

Inhaltsverzeichnis

Einführung	7
Kultursoziologischer Bezugsrahmen	21
Gerhard Schulze Warenwelt und Marketing im kulturellen Wandel	23
Albrecht Göschel Verlassene "Strecke" und enttäuschendes "Erlebnis": Kulturelle Perspektiven im vereinten Deutschland	38
Peter Fuchs/Thomas Heinze Kultur und ihr Management	59
I: Wirkungsvolle Strukturen in der Kulturverwaltung	69
Eckart Pankoke Steuerungsmodelle und Lernprozesse aktiver Kulturpolitik und Verwaltung	71
Volker Bandelow Kulturverwaltung in der Entwicklung	88
G. Jan Wolters Organisationsentwicklung als Voraussetzung für Stadtmarketing	100
Klaus Dunker Management und Steuerung in der Kulturverwaltung	107
Bernhard Neugebauer Wirkungsvolle Strukturen im Kultur- bereich (Kulturmanagement)	118
Werner Slaby Das "Hertener Modell"	127

II: Perspektiven kommunaler Kulturarbeit und Kulturpolitik	139
Oliver Scheytt Kommunale Kulturpolitik und die Folgen der Wiedervereinigung	141
Norbert Sievers Perspektiven einer Neuen Kulturpolitik	153
Armin Klein Kulturmanagement als Perspektive in der kulturpolitischen Krise	159
Thomas Heinze/Ursula Krambrock/Christiane Liebald/ Heike Pliquett Professionalisierung kommunaler Kulturarbeit - Bilanz einer Expertenbefragung	175
III: Praxisfelder des Kulturmanagements	233
Michael Bockemühl Warum Kunst? Ästhetik und Sinnstruktur in den Praxisfeldern	235
Ulrich Krempel Kunst und Kunst. Kunst und Markt. Von den Schwierigkeiten der Kunstvermittlung	241
Roswitha Heinze-Prause Das Kunstwerk als künstlerischer Text. Zur strukturalen Analyse ästhetischer Objekte	248
Franz Willnauer "Keine Kunst ist, was durch Zufall seinen Zweck erreicht." Vom Nutzen des kulturellen Managements für den Musikbetrieb	257
Michael Fehr Das Museum und seine Community. Bericht über ein schwieriges Verhältnis am Beispiel des Karl Ernst Osthaus-Museums Hagen	266
Autoren	281