

# Inhalt

<b>Wovon die Rede sein soll ...</b> . . . . .	9
<b>Vorwort zur dritten Auflage</b> . . . . .	11
<b>1. Braucht Kultur Management?</b> . . . . .	13
1.1 Kultur und Management . . . . .	13
1.1.1 Management . . . . .	14
1.1.2 Der Gegenstand von Kulturmanagement . . . . .	18
1.2 Steuerungsbedarf im Kulturbetrieb . . . . .	21
1.2.1 Autor, Interpret und Rezipient . . . . .	21
1.2.2 Kunst als arbeitsteilig erstelltes Produkt . . . . .	24
1.2.3 Wechselbeziehungen zu Politik und Gesellschaft . . . . .	25
1.3 Die Koordinaten des Kulturmanagements . . . . .	26
1.4 Management in Kommunikationsgemeinschaften . . . . .	27
<b>2. Der Kulturbetrieb</b> . . . . .	30
2.1 Die Künstler . . . . .	32
2.1.1 Der Künstler zwischen Genie und „Banause“ . . . . .	32
2.1.2 Zur Situation des Künstlers im Kulturbetrieb . . . . .	36
2.2 Der öffentliche Kulturbetrieb . . . . .	38
2.2.1 Das kulturelle Handeln der öffentlichen Hand . . . . .	42
2.2.2 Aktuelle Tendenzen und Herausforderungen im öffentlichen Kulturbetrieb . . . . .	51
2.3 Der privatrechtlich-gemeinnützige Kulturbetrieb . . . . .	61
2.3.1 Kulturvereine . . . . .	62
2.3.2 Freie Kulturinitiativen . . . . .	63
2.3.3 Formale Privatisierungen . . . . .	64
2.4 Der privatrechtlich-kommerzielle Kulturbetrieb . . . . .	65
2.5 Verflechtungen im Kulturbetrieb . . . . .	68
2.6 Kunst und Markt . . . . .	72

<b>3. Politische, rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen . . . . .</b>	<b>78</b>
3.1 Kulturpolitik . . . . .	78
3.2 Kultur und Recht . . . . .	85
3.2.1 Kulturverfassungsrecht . . . . .	85
3.2.2 Steuerrecht . . . . .	86
3.2.3 Urheberrecht (einschließlich Verwertungsrechte und Leistungsschutzrechte) . . . . .	88
3.2.4 Künstlersozialversicherung . . . . .	91
3.2.5 Rechts- und Betriebsformen . . . . .	94
3.3 Kultur und Europa . . . . .	100
3.4 Kultur und Wirtschaft . . . . .	104
3.4.1 Kultur als Wirtschaftsfaktor . . . . .	105
3.4.2 Kultur und Kreativwirtschaft . . . . .	109
3.4.3 Kultur als Standort- und Imagefaktor . . . . .	114
3.4.4 Wirtschaft als Kulturfaktor . . . . .	116
<b>4. Schlüsselqualifikationen im Kulturmanagement . . . . .</b>	<b>118</b>
4.1 Initiieren . . . . .	119
4.2 Motivieren . . . . .	121
4.3 Informieren und kommunizieren . . . . .	126
4.4 Entscheiden . . . . .	130
<b>5. Betriebswirtschaftliche Funktionen im Kulturmanagement . . . . .</b>	<b>133</b>
5.1 Planung und Organisation . . . . .	133
5.1.1 Zielsetzung . . . . .	135
5.1.2 Planung . . . . .	137
5.1.3 Organisation . . . . .	141
5.2 Kontrolle/Controlling . . . . .	147
5.3 Kulturmarketing . . . . .	152
5.3.1 Zum Begriff von Marketing und seiner Anwendung im Kulturbetrieb . . . . .	152
5.3.2 Zielsetzung und Marketinganalyse . . . . .	155
5.3.3 Abgrenzung von Zielgruppen . . . . .	161
5.3.4 Marketinginstrumente . . . . .	164
5.3.5 Publikumsorientierung und Publikumsbindung . . . . .	169
5.4 Kulturfinanzierung . . . . .	171
5.4.1 Umsatzerlöse . . . . .	173

5.4.2 Öffentliche Drittmittel (Zuwendungen) . . . . .	175
5.4.3 Private Drittmittel (Fundraising, Sponsoring, Stiftungen) . . . . .	177
5.4.4 Eigenanteil des Trägers . . . . .	181
5.4.5 Kosten- und Finanzierungsplanung . . . . .	182
5.5 Projektmanagement . . . . .	184
5.5.1 Bildung und Strukturierung von Projekten . . . . .	185
5.5.2 Projektsteuerung . . . . .	190
5.5.3 Kosten- und Finanzierungsplanung im Projektmanagement . . . . .	192
5.5.4 Phasen im Projektmanagement . . . . .	194
<b>6. Management für die Kultur . . . . .</b>	<b>197</b>
<b>Nützliche Internetadressen . . . . .</b>	<b>200</b>
<b>Literatur . . . . .</b>	<b>202</b>
<b>Sachregister . . . . .</b>	<b>211</b>