

# Inhalt

|   |    |
|---|----|
| <b>Einführung</b> .....   | 7  |
| <b>1. Vom Verwalten zum Unternehmen.</b>  |    |
| <b>Der Strukturwandel des Kultursektors und<br/>    des Kulturmarktes</b> .....   | 11 |
| 1.1 Anbieterstrukturen des Kulturmarktes .....  | 11 |
| 1.2 Vom Global Player bis zum Ein-Personen-Unternehmen –<br>Kulturwirtschaft in Deutschland .....                             | 17 |
| 1.3 Vorreiter der Zukunft von Arbeit: Arbeitsmarkt und<br>Arbeitsverhältnisse im Kultursektor .....                           | 20 |
| 1.4 Kulturelle Kompetenz als gesellschaftliche<br>Schlüsselfunktion. Gründe für das Wachstum<br>neuer Kulturunternehmen ..... | 29 |
| 1.5 Anregende Milieus als Basis für die Entstehung<br>neuer Kulturunternehmen .....   | 31 |
| <b>2. Charakteristika der Neuen Kulturunternehmer</b> .....   | 35 |
| 2.1 Streben nach Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung –<br>Auslöser und Motive für die Unternehmensgründung.....           | 37 |
| 2.2 Nischen, Marktlücken, Innovationen – Betätigungsfelder<br>und Geschäftsideen der Neuen Kulturunternehmen .....            | 39 |
| 2.3 Unternehmer ohne Kapital –<br>der Start in die Selbstständigkeit.....   | 43 |
| 2.4 Small companies – large networks. Vernetzung als<br>Struktur-, Akquise- und Marketingfaktor .....                         | 44 |
| 2.5 Die Unternehmerpersönlichkeit – Ausbildung,<br>Qualifikationen und mentale Voraussetzungen .....                          | 48 |
| 2.6 Das Unternehmen als Lebensprojekt –<br>Verwischen der Grenze zwischen Arbeit und Leben .....                              | 51 |
| 2.7 Verwirklichung von Visionen. Erfolgskriterien und<br>Erfolgsmessung von Kulturunternehmen.....                            | 52 |
| 2.8 Fallstricke und Erfolgsfaktoren .....   | 53 |
| 2.9 Zusammenfassung .....   | 57 |

|   |            |
|---|------------|
| <b>3. Die Neuen Kulturunternehmen als Faktor wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklung und mögliche Konsequenzen für die Politik .....</b>    | <b>59</b>  |
| <b>4. Neue Kulturunternehmen in Deutschland – Zusammenfassung der Ergebnisse einer eigenen empirischen Befragung von 2006 .....</b>                     | <b>65</b>  |
| <b>5. Neue Kulturunternehmer in 10 Porträts .....</b>   | <b>77</b>  |
| → Kulturmanagement.net – ein Branchen-Netzwerk als Unternehmen .....  | 77         |
| → Birnkraut Partner, Hamburg. Management zwischen Wirtschaft und Kultur.....  | 82         |
| → Bewegung in die Kunst und mit Kunst etwas in Bewegung bringen – KULTURPORTALE.de, Leipzig, virtuelle Galerie und kulturelle Unternehmensberatung..... | 86         |
| → Szenario, Hildesheim/Wolfenbüttel – Ausstellungsgestaltung nach Maß in der Hand zweier Kulturpädagoginnen.....  | 89         |
| → szenenmacher & co, Braunschweig – Prozessberatung und theatrale Interventionen.....   | 93         |
| → Ein Leben als Film – Vitascope, Berlin .....  | 96         |
| → audiooffice Hörproduktionen, Berlin – Experten für Zwischentöne .....   | 100        |
| → Die Stadtführungs- und Veranstaltungsagentur STADTMAUS in Regensburg – in acht Geschäftsjahren von der STADTMAUS zu Mice in Motion .....              | 104        |
| → Kulturvermittlung durch Kunst – NEXT Interkulturelle Projekte, Berlin .....   | 109        |
| → Kulturbüro AHB – kulturwissenschaftliche Recherche als Unternehmen .....  | 112        |
| <b>6. Der Weg zum Kulturunternehmer – 20 Empfehlungen .....</b>   | <b>119</b> |
| <b>7. Serviceteil: Literatur und Links zur Selbstständigkeit im Kulturbereich .....</b>   | <b>125</b> |
| Checkliste Businessplan .....   | 125        |
| Checkliste Marketing für Existenzgründer .....  | 127        |
| Links und Literatur zu Existenzgründungshilfen, Förderinstitutionen, Kultur-Fachverbänden .....   | 128        |
| Links zu ausgewählten Neuen Kulturunternehmern .....  | 131        |
| <b>Literatur .....</b>  | <b>139</b> |