-kreativ“	64
5.3 Beispiele etablierter Innovationspartnerschaften	66
5.4 Öffentliche Wettbewerbe: Sachsen-Anhalt – „BESTFORM-Award“	71
5.5 Erfolgsfaktoren und Lerneffekte	76
6 Inspirierende Beispiele zur Förderung von Innovationskollaborationen	79
6.1 Überblick über die Förderlandschaft.	79

6.2	Neue Orte und Räume für Innovationskooperationen. . . .	80
6.3	Instrumente zur Verbesserung von Innovationskollaboration.	85
6.4	Hochschulen als Treiber für Innovationskollaboration. . . .	96
7	Empfehlungen und Hinweise für Innovationskollaborationen	103
7.1	Rahmenbedingung herstellen: Sensibilisierungs- und Anbahnungsphasen.	103
7.2	Kriterien für die Programmentwicklung sowie die Durchführung guter Innovationskollaborationen	105
7.3	Herstellung von Matchings zwischen der Kreativwirtschaft und dem Mittelstand.	110
8	Fazit: Zentrale Erkenntnisse	117
	Literatur	118
	EU Policy Papers	120

Kollaborationen zwischen Kreativwirtschaft und
Mittelstand

Erfolgsfaktoren, Methoden und Instrumente

Lange, B.; Knetsch, F.; Riesenberger, D.

2016, XV, 121 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-11854-9