

Inhalt

Vorwort.....	5
1 Das Management von Kunst und Kultur.....	9
1.1 Kunst, Kultur und Kulturbetrieb	9
1.1.1 Begriffe, Sparten und Typen.....	9
1.1.2 Merkmale und Rahmenbedingungen	18
1.1.3 Akteure und Anspruchsgruppen	24
1.2 Kunst- und Kulturmanagement.....	26
1.2.1 Begriff und Aufgaben	26
1.2.2 Besonderheiten des Management im Kulturbereich	31
2 Das Management von Angebot und Nachfrage: Kulturmarketing.....	37
2.1 Begriff, Merkmale und Ziele des Kulturmarketing.....	37
2.2 Informationsbezogene Perspektive des Kulturmarketing.....	43
2.3 Strategische Perspektive des Kulturmarketing.....	45
2.3.1 Ziele	46
2.3.2 Strategien	48
2.4 Operative bzw. instrumentelle Perspektive des Kulturmarketing	51
2.4.1 Der Marketing-Mix und seine Wirkungszusammenhänge.....	51
2.4.2 Leistungspolitik	53
2.4.3 Preispolitik.....	55
2.4.4 Distributionspolitik	57
2.4.5 Kommunikationspolitik	59
2.5 Implementierungsbezogene Perspektive des Kulturmarketing	61
3 Das Management von Mitarbeitern: Personalmanagement.....	65
3.1 Begriff und Ziele des Personalmanagement im Kulturbetrieb	65
3.2 Besonderheiten im Arbeitsfeld „Kunst und Kultur“	67
3.3 Handlungsfelder des Personalmanagement im Kulturbetrieb	70
3.3.1 Personalbedarfsplanung.....	71
3.3.2 Personalbeschaffung.....	72
3.3.3 Personalführung	74
3.3.4 Personalentwicklung.....	77
3.3.5 Personalfreisetzung.....	79

4	Das Management finanzieller und sonstiger Mittel:	
	Kulturfinanzierung.....	83
4.1	Begriff, Aufgaben und Quellen der Kulturfinanzierung	83
4.2	Finanzierung durch staatliche Träger.....	87
4.3	Eigene Einnahmen	91
	4.3.1 Umsatzerlöse	91
	4.3.2 Sonstige betriebliche Erträge	93
4.4	Drittmittel.....	94
	4.4.1 Öffentliche Drittmittel	95
	4.4.2 Sponsoring	97
	4.4.3 Fundraising i.e.S.: Spenden	102
	4.4.4 Private Stiftungen	105
5	Das Management neuer Märkte und Zielgruppen: Kulturtourismus.....	109
5.1	Zahlen, Historie und Begriffsbestimmung.....	109
5.2	Kulturtouristische Attraktionen und Zielgruppen	115
5.3	Erfolgsfaktor „Kooperationen“	119
5.4	Kulturhauptstädte Europas.....	124
5.5	Potenziale und Risiken im Kulturtourismus.....	128
6	Literatur	133