Inhaltsverzeichnis

Kurt A. Körber
Vorwort 1

Ouvertüre 3

Ariane Berthoin Antal
Unternehmenskultur: Wenn Management Sinn macht 9

Wilfried Anton
Das Orchester als musisches Zentrum einer Region 17

Ekkehard Bechler
Wirtschaftsfaktor Kultur – Eine überraschende Erkenntnis? 25

Hugo Borger
Anmerkungen zum Museum 43

Dennis Russell Davies
Nachwuchsbedarf – Auch beim Publikum 57

Peter Düwel
Alles für die Kultur: Management – Pädagogik – Verwaltung ... 63

August Everding
Kultursponsoring: Die Grenzen eines Phänomens 69

Gudrun M. Gehrke
Museen und Ausstellungen auf neuen Wegen 75

Dieter Gorny
Das kulturpolitische Stiefkind 83

Hans-Dieter Haenel
Das Management von Verlagen –
In guten wie in schlechten Tagen 89

Claus Harten
Kulturmanager im Wertewandel –
Motivationsmuffel oder Führungskünstler? 99

Werner Hay/Jürgen Stark
Klein-Kunst im großen Deutschland oder:
Ein show-akademischer Dialog 105

Hans Herdlein
Die verspätete Disziplin 113

Hilmar Hoffmann/Dieter Kramer
Kulturmanagement 119

Peter Horton
Mittler zwischen Welten 131

Robin Kähler
Händler oder Handelnder? 139

Manfred Lahnstein
Was uns Kulturmanager bieten können 149

Udo Lindenberg
Gesetze der Unbescheidenheit 157

Werner Lippert
Corporate Collecting – res publica? 163

Friedrich Loock
Kultursponsoring: Ein mißverstandener Mythos? 169

Thomas de Maizière
Kultur: Ein Weg der Identitätsfindung 181

Martin Möller
Kein Privileg für Kultureinrichtungen 189

Franz Müller-Heuser
Kulturmanager aus Begabung 195

Bernd Pachnicke/Christian Ehlers
Basso Continuo und Progression:
Zur Situation des Gewandhauses zu Leipzig nach
dem Herbst 1989 201

Rolf Paulin
Theater muß man erleben, um es zu erlernen 209

Raimund Pingel
Kulturarbeit in strukturschwächeren Regionen:
Das unterschätzte Tätigkeitsfeld? 219

Karl Wilhelm Pohl
Kultursponsoring und die Medien 227

Michael Püttmann
Sponsoring:
Erfolgreiche Symbiose
zwischen Wirtschaft und Gesellschaft? 235

Hermann Rauhe
Kulturmanagement: Beruf oder Berufung? 249

Linda Reisch
Kulturmanagement und Kulturpolitik 259

Manuela Rousseau
Geist schlägt Geld: Eine Inszenierung in drei Akten 263

Peter Ruzicka
Die Chance des Kulturmanagers 271

Lutz Schmidt
Kulturmanagement in den neuen Bundesländern 277

Hans G. Schürmann
Sind Journalisten die heimlichen Kulturpolitiker? 287

Hartmut Schuler
Kultur und Management:
Der Aktionskreis „Unternehmer für Kultur" 295

Rudi Sölch
Kulturauftrag im öffentlich-rechtlichen Fernsehen:
Die gesellschaftspolitische Verantwortung der Kulturmanager ... 303

Thomas M. Stein
Kulturmanagement als geschäftliche Synthese 313

Rolf Sudbrack
Musiker und Agenten 319

Brigitte Torka
Kultur übern Ladentisch 323

Klaus Umbach
Das Wieseln und das Wuseln 329

Alexander Unverzagt
Benötigt Kulturvermittlung den juristisch Vorgebildeten? 335

Andreas Johannes Wiesand
Zwischen Grundkenntnis und Spezialisierung 339

Barthold C. Witte
Auswärtige Kulturpolitik: Ein gesellschaftlicher Auftrag 349

Friedrich Loock
Der Weg der Kultur zum Marketing 357

Das Studium 367

Franz-Otto Hofecker
Kulturbetriebslehre oder:
Was Kunst und Wirtschaft miteinander verbindet 369

Thomas Schäffer
„Kulturmanagement": Ermöglichen, Gestalten, Verantworten ... 375

Tim Wirth
„Kultur-Management" oder „Kulturmanagement"? 379

Autorenverzeichnis 383

Anschriften der Autoren und ausgewählter Institutionen 395

Kommentierte Literaturhinweise 403

Stichwortverzeichnis 405