

# INHALT

Vorbemerkung zur aktualisierten und erweiterten Ausgabe .....	7
<b>STARTVORTEIL KREATIVITÄT.....</b>	<b>9</b>
<i>Wie ihr lernt, das Marketing zu lieben .....</i>	<b>10</b>
<b>WIE MACHE ICH MICH BEKANNT? .....</b>	<b>17</b>
<i>Von der Kunst, einzigartig zu sein .....</i>	<b>18</b>
<i>Wie ihr in die Zeitung kommt .....</i>	<b>28</b>
<i>Friends, Followers, Fans – .....</i>	<b>49</b>
<i>Werbung in der Netzgemeinde</i>	
<i>Guerilla-Marketing: Straßenkampf .....</i>	<b>78</b>
<i>um Aufmerksamkeit</i>	
<b>WIE FINANZIERE ICH MICH?.....</b>	<b>105</b>
<i>Wo das Geld herkommt ... .....</i>	<b>106</b>
<i>Mäzen*innen, Sponsor*innen – und der Staat.....</i>	<b>112</b>
<i>Segensreiche Förderung: Kunst und Kirche .....</i>	<b>157</b>
<i>Geld, das euch zusteht: Die Verwertungsgesellschaften .....</i>	<b>160</b>
<i>Wie finanziere ich mich digital? .....</i>	<b>165</b>
<i>Crowdfunding: Sammeln für das Projekt .....</i>	<b>165</b>
<i>Crowdfunding: Subventionen für das Lebenswerk .....</i>	<b>184</b>
<b>WIE ÜBERLEBE ICH ALS KÜNSTLERIN?.....</b>	<b>195</b>
<i>Frauen im Kunstbetrieb .....</i>	<b>196</b>
<i>Die Trostpreis-Bewerbung .....</i>	<b>196</b>
<i>Geheimwaffe Solidarität .....</i>	<b>197</b>
<b>WIE ORGANISIERE ICH MICH? .....</b>	<b>213</b>
<i>Last minute panic: .....</i>	<b>214</b>
<i>Die Calvin-und-Hobbes-Regel</i>	
<i>Wie plane ich ein Projekt?.....</i>	<b>217</b>
<i>Die Planungswüste lebt