

Thomas Heinze (Hrsg.)

# Neue Ansätze im Kultur- management

Theorie und Praxis



**VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN**

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Vorwort .....   | 11 |
| <b>Kulturförderung und Kulturfinanzierung</b><br>Peter Bendixen/Thomas Heinze |    |
| 1. Regionale Kulturpolitik als Perspektive .....                              | 15 |
| 2. Die Situation der kommunalen Kulturhaushalte .....                         | 17 |
| 3. Ansatzpunkte für kommunale Unterstützung der Kultur .....                  | 20 |
| 4. Konzepte und Modelle der kommunalen Kulturfinanzierung ...                 | 22 |
| 4.1 Überblick .....   | 22 |
| 4.2 Konzepte zur Stärkung der Eigeneinnahmen .....                            | 23 |
| 4.2.1 Preis- und Programmpolitik .....  | 23 |
| 4.2.2 Sponsoring .....  | 24 |
| 4.2.3 Merchandising .....   | 27 |
| 4.2.4 Verwertung spezifischen Know-Hows .....                                 | 29 |
| 4.3 Konzepte zur Erhöhung der Einnahmen aus Fremdquellen .....                | 29 |
| 4.3.1 Fund Raising .....  | 29 |
| 4.3.2 Challenge Funding .....   | 31 |
| 4.3.3 Kulturgroschen und Kulturlotterien .....                                | 33 |
| 4.3.4 Mäzene und Stiftungen .....   | 34 |
| 4.3.5 PublicPrivatePartnership .....  | 36 |
| 4.3.6 Förder- und Trägervereine .....   | 36 |
| 4.3.7 Ehrenamtliche Tätigkeiten .....   | 37 |
| Literatur .....   | 39 |

# Kulturentwicklungsplanung – Eine Fallstudie:

## „Kultur und Konsens in Rheine“

Thomas Heinze

|  |    |
|--|----|
| Vorbemerkung .....   | 43 |
| 1. Konzeptionelle Überlegungen .....   | 43 |
| 2. Ergebnisse der Experteninterviews .....   | 48 |
| 2.1 Vorbemerkung .....   | 48 |
| 2.2 Expertise zum Kloster/Schloss Bentlage .....   | 49 |
| 2.3 Expertise zu den Stärken und Schwächen der kulturellen<br>Infra- und Angebotsstruktur der Stadt Rheine ..... | 50 |
| 2.4 Kommentierung der Experten .....   | 53 |
| 2.5 Visionen und gemeinsame Zielvorstellungen .....  | 55 |
| 3. Programmanalyse: Stärken und Schwächen .....  | 57 |
| 3.1 Die Angebote der städtischen Kulturverwaltung .....  | 57 |
| 3.2 Das Angebot (des Pächters) der Stadt Rheine .....  | 58 |
| 3.3 Das Programm 2002 im Kloster Bentlage .....  | 58 |
| 4. Auswertung der Befragungen .....  | 61 |
| 4.1 Befragung der Rheiner BürgerInnen .....  | 62 |
| 4.2 Befragung der SchülerInnen .....   | 72 |
| 4.3 Befragung der LehrerInnen .....  | 76 |
| 4.4 Befragung der BesucherInnen des Museums<br>Kloster Bentlage .....  | 77 |
| 5. Zusammenfassung und Handlungsperspektiven .....   | 85 |
| 5.1 Neue Strukturen zur Koordinierung und Vernetzung<br>des Kulturangebots .....                                 | 85 |
| 5.2 Professionalisierung von Kulturmarketing und<br>Öffentlichkeitsarbeit .....                                  | 86 |
| 5.3 Neuausrichtung der Prinzipien der Kulturförderung .....  | 87 |
| 5.4 Verstärkung des kulturtouristischen Potentials .....   | 87 |
| 5.5 Strategische Allianz aller Akteure im Hinblick auf<br>Regionale 2004 .....                                   | 87 |
| Literatur .....  | 88 |

## **Kennzahlen und „best practises“ im Kulturmanagement**

Andrea Hausmann

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1.  | Einführung .....                              | 89  |
| 2.  | Grundlagen des Benchmarking .....             | 90  |
| 2.1 | Begriff und Funktionen des Benchmarking ..... | 90  |
| 2.2 | Teilnehmer des Benchmarking .....             | 92  |
| 2.3 | Objekte des Benchmarking .....                | 94  |
| 2.4 | Phasenmodell des Benchmarking .....           | 98  |
| 3.  | Benchmarking im Kulturmanagement .....        | 102 |
| 3.1 | Möglichkeiten .....                           | 102 |
| 3.2 | Grenzen .....                                 | 103 |
|     | Literatur .....                               | 106 |

## **Qualitätsmanagement im Museum**

Ruth Tschäpe/Stefan Brüggerhoff

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1.  | Was will Qualitätsmanagement .....                              | 107 |
| 2.  | Vorbilder im europäischen Ausland .....                         | 113 |
| 3.  | Human Ressource: die Mitarbeiter .....                          | 116 |
| 3.1 | Kompetenzzuweisungen .....                                      | 117 |
| 3.2 | Kommunikation .....   | 119 |
| 3.3 | Lösungsansätze für ein effektives Miteinander Umgehen .....     | 121 |
| 4.  | Qualitätsmanagement im Deutschen Bergbau-Museum<br>Bochum ..... | 123 |
| 5.  | Zusammenfassung und Ausblick .....                              | 127 |
|     | Literatur .....   | 129 |

