

Thomas Heinze (Hrsg.)

# Kulturmanagement II

*Konzepte und Strategien*

Westdeutscher Verlag

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	09
<b>1 Peter Bendixen: Der Markt als Regulator kultureller Leistungen</b>	11
1.1 Markt und Kultur	11
1.2 Die Problematik des ökonomischen Marktbegriffs	15
1.3 Marktrelevante Aspekte des Kulturbegriffs	23
1.4 Kultur als Gut, als Ware und als Dienstleistung	26
1.4.1 Kultur als Kommunikationssystem von Werten und Chiffren	26
1.4.2 Was ist eine kulturelle Dienstleistung?	31
1.4.3 Kulturmärkte als gestaltete Netze	36
1.5 Der Trend zum Markt und die öffentliche Kulturförderung	40
<b>2 Thomas Heinze: Kulturmanagement: Eine Annäherung</b>	48
2.1 Kulturmanagement für Non-Profit Unternehmungen	48
2.2 Kommunales Kulturmanagement	57
2.2.1 Wirkungsvolle Strukturen in der Kulturverwaltung	57
2.2.2 Perspektiven einer "neuen" Kulturpolitik	62
2.2.3 Ausblick	65
2.3 Kulturpolitik, Kulturtourismus und Kulturmanagement	66
2.4 Kulturtourismusmarketing: Ein Modell für eine Region (Ruhrgebiet)	70
<b>3 Cordula Lohkamp; Stefanie Maletz: Das marketingpolitische Instrumentarium</b>	76
3.1 Einleitung	76
3.2 Der Prozeß der Marketingplanung	77
3.2.1 Die strategische Marketingplanung	79
3.2.2 Die operative Marketingplanung	81
3.3 Entscheidungshilfen - Modelle zur Generierung von Strategien	82
3.3.1 Die Produkt-Markt-Matrix von Ansoff	82
3.3.2 Geschäftsbereichsstrategien - Strategische Alternativen nach Porter	84
3.4 Die Abgrenzung möglicher Marktsegmente	87
3.5 Unabhängigkeit oder Kooperation	89
3.6 Die Planung des marketingpolitischen Instrumentariums	89
3.6.1 Ein Überblick über absatzpolitische Instrumente	90
3.6.2 Die Gestaltung der Preis- und Entgeltpolitik	93
3.6.3 Die Gestaltung der Leistungs-/Produktpolitik	96
3.6.4 Die Kommunikationspolitik	97
3.7 Schluß	99

<b>4</b>	<b>Thomas Heinze: Kulturmanagement: Ästhetisches Denken und Kritische Theorie</b>	101
4.1	Ästhetisches Denken und Kulturmanagement	101
4.2	Kritische Theorie und Kulturmanagement	106
4.2.1	Kulturindustrie	107
4.2.2	Ausblick	111
<b>5</b>	<b>Thomas Heinze: Kulturmanagement als Vermittlung von Kunst</b>	114
5.1	Das Kunstwerk als Gegenstand philosophischer Hermeneutik	115
5.2	Ästhetische Kommunikation	118
<b>5.3</b>	<b>Roswitha Heinze-Prause; Thomas Heinze: Kunstwissenschaftliche Hermeneutik</b>	121
5.3.1	Die ikonographisch-ikonologische Methode Panofskys	121
5.3.2	Das Verfahren der kunstgeschichtlichen Hermeneutik	128
5.4	Das Kunstwerk als künstlerischer Text. Zur strukturalen Analyse ästhetischer Objekte	139
5.4.1	Kunstwerk und Lebenspraxis	139
5.4.2	Zur Nichtalltäglichkeit des Kunstwerks	140
5.4.3	Zur Konstitution von Bedeutung in künstlerischen Texten	142
5.4.4	Semantische Dimension der Syntax in Sprache und Bildern	142
5.4.5	Das Verfahren einer strukturalen Analyse ästhetischer Objekte	143
<b>5.5</b>	<b>Stefan Lüddemann: Bildanalyse zu Max Beckmanns "Selbstbildnis mit Saxophon"</b>	147
5.5.1	Einleitung	147
5.5.2	Methoden	151
5.5.3	Max Beckmann: "Selbstbildnis mit Saxophon"	159
5.5.4	Zusammenfassende Interpretation	183
<b>6</b>	<b>Thomas Heinze: Organisationsentwicklung als Aktionsforschung</b>	198
6.1	Einleitung	198
6.2	Programmatik von Aktionsforschung	200
6.2.1	Erkenntnisprozeß in einem Herstellungsprozeß	200
6.2.2	Methodologischer Kontext von Aktionsforschung	203
6.3	Ausblick	207
<b>7</b>	<b>Theatermanagement</b>	211
<b>7.1</b>	<b>Bernd Wagner: "Effiziente Theater"? Theaterreform als Strukturveränderung und Sparmöglichkeit</b>	212
7.1.1	Theaterreform und Kulturpolitik	214
7.1.2	Theaterreform als Strukturreform	215
7.1.3	Theaterreform in der Verwaltungsreform	217
7.1.4	Theaterreform und Spielbetrieb	222
<b>7.2</b>	<b>Thomas Heinze: Theater: Tempel der Kunst? Eine empirische (Fall-)Studie zum Selbstverständnis von</b>	

	<b>Theatermachern</b>	224
7.2.1	Gesellschaftliche Funktionen des Theaters	226
7.2.2	Subventionierung	234
7.2.3	Zusammenarbeit und Rationalisierung	237
7.2.4	Schwierigkeiten in der Zusammenarbeit der verschiedenen Bereiche im Theater	240
7.2.5	Veränderung von Theater	242
7.2.6	Veralltäglicung und Profanisierung des Theaters	245
7.2.7	Theateratmosphäre	249
7.2.8	Zur Aufführung von Klassikern	251
7.2.9	Beurteilung experimentieller Spielformen	256
7.2.10	Theater und Publikum	264
7.2.11	Theater und Massenmedien	272
7.2.12	Theaterkritik	278
7.2.13	Ausblick	281
7.3	<b>Uwe Allmann: Controlling für Kulturbetriebe (Theater)</b>	284
7.3.1	Controlling	284
7.3.2	Theatercontrolling:	306
	Funktionsbereichscontrolling	
	Organisation des Theatercontrolling	
	Ausgestaltung des Rechnungswesens	
	Theaterspezifische Kennzahlen	
	Akzeptanz und Einführung des Theatercontrolling	
<b>8</b>	<b>Thomas Heinze: Kommunikationskultur: Leitfaden zur Beobachtung und Analyse von Lehr-/Lernsituationen</b>	326
8.1	Vorwort	326
8.2	Kommunikationstheoretisches Modell	327
8.3	Zur Verwendung des kommunikationstheoretischen Modells	329
8.4	Dimensionen und Kategorien des Leitfadens	332
8.4.1	Dominanz des Lehrenden (Dozenten)	332
8.4.2	Macht des Dozenten	334
8.4.3	Kommunikationsökonomie	335
8.4.4	Problematisierung von Kommunikationsinhalten	340
8.4.5	Komplexität auftauchender Beziehungen und Inhalte	341
8.4.6	Universalität	341
8.5	Zur Evaluation von Lehr-/Lernsituationen	345
8.6	<b>Peter Fuchs: Kommunikation: ein weiteres Modell</b>	349
	<b>Verzeichnis der Autoren</b>	355