

Inhalt

Einleitung.....	7
1 Der ‚aktivierte‘ Kulturbetrieb – Arbeitsbedingungen.....	13
1.1 Cultural Governance und Gouvernamentalität.....	13
1.2 Kultur- und Kreativwirtschaft	21
1.3 Das Projekt als Leitformat	31
2 Selbstmanagement als Strategie.....	39
2.1 Konzepte des Selbstmanagements.....	39
2.2 Eigenverantwortung in modernen Arbeitsprozessen	58
2.3 Das Leben als Betrieb: Notwendigkeit und Kritik	64
3 Cultural Entrepreneurship/Kulturunternehmer	75
3.1 Entrepreneurship in der Fachliteratur	75
3.2 Unternehmerischer Geist in der Kulturarbeit	80
3.3 Kultur als Unternehmen: Gründungen im kulturellen Sektor.....	88
4 Kunst zwischen Markt und kollaborativer Praxis	97
4.1 Das arbeitspolitische Leitbild ‚Künstler‘	97
4.2 Der Unternehmerekünstler: Selbstvermarktung und Selbstmanagement.....	104
4.3 Gegenpositionen: Selbstorganisation in kollektiven Arbeitsprozessen.....	112
5 Unternehmerischer Geist oder alternative Ökonomien?	125
Literatur	135

Kultur als Unternehmen

Selbstmanagement und unternehmerischer Geist im
Kulturbetrieb

Reither, S.

2012, XI, 131 S. 6 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00525-2