

BIRGIT MANDEL

Die neuen Kulturunternehmer

Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien

c

Inhalt

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

3. Die Neuen Kulturunternehmen als Faktor wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklung und mögliche Konsequenzen für die Politik.....	59
4. Neue Kulturunternehmen in Deutschland – Zusammenfassung der Ergebnisse einer eigenen empirischen Befragung von 2006.....	65
5. Neue Kulturunternehmer in 10 Porträts	77
→ Kulturmanagement.net – ein Branchen-Netzwerk als Unternehmen	77
→ Birkkraut 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
6. Der Weg zum Kulturunternehmer – 20 Empfehlungen	119
7. Serviceteil: Literatur und Links zur Selbstständigkeit im Kulturbereich	125
Checkliste Businessplan.....	125
Checkliste Marketing für Existenzgründer	127
Links und Literatur zu Existenzgründungshilfen, Förderinstitutionen, Kultur-Fachverbänden	128
Links zu ausgewählten Neuen Kulturunternehmern	131
Literatur	139