

Literaturempfehlungen 1/2

Armin Klein (Hrsg.)

Kompendium Kulturmanagement – Handbuch für Studium und Praxis

2. Auflage, 2008, ISBN 978-3-8006-3489-7

„»Der Klein« kann in der Kulturmanagementlehre das werden, was »der Wöhe« den BWLern ist.“ (Peter Vermeulen, Kulturpolitische Mitteilungen, 2004)



Petra Schneidewind

Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement – Ein Handbuch

2006, ISBN 3-89942-546-4

Kultur zu ermöglichen ist die zentrale Aufgabe von Kulturmanagern, sie kümmern sich um die Bereitstellung und Sicherung der notwendigen Ressourcen unter Beachtung der vorhandenen Rahmenbedingungen. Das Handbuch stellt sämtliche betriebswirtschaftliche Funktionen und ihre Rolle im Kulturbetrieb vor, wobei der Schwerpunkt auf dem Rechnungswesen liegt.



Armin Klein

Projektmanagement für Kulturmanager

3. Auflage, 2008, ISBN 978-3-531-15791-7

In Zeiten beschleunigten gesellschaftlichen Wandels lassen sich komplexe Aufgabenstellungen immer weniger mit herkömmlichen Methoden und Mitteln bewältigen. Das Buch stellt die Grundzüge des Projektmanagements im Kulturbereich dar, erläutert die einzelnen Instrumente und verdeutlicht deren Einsatz an zahlreichen Praxisbeispielen.



Armin Klein

Der exzellente Kulturbetrieb

2. Auflage, 2008, ISBN 978-3-531-16113-6

Kultureinrichtungen in Deutschland befinden sich in einer doppelten Krise: einerseits wird die Finanzierung durch Bund, Länder und Kommunen immer unsicherer, andererseits fehlt es an langfristiger strategischer Ausrichtung. Das Buch gibt kompetent und deutlich Antworten auf diese Krisensituation und zeigt Wege für die Zukunft auf.

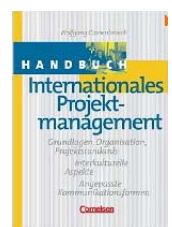


Wolfgang Cronenbroeck

Handbuch – Internationales Projektmanagement

2004, ISBN 3-589-23600-0

Die Teilnahme an internationalen Projekten stellt Projektleiter und –mitarbeiter vor ständig neue Herausforderungen und nicht immer ist der beste Fachspezialist auch der beste Projektleiter. Vor diesem Hintergrund bietet das Handbuch praxisnahe Unterstützung für die Planung und Durchführung internationaler Projekte.

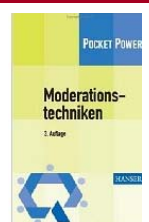


Christian Malorny, Marc Alexander Langner

Moderationstechniken – Werkzeuge für die Teamarbeit

3. Auflage, 2007, ISBN 978-3-446-41232-3

Steigern Sie die Effizienz Ihrer täglichen Besprechungen und Sitzungen durch effektive Moderation! Fördern Sie die Kreativität Ihrer Mitarbeiter durch teamorientierte Diskussionsprozesse. Für alle, die sich rasch einen Überblick über Teamarbeit und Moderation verschaffen wollen.



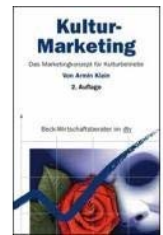
Literaturempfehlungen 2/2

Armin Klein

Kultur-Marketing – Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe

2. Auflage, 2005, ISBN 3-423-50848-5

Das Buch beschreibt anhand vieler praktischer Beispiele Schritt für Schritt ein strategisches Kulturmarketingkonzept, das den Primat der künstlerischen bzw. kulturellen Zielsetzung in den Mittelpunkt stellt. Es richtet sich in erster Linie an Praktiker in Kulturbetrieben, die für ihre Einrichtung ein effizientes Marketingkonzept entwickeln wollen und an Studierende des Fachs Kulturmanagement, die in Zukunft in Kulturbetrieben arbeiten wollen.



Elisa Bortoluzzi Dubach

Stiftungen – Der Leitfaden für Gesuchsteller

2007, ISBN 978-3-7193-1429-3

Das Buch führt die Benutzer in systematisch aufgebauten Kapiteln in die Welt der Stiftungen ein. Die Leser lernen schrittweise, was Stiftungen sind, wie sie arbeiten und welche Rahmenbedingungen zu beachten sind, wenn man erfolgreich, nachhaltig und über Jahre hinweg Stiftungen als Förderer oder gar als Projektpartner gewinnen möchte.



Marita Haibach

Handbuch Fundraising – Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis

2006, ISBN-10: 978-3-593-37934-0

In Zeiten knapper öffentlicher Kassen hängen gemeinnützige Organisationen mehr denn je von der Gunst der Spender ab. Das Handbuch gibt einen detaillierten Überblick über den deutschsprachigen Fundraising-Markt, behandelt wichtige juristische und ethischen Fragen, die sich beim Einwerben privater Fördermittel stellen, beschreibt gängige Fundraising-Methoden und ihre praktische Umsetzung, erklärt wie man potenzielle Großspender findet und als Förderer gewinnt und demonstriert den sinnvollen Einsatz von Internet und E-Mail im Fundraising.



Nicole Fabisch

Fundraising – Spenden, Sponsoring und mehr

2. Auflage 2006, ISBN: 3-423-50859-0

Viele gemeinnützige Organisationen, Vereine oder Institutionen stehen vor neuen Herausforderungen bei ihrer Finanzierung. Der Ratgeber beschreibt Schritt für Schritt, wie es gelingt, durch systematische Planung zusätzliche Mittel zu beschaffen. Dabei bietet das Buch praktische Informationen vom Spendenbrief bis zum Sponsoringkonzept, von Stiftungsgeldern bis zur Bindung von Spendern, Mitgliedern und Ehrenamtlichen. Experteninterviews sowie aktuelle deutsche und amerikanische Trends geben auch erfahrenen Praktikern neue Anregungen.

