

# Inhalt

<b>Warum dieses Buch</b> .....	<b>9</b>
<b>1 Zeit, dass sich was bewegt</b> .....	<b>15</b>
1.1 Auflösung der traditionellen Systeme der Daseinsvorsorge .....	15
1.2 Der Tod kommt auf leisen Sohlen .....	16
1.3 Die Ungerechtigkeiten herkömmlicher Kulturförderung .....	22
1.4 Die fortschreitende Marginalisierung von Kultur und Kulturpolitik .....	25
1.5 Sparen als Politikersatz .....	27
1.6 Eine tickende Zeitbombe: Baumols Disease .....	28
1.7 Die strukturkonservative Antwort: Kulturstaat Deutschland .....	31
1.8 Was heißt „Kulturstaat“ .....	32
1.9 Strukturkonservatismus oder Wertkonservatismus? .....	38
1.10 Der frische Wind der Innovation .....	39
1.11 In der Ritualfalle .....	40
<b>2 Neustart</b> .....	<b>45</b>
2.1 Wer entwirft die Bilder der Zukunft? .....	45
2.2 Subvention oder Investition – die falsche Fragestellung .....	48
2.3 Kunst und Kultur als meritokratische Güter .....	53
2.4 Den Wandel managen .....	55
2.5 Entfaltung der Betriebsnatur und Entrepreneurship im Kulturbetrieb .....	57
2.6 Kulturorganisationen der Zukunft .....	58
2.7 Neustart: Die Zukunft des öffentlichen Kulturbetriebs .....	61
<b>3 Grundorientierung Zukunft</b> .....	<b>67</b>
3.1 Zielorientierung und Wirkungskontrolle .....	67
3.2 Die Mission: Wo stehen wir? .....	70
3.3 Die Vision: Wohin wollen wir? .....	76
3.4 Externe und interne Analysen: Unter welchen Bedingungen arbeiten wir? .....	79
3.5 Das Strategische Leitbild: Wie erreichen wir unsere Vision? .....	85
3.6 Zielvereinbarungen als zentrales Steuerungsinstrument .....	86
3.7 Zieldimensionen .....	91

<b>4</b>	<b>Konsequente Besucherorientierung</b>	<b>97</b>
4.1	Künstlerische Qualität und Besucherorientierung	98
4.2	Konsequente Besucherorientierung	99
4.3	Die Selbstreferentialität des Sprechtheaters	102
4.4	„Ein Museum ist sehr viel mehr etwas für jemand als über etwas“	105
4.5	Kulturmarketing muss sein – aber welches?	107
4.6	Kulturmarketing in kommerziellen und Non-Profit-Kulturbetrieben	111
4.7	Der Kulturmarketing-Managementprozess	113
4.8	Starke Marken im Kulturbetrieb	115
4.9	Nachhaltigkeit in der Kulturpolitik	119
4.10	Verzicht auf nicht nachhaltig finanzierte Großprojekte	121
4.11	Konsequente Publikumsentwicklung (Audience Development)	124
4.12	Dauerhafte Besucherbindung	126
<b>5</b>	<b>Die lernende Kulturorganisation</b>	<b>129</b>
5.1	Verwaltete Kultur	130
5.2	Scientific Management	133
5.3	Der institutionelle Ansatz	138
5.4	Das Konzept der Organisationskultur	141
5.5	Pathologische Organisationskulturen	143
5.6	Ursachen für kranke Kulturorganisationen	150
5.7	Die lernende Kulturorganisation	155
<b>6</b>	<b>Die Wissens-Mitarbeiter</b>	<b>169</b>
6.1	Der Beitrag jedes Einzelnen	169
6.2	Das Menschenbild der Organisation	171
6.3	Nicht können, nicht dürfen, nicht wollen	176
6.4	Die Führung der Kulturorganisation	178
6.5	Das „beste“ Führungssystem?	186
6.6	Zielvereinbarungen als Führungsinstrument	189
<b>7</b>	<b>Mehrdimensionale Kulturfinanzierung</b>	<b>207</b>
7.1	Die Krise der öffentlichen Kulturfinanzierung	207
7.2	Systematik der Finanzierungsinstrumente	211
7.3	Eigenfinanzierungsanteil 1 (Steigerung der Umsatzerlöse)	212
7.4	Neue Erlösfelder finden	218
7.5	Merchandising und Licensing	219
7.6	Museumshop	221
7.7	Eigenfinanzierungsanteil 2 (Einnahmen aus betriebsnahen Strukturen)	223
7.8	Drittmittel 1 (öffentliche Drittmittel)	226

7.9	Drittmittel 2 (private Drittmittel) .....	230
7.10	Kultursponsoring .....	231
7.11	Stiftungen .....	238
7.12	Mäzenatentum und Spenden .....	241
7.13	Fundraising .....	244
7.14	Zusammenfassung: Mehrdimensionalität der Kulturförderung .....	247
<b>8</b>	<b>Kreative Allianzen .....</b>	<b>249</b>
8.1	Partner Kreativwirtschaft .....	251
8.2	Kulturwirtschaft als Arbeitsmarktfaktor .....	261
8.3	Kreative Cluster im Kontext der Regional- und Stadtentwicklung .....	263
8.4	Partner Kulturtourismus .....	270
8.5	Neue kulturtouristische Angebote .....	276
<b>9</b>	<b>Controlling und Evaluation .....</b>	<b>287</b>
9.1	Wirkungskontrolle und Evaluation .....	287
9.2	Controlling im Kulturbetrieb .....	288
9.3	Evaluation im Kulturbetrieb .....	292
9.4	Wirkungsforschung und Evaluationen im Kulturbetrieb .....	299
9.5	Standards für Evaluationen .....	309
<b>10</b>	<b>Der exzellente Kulturbetrieb .....</b>	<b>319</b>
<b>11</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>323</b>