

KULTURMANAGEMENT & KULTURPOLITIK

Die Kunst, Kultur zu ermöglichen

Herausgeber:

Prof. Dr. Friedrich Loock

Dr. Oliver Scheytt

Dr. Josef Raabe Verlag
Fachverlag für Öffentliche Verwaltung
Ein Unternehmen der Klett-Gruppe

RAABE
NACHSCHLAGEN-FINDEN

Inhaltsübersicht

A Kultur und Management

A1 Strukturen und Prozesse im Kulturmanagement

- A 1.1 Allgemeine Grundlagen des Kulturmanagements
Prof. Dr. Peter Bendixen

A 2 Kulturmanagement im internationalen Vergleich

- A 2.1 Kulturwirtschaft
Eine definitorische Annäherung
Prof. Dr. Friedrich Loock

B Kultur und Politik

B 1 Strukturen und Prozesse in der Kulturpolitik

- B 1.1 Strukturen der Kulturpolitik in der Bundesrepublik Deutschland
Olaf Zimmermann, Gabriele Schulz

B 2 Wirtschaft, Gesellschaft und Politik

- B 2.1 Kulturpolitik im Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft
Prof. Dr. Max Fuchs

C Kultur und Recht

C 1 Praxis des Kulturrechts

- C 1.1 Systematik des Kulturrechts
Dr. Oliver Scheytt

C 2 Steuerrechtliche Rahmenbedingungen

- C 2.1 Der Sponsoringerlass in der Diskussion
Die steuerlichen Konsequenzen des Kultursponsorings im Überblick
Malte C. Boecker, LL.M.

C 3 Urheberrecht in der Kulturmanagement-Praxis

- C 3.1 Leistungsschutzrechte der ausübenden Künstler und Tonträgerhersteller
Die Wahrnehmung der Leistungsschutzrechte durch die GVL
Dr. Tilo Gerlach

Inhaltsübersicht

D Planung und Steuerung

D 1 Strategie und Entwicklung

- D 1.1 Strategisches Kulturmanagement
Frühzeitig Potenziale für den Erfolg von morgen schaffen
Prof. Dr. Werner Heinrichs

D 2 Controlling

- D2.1 Controlling m Kulturbetrieb
Eine betriebswirtschaftliche Serviceleistung
Dr. Petra Schneidewind

D 3 Evaluation und Qualitätsmanagement

- D 3.1 Qualitätsmanagement in Kultureinrichtungen
Dr. Oliver Scheytt, Dr. Michael Zimmermann

E Organisation und Personal

E 1 Aufbau- und Ablauforganisation

- E 1.1 Organisation im Kulturbetrieb
Von der freien Wirtschaft lernen
Prof. Dr. Björn Bloching, Felix Hasse

E 2 Organisationsentwicklung

- E 2.1 Ein städtischer Eigenbetrieb als Kulturholding
Am Beispiel der Kulturbetriebe Dortmund
Kurt Eichler, Lothar Welsch

E 3 Mitarbeiterführung

- E 3.1 Coaching im Kulturbereich
Wie Coaching erfolgreich eingesetzt werden kann - dargestellt am Beispiel „Museum“
Dr. Dagmar Kronenberger-Hüjfer

F Finanzierung und Förderung

F1 Finanzmanagement

- F 1.1 Finanzmanagement
Prof. Günter Irmeler

F 2 Öffentliche Kulturförderung

- F 2.1 EU-Förderung für Kulturprojekte
Worauf es bei der Antragstellung ankommt
Sabine Bornemann

F 3 Private Kulturförderung

- F 3.1 Die Kunst des Werbens um Gunst und Geld
Fundraising als Marketingstrategie für Kulturinstitutionen
Prof. Ellen Lissek-Schütz

G Projekt- und Ver-anstaltungsmanagement

G1 Projektmanagement

- G 1.1 Kulturprojekte erfolgreich managen
Sven-Oliver Bemme

G 2 Veranstaltungsmanagement

- G 2.1 Leitfaden für Kulturveranstaltungen
Rechtliche Rahmenbedingungen und Regeln für den Ablauf
Klaus Terbrack

H Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

H1 Informationsmanagement

- H 1.1 Marktforschung für Kulturbetriebe
Dr. Brigitte Clemens-Ziegler

H 2 Marketingkonzepte

- H 2.1 Grundlagen des Kulturmarketing
Das Marketingkonzept für Non-Profit-Kulturbetriebe
Prof. Dr. Armin Klein

H 3 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- H 3.1 Public Relations für Kunst und Kultur
Dr. Birgit Mandel

I Management spezial

I1 Zeit- und Selbstmanagement

- I 1.1 Selbstmanagement im Beruf
Die Kunst, Projekte und Zeit effektiv zu gestalten
Prof. Frank Böhme

I 2 Rhetorik und Präsentation

- 12.1 Mit POWER auf den POINT kommen
Zuschussgeber, Mäzene, Sponsoren erfolgreich überzeugen
Christoph Weber

J Best Practice

J 1 Beispiele aus den Kultursparten

- J 1.1 Literaturnetzwerke
Literaturveranstaltungen effektiv und erfolgreich planen: Ein Leitfaden für Kleinstädte
Sabine Hartmann

J 2 Fallstudien aus dem Ausland

- J 2.1 Rechtliche Verselbstständigung der staatlichen Museen in den Niederlanden
Dr. Steven Engelsman