

Inhaltsverzeichnis

Abbildungen und Tabellen.....	17
Abkürzungsverzeichnis	19
Gender-Hinweis	20
1 Einleitung	21
1.1 Aktualität, Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit	21
1.1.1 Aktualität des Themas.....	21
1.1.2 Fragestellung.....	22
1.1.3 Zielsetzung.....	23
1.2 Eingrenzung des Themas und verwendete Begriffe.....	23
1.2.1 Eingrenzung des Themas	23
1.2.2 Verwendete Begriffe.....	24
1.3 Vorgehensweise und Gliederung	28
1.3.1 Vorgehensweise	28
1.3.2 Gliederung	28
2 Die Rahmenbedingungen kulturellen Schaffens in Luxemburg	29
2.1 Kulturpolitik.....	29
2.1.1 Gesetzlicher Rahmen	29
2.1.2 Ausrichtung der Kulturpolitik.....	32
2.1.3 Finanzierung der Kulturpolitik.....	34
2.2 Kulturlinfrastrukturen	34
2.2.1 Öffentlich-rechtliche Strukturen	34
2.2.2 Intermediärer Sektor	35
2.2.3 Privatwirtschaftliche Initiativen.....	35
2.2.4 Festivals	37
2.3 Musikindustrie	37
2.4 Musiker und Musikkonsumenten.....	38
2.4.1 Musiker	38
2.4.2 Kategorisierung der Musiker nach dem Professionalisierungsgrad ..	39

2.4.3	Urheber	44
2.4.4	Musik in luxemburgischer Sprache.....	44
2.4.5	Kulturkonsumenten.....	44
2.5	Aktuelle Situation der Kulturförderung	46
2.5.1	Musikunterricht und Förderung in der Grundschule.....	47
2.5.2	Proberäume für Bands.....	47
2.5.3	Multipistes – das regionale Projekt.....	48
2.5.4	Private Musikschulen.....	48
2.5.5	Wettbewerbe	48
2.5.6	Finanzielle Unterstützung	49
2.5.7	Auswärtige Förderung	49
2.5.8	Exportbüro „music:LX“	49
2.5.9	Kommunikationsmedien.....	51
2.5.10	Kreativwirtschaft	52
3	Empirie: Erfahrungen und Erwartungen aus der Praxis.....	53
3.1	Adressaten.....	54
3.2	Fragebogen.....	54
3.3	Auswertung.....	55
3.3.1	Rücklaufquote.....	55
3.3.2	Antworten	56
3.4	Zwischenfazit zur Expertenbefragung	62
4	Theorie : Ansätze zur Entwicklung eines integrierten Förderkonzeptes für populäre Musik.....	65
4.1	Ansätze aus der Kulturmanagementlehre.....	66
4.1.1	Reflexives Kulturmanagement als Grundgedanke.....	66
4.1.2	Aktivierende Kulturpolitik als Grundausrichtung.....	67
4.1.3	Kulturentwicklungsplanung als Instrumentarium	68
4.1.4	Kulturmanagement als inklusives Steuerungselement.....	68
4.1.5	Kulturfinanzierung mit Diplomatie als Mittel.....	69
4.2	Ansätze aus dem New Public Management	70
4.2.1	Charakteristika des New Public Management	71
4.2.2	Grundprinzip Subsidiarität.....	71
4.2.3	Drei-Sektoren-Modell	71
4.2.4	Kontraktmanagement über Zielvereinbarungen.....	73

4.2.5	Cultural Governance	73
4.2.6	Allgemeine Wirtschaftsförderung und spezifische Kulturförderung	74
4.3	Ansätze aus der Marketinglehre	78
4.3.1	Drei Markteintrittsszenarien	78
4.3.2	Drei Vermarktungsebenen	80
4.3.3	Marketing als integrativer Managementansatz	82
5	Schlussbetrachtungen und Ausblick	91
5.1	Wollen – Wissen – Können – Wagen	91
5.1.1	Wollen	92
5.1.2	Wissen	93
5.1.3	Können	93
5.1.4	Wagen	94
5.2	Koordinieren – Vernetzen	94
5.2.1	Koordinieren	94
5.2.2	Vernetzen	95
5.3	Ausblick	96
6	Literaturverzeichnis	97
6.1	Printmedien	97
6.1.1	Monographien, Bücher und Dissertationen	97
6.1.2	Zeitungen und Magazine	99
6.1.3	Studienbriefe der TU Kaiserslautern	99
6.1.4	Fragebögen	100
6.1.5	Interviews	100
6.1.6	Andere Dokumente	100
6.1.7	Mémorial	101
6.2	Internetquellen	102
7	Anhang	105
Anhang 1	– Profil der Luxemburger Musikindustrie	105
Anhang 2	– Fragebogen	106
Anhang 3	– Liste der befragten Experten	110
Anhang 4	– Liste der geführten Interviews	111
Anhang 5	– Überlegungen und Elemente zur Erarbeitung eines integrierten Förderkonzeptes der populären Musik	111