

# INHOUDSOPGAVE

---

Over de auteurs .....	9
-----------------------	---

<b>Inleiding</b> .....	25
------------------------	----

*Bruno Verbergt, Annick Schramme*

1. Een handboek over kunst- en cultuurmanagement .....	11
2. Een eigen management voor kunst en cultuur? .....	11
3. De maatschappelijke omgeving van de cultuurmanager: actuele tendensen .....	14
4. Zeven sporen van het cultuurmanagement .....	18
5. Een leeswijzer .....	21

## HOOFDSTUK 1

<b>Cultuur, overheid en beleid</b> .....	25
--	----

*Annick Schramme*

1. Beknopte historiek van het Vlaamse cultuurbeleid .....	25
2. Wat is cultuur? .....	38
3. Wat is beleid? .....	42
4. Bestuurlijke context van het cultuurbeleid in Vlaanderen .....	48
5. Welke rol voor de overheid .....	56
6. Legitimaties van het cultuurbeleid .....	61
7. Beleidsinstrumenten .....	66
8. Meten is weten? .....	80
9. Conclusie .....	86

## HOOFDSTUK 2

<b>Algemeen en strategisch management</b> .....	95
---	----

*Bruno Verbergt*

1. Wat is management? En cultuurmanagement? .....	95
2. De managementcontext .....	110
3. Missies, SWOT-analyses en doelstellingen .....	122
4. Strategisch management .....	135
5. Organisatiemanagement en -ontwerp .....	161
6. Controle en kwaliteitsmanagement .....	183

**HOOFDSTUK 3****Financieel Management** ..... 193*Dirk De Corte*

1. Financieel management van kunst en cultuur: een conceptueel kader ..... 193
2. Budgetteren ..... 207
3. Prijszettingsmechanismen ..... 224
4. Financieringsbronnen ..... 242
5. Fiscaliteit en de kunsten in een internationaal perspectief ..... 252

**HOOFDSTUK 4****Accountancy en rapportering in culturele omgevingen** ..... 271*Rita De Graeve*

1. Algemeen ..... 271
2. Financial Accounting ..... 272
3. Management Accounting ..... 290
4. Overheidscontext ..... 290

**HOOFDSTUK 5****Marketing management** ..... 295*Patrick De Pelsmacker*

1. Marketing voor kunst en cultuur ..... 295
2. Strategische marketingplanning ..... 302
3. Segmenteren, doelgroepen bepalen en positioneren ..... 314
4. De instrumenten van het marketingbeleid ..... 325
5. Marktonderzoek ..... 352
6. Ter afronding ..... 361

**HOOFDSTUK 6****Het duurzaam managen van engagement en talent binnen culturele organisaties.****De meerwaarde van HRM** ..... 365*Peggy De Prins*

1. Duurzaam HRM: de vlag en de lading ..... 365
2. Zin en onzin van duurzaam HRM in de culturele sector ..... 376
3. Engagement- versus retentiemanagement ..... 379

4. Competentie- versus talentmanagement .....	387
5. Besluit .....	393

## HOOFDSTUK 7

<b>Juridische vraagstukken</b> .....	395
--------------------------------------	-----

*Luc Ballon, Daniel Cuypers, Greet Souvereyns, Frederik Swennen*

1. Inleiding (D. Cuypers) .....	395
2. Rechtspersonen (D. Cuypers) .....	396
3. De arbeidsverhouding (D. Cuypers) .....	401
4. Het kunstenaarsstatuut (G. Souvereyns) .....	406
5. Artistieke creatie en de uitvoering ervan (F. Swennen) .....	414
6. Voornaamste contracten (L. Ballon) .....	418
7. Fiscale aspecten (G. Souvereyns) .....	422

## HOOFDSTUK 8

<b>Cultureel ondernemerschap. Balanceren tussen verbeeldingskracht en klinkende munt</b> .....	435
--	-----

*Giep Hagoort*

1. Inleiding .....	435
2. Wat is cultureel ondernemerschap? .....	436
3. Kunst, cultuur en ondernemerschap .....	438
4. Creatieve economie .....	449
5. Toekomst .....	464
6. Epiloog .....	472

Bibliografie .....	475
--------------------	-----

Begrippenlijst .....	493
----------------------	-----

Index .....	507
-------------	-----