

Inhalt

Vorwort	7
1 Begriffe und Grundlagen.....	9
1.1 Kultursektor und Kulturwirtschaft	9
1.2 Kulturförderung und Kulturförderung	11
1.2.1 Finanzierungsquellen	12
1.2.2 Eigen- und Fremdkapital	13
2 Public Funding	15
2.1 Grundlagen.....	15
2.1.1 Begründung und Grundsätze staatlicher Kulturförderung	16
2.1.2 Direkte öffentliche Kulturförderung	19
2.1.3 Indirekte öffentliche Kulturförderung	23
2.1.4 Öffentliche Kulturförderung über Mittlerinstitutionen	24
2.2 Kulturförderung durch den Bund	27
2.2.1 Kulturförderung durch Bundesministerien	28
2.2.2 Die Kulturstiftung des Bundes.....	30
2.2.3 Hauptstadtkulturfonds.....	31
2.3 Kulturförderung durch die Länder	33
2.3.1 Grundlagen	34
2.3.2 Kulturförderung der Flächenländer: Die Beispiele Sachsen und Brandenburg	34
2.3.3 Kulturförderung der Stadtstaaten: das Beispiel Berlin	35
2.4 Kulturförderung durch die Kommunen.....	38
2.4.1 Grundlagen	38
2.4.2 Kommunale Kulturpolitik und -förderung.....	39
2.5 Europäische Kulturförderung.....	41
2.5.1 Grundlagen	41
2.5.2 Für Kultur relevante EU-Förderprogramme	42
2.5.3 Kultur 2007–2013	44
3 Private Funding – Fundraising i. w. S.	47
3.1 Begriffe	47
3.2 Sponsoring	49

3.2.1	Grundlagen	49
3.2.2	Kultursponsoring-Statistik	53
3.2.3	Sponsoringmanagement	56
3.3	Fundraising i. e. S.: Spenden & Co.	60
3.3.1	Grundlagen	60
3.3.2	Spendenstatistik	62
3.3.3	Management von Fundraising i. e. S.	64
3.3.4	Instrumente des Fundraisings i. e. S.	67
3.4	Private Stiftungen	77
3.4.1	Grundlagen	77
3.4.2	Operative und fördernde Stiftungen, Antragstellung	80
3.4.3	Bürgerstiftungen	83
3.5	Public-Private Partnerships	85
3.6	Best Practice der privaten Kulturfinanzierung: (Stiftung)	
	Elbphilharmonie Hamburg	91
3.6.1	Die Elbphilharmonie-PPP und die Stiftung als Kofinanzierer	91
3.6.2	Fundraising-Strategie und -Erfolge der Stiftung	93
4	Earned Income – Primäre und sekundäre Betriebseinnahmen	97
4.1	Begriffe	97
4.2	Primary Income	100
4.2.1	Grundlagen	100
4.2.2	Einnahmenerhöhung durch Preispolitik (price)	102
4.2.3	Einnahmenerhöhung durch Kommunikationspolitik (promotion) 104	
4.2.4	Einnahmenerhöhung durch Leistungspolitik (product)	106
4.2.5	Einnahmenerhöhung durch Vertriebspolitik (place)	108
4.3	Secondary Income	109
4.3.1	Merchandising/Licensing	110
4.3.2	Vermietung, Gastronomie und Anzeigenverkauf	116
	Literaturverzeichnis	123