

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungen und Tabellen.....</b>	<b>17</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>19</b>
<b>Gender-Hinweis .....</b>	<b>20</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>21</b>
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
<b>2 Die Rahmenbedingungen kulturellen Schaffens in Luxemburg .....</b>	<b>29</b>
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 Kulturinfrastrukturen .....	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	Kulturkonsumanten.....	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	<b>Empirie: Erfahrungen und Erwartungen aus der Praxis .....</b>	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	<b>Theorie : Ansätze zur Entwicklung eines integrierten Förderkonzeptes für populäre Musik.....</b>	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
<b>5</b>	<b>Schlussbetrachtungen und Ausblick.....</b>	<b>91</b>
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
<b>6</b>	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>97</b>
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
<b>7</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>105</b>
	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