

Inhaltsverzeichnis

Abbildungen und Tabellen.....	17
Abkürzungsverzeichnis	19
Gender-Hinweis	20
1 Einleitung.....	21
1.1 Aktualität, Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit	21
1.1.1 Aktualität des Themas.....	21
1.1.2 Fragestellung.....	22
1.1.3 Zielsetzung.....	23
1.2 Eingrenzung des Themas und verwendete Begriffe.....	23
1.2.1 Eingrenzung des Themas	23
1.2.2 Verwendete Begriffe.....	24
1.3 Vorgehensweise und Gliederung	28
1.3.1 Vorgehensweise	28
1.3.2 Gliederung	28
2 Die Rahmenbedingungen kulturellen Schaffens in Luxemburg	29
2.1 Kulturpolitik.....	29
2.1.1 Gesetzlicher Rahmen	29
2.1.2 Ausrichtung der Kulturpolitik.....	32
2.1.3 Finanzierung der Kulturpolitik.....	34
2.2 Kulturinfrastrukturen	34
2.2.1 Öffentlich-rechtliche Strukturen	34
2.2.2 Intermediärer Sektor	35
2.2.3 Privatwirtschaftliche Initiativen.....	35
2.2.4 Festivals	37
2.3 Musikindustrie	37
2.4 Musiker und Musikkonsumenten.....	38
2.4.1 Musiker.....	38
2.4.2 Kategorisierung der Musiker nach dem Professionalisierungsgrad	39

2.4.3	Urheber	44
2.4.4	Musik in luxemburgischer Sprache.....	44
2.4.5	Kulturkonsumenten.....	44
2.5	Aktuelle Situation der Kulturförderung	46
2.5.1	Musikunterricht und Förderung in der Grundschule.....	47
2.5.2	Proberäume für Bands.....	47
2.5.3	Multipistes – das regionale Projekt.....	48
2.5.4	Private Musikschulen.....	48
2.5.5	Wettbewerbe	48
2.5.6	Finanzielle Unterstützung	49
2.5.7	Auswärtige Förderung	49
2.5.8	Exportbüro „music:LX“	49
2.5.9	Kommunikationsmedien	51
2.5.10	Kreativwirtschaft	52
3	Empirie: Erfahrungen und Erwartungen aus der Praxis.....	53
3.1	Adressaten.....	54
3.2	Fragebogen.....	54
3.3	Auswertung.....	55
3.3.1	Rücklaufquote.....	55
3.3.2	Antworten	56
3.4	Zwischenfazit zur Expertenbefragung	62
4	Theorie : Ansätze zur Entwicklung eines integrierten Förderkonzeptes für populäre Musik.....	65
4.1	Ansätze aus der Kulturmanagementlehre.....	66
4.1.1	Reflexives Kulturmanagement als Grundgedanke	66
4.1.2	Aktivierende Kulturpolitik als Grundausrichtung.....	67
4.1.3	Kulturentwicklungsplanung als Instrumentarium	68
4.1.4	Kulturmanagement als inklusives Steuerungselement	68
4.1.5	Kulturfinanzierung mit Diplomatie als Mittel.....	69
4.2	Ansätze aus dem New Public Management	70
4.2.1	Charakteristika des New Public Management	71
4.2.2	Grundprinzip Subsidiarität.....	71
4.2.3	Drei-Sektoren-Modell.....	71
4.2.4	Kontraktmanagement über Zielvereinbarungen.....	73

4.2.5	Cultural Governance	73
4.2.6	Allgemeine Wirtschaftsförderung und spezifische Kulturförderung	74
4.3	Ansätze aus der Marketinglehre.....	78
4.3.1	Drei Markteintrittsszenarien	78
4.3.2	Drei Vermarktungsebenen	80
4.3.3	Marketing als integrativer Managementansatz	82
5	Schlussbetrachtungen und Ausblick.....	91
5.1	Wollen – Wissen – Können – Wagen	91
5.1.1	Wollen.....	92
5.1.2	Wissen.....	93
5.1.3	Können.....	93
5.1.4	Wagen.....	94
5.2	Koordinieren – Vernetzen	94
5.2.1	Koordinieren	94
5.2.2	Vernetzen.....	95
5.3	Ausblick.....	96
6	Literaturverzeichnis.....	97
6.1	Printmedien.....	97
6.1.1	Monographien, Bücher und Dissertationen.....	97
6.1.2	Zeitungen und Magazine.....	99
6.1.3	Studienbriefe der TU Kaiserslautern.....	99
6.1.4	Fragebögen.....	100
6.1.5	Interviews.....	100
6.1.6	Andere Dokumente	100
6.1.7	Mémorial.....	101
6.2	Internetquellen	102
7	Anhang	105
	Anhang 1 – Profil der Luxemburger Musikindustrie	105
	Anhang 2 – Fragebogen.....	106
	Anhang 3 – Liste der befragten Experten	110
	Anhang 4 – Liste der geführten Interviews.....	111
	Anhang 5 – Überlegungen und Elemente zur Erarbeitung eines integrierten Förderkonzeptes der populären Musik.....	111

Exportgut Kultur

Aktuelle Situation und Perspektiven der populären
Musik

Bellion, T.

2013, XX, 94 S. 15 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00637-2