

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Das Management von Kunst und Kultur</b> .....	1
1.1 Kunst, Kultur und Kulturbetrieb .....	1
1.1.1 Begriffe, Sparten und Typen .....	1
1.1.2 Merkmale und Rahmenbedingungen .....	10
1.1.3 Akteure und Anspruchsgruppen .....	17
1.2 Kunst- und Kulturmanagement .....	20
1.2.1 Begriff und Aufgaben .....	20
1.2.2 Besonderheiten des Managements im Kulturbereich .....	24
<b>2 Das Management von Angebot und Nachfrage:</b>	
<b>Kulturmarketing</b> .....	31
2.1 Begriff, Merkmale und Ziele .....	31
2.2 Informationsbezogene Perspektive des Kulturmarketings .....	38
2.3 Strategische Perspektive des Kulturmarketings .....	42
2.3.1 Ziele .....	42
2.3.2 Strategien .....	47
2.4 Operative bzw. instrumentelle Perspektive des Kulturmarketings .....	52
2.4.1 Der Marketing-Mix im Überblick .....	52
2.4.2 Leistungspolitik .....	54
2.4.3 Preispolitik .....	56
2.4.4 Distributionspolitik .....	59
2.4.5 Kommunikationspolitik .....	61
2.5 Kontrollbezogene Perspektive des Kulturmarketings und Implementierung .....	64

<b>3 Das Management von Mitarbeitenden: Personalmanagement</b> .....	67
3.1 Begriffe und Ziele .....	67
3.2 Besonderheiten im Arbeitsfeld Kultur .....	69
3.3 Ausgewählte Handlungsfelder im Kulturbetrieb .....	75
3.3.1 Personalbedarfsplanung .....	76
3.3.2 Personalbeschaffung .....	78
3.3.3 Personalführung .....	84
3.3.4 Personalentwicklung .....	90
3.3.5 Personalfreisetzung .....	94
<b>4 Das Management finanzieller und sonstiger Mittel:</b>	
<b>Kulturfinanzierung</b> .....	97
4.1 Begriff, Aufgaben und Quellen .....	97
4.2 Finanzierung durch staatliche Träger .....	102
4.3 Eigene Einnahmen .....	108
4.3.1 Umsatzerlöse .....	108
4.3.2 Sonstige betriebliche Erträge .....	111
4.4 Drittmittel .....	112
4.4.1 Öffentliche Drittmittel .....	112
4.4.2 Sponsoring .....	117
4.4.3 Fundraising i. e. S.: Spenden .....	123
4.4.4 Private Stiftungen .....	129
<b>5 Das Management touristischer Märkte und Zielgruppen:</b>	
<b>Kulturtourismus</b> .....	133
5.1 Fakten, Historie und Begriffsbestimmung .....	133
5.2 Kulturtouristische Attraktionen und Zielgruppe .....	140
5.3 Erfolgsfaktor Kooperationen .....	145
5.4 Kulturhauptstädte Europas .....	151
5.5 Potenziale und Risiken im Kulturtourismus .....	156
<b>Literatur</b> .....	163