## **Coaching als Instrument der Personalentwicklung im Museum**

Dagmar Kronenberger-Hüffer

|    |                                  |     |
|----|----------------------------------|-----|
| 1. | Idee und Entwicklung .....       | 131 |
| 2. | Bedarfsfelder für Coaching ..... | 133 |

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 3.  | Formen des Coaching .....                         | 136 |
| 4.  | Coaching-Techniken .....                          | 140 |
| 5.  | Erfolgsfaktoren, Perspektiven, Grenzen .....      | 142 |
| 5.1 | Erfolgsfaktoren .....                             | 142 |
| 5.2 | Perspektiven .....                                | 143 |
| 5.3 | Grenzen .....                                     | 145 |
| 6.  | Einsatz des Coaching im Museum .....              | 145 |
| 6.1 | Der äußere Gesprächsrahmen .....                  | 149 |
| 6.2 | Die Funktion von Gesprächen im Coaching .....     | 149 |
| 6.3 | Das Handwerkszeug des Coaches in Gesprächen ..... | 151 |
|     | Literatur .....                                   | 154 |

**Welches Wissen produziert Kunst? Kunst als Steuerung von Kommunikation – im Hinblick auf die documenta 11**

|     |   |     |
|-----|---|-----|
|     | Stefan Lüddemann .....  | 155 |
| 1.  | Das geschlossene Kunstsystem: Theaterstück „Tattoo“ als Satire auf den Kunstbetrieb ..... | 158 |
| 2.  | Wie Kunstwerke Wirklichkeit konstruieren: Drei Beispiele .....                            | 163 |
| 2.1 | Kein Fenster zur Welt: Gemälde „o.T.“ von Birgit Pundsack ...                             | 163 |
| 2.2 | Kunst als Rezeptionsgeschichte: Die Rodin-Fotos von von Candida Höfer .....               | 166 |
| 2.3 | Kunst und Globalisierung: Georges Adéagbos Installation „L’explorateur...“ .....          | 172 |
| 3.  | Zwischenbilanz: Wie Kunst die Welt konstruiert.....                                       | 177 |
| 4.  | Kommunikation strukturieren: Kunst und Diskurs .....                                      | 180 |
| 5.  | Kunstkritik als Modellfall einer evaluativen Kunstbetrachtung                             | 185 |
| 6.  | Bilanz: Mit der Kunst für Kommunikation lernen .....                                      | 191 |
|     | Literatur .....   | 193 |

## **Künstlerische Produktion in Theatern – Inszenierungskunst, Organisation und Interaktion**

Oliver Zilcher

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1.  | Einleitung .....   | 199 |
| 2.  | Das Funktionssystem Kunst und die Ausdifferenzierung<br>des Theaters .....                             | 200 |
| 3.  | Konsequenzen für die Organisation künstlerischer Produktion .....                                      | 203 |
| 4.  | Theaterorganisation .....  | 206 |
| 5.  | Wie gelingt es der Organisation Theater, Unsicherheit zu<br>absorbieren? .....                         | 210 |
| 5.1 | Personale Absorption von Unsicherheit: Die Zuweisung von<br>Prominenz und abgeleiteter Autorität ..... | 210 |
| 5.2 | Prozessuale Absorption von Unsicherheit: Interaktion und<br>Kunst .....                                | 214 |
| 6.  | Schluss .....  | 218 |
|     | Literatur .....  | 220 |

## **Ein Netzwerk für Grenzgänger – Selbstmanagement für Kulturwissenschaftler**

|                      |   |     |
|----------------------|---|-----|
| Saskia Reither ..... | 223   |     |
| 1.                   | Berufsfelder freiberuflicher Kulturwissenschaftler .....                        | 224 |
| 2.                   | Vielseitig und flexibel – Das Netzwerk als Unternehmensform .....               | 226 |
| 3.                   | zas: Agentur für Philosophie und Wissenstransfer .....                          | 230 |
| 3.1                  | Ziel und Inhalt .....   | 231 |
| 3.2                  | Planung und Umsetzung .....   | 233 |
| 3.3                  | Zukunftsplanung und kritische Anmerkungen .....                                 | 235 |
| 4.                   | Grenzgänger am Übergang – Maßnahmen zur Intensivierung<br>der Aktivitäten ..... | 237 |
| 4.1                  | Innere Struktur/Management .....  | 238 |
| 4.2                  | Ausbau der Marketingstrategien .....  | 239 |
| 4.2.1                | Marktanalyse und Marktbearbeitung .....   | 240 |

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 4.2.2 | Angebotskonturierung .....                               | 242 |
| 4.2.3 | Systematisierung der PR- und Öffentlichkeitsarbeit ..... | 246 |
| 4.3   | Finanzierung durch längerfristige Kooperationen .....    | 247 |
| 5.    | Netzwerke als Chance für Kulturwissenschaftler? .....    | 248 |
|       | Literatur .....  | 250 |
|       | Autorenspiegel .....                                     | 253 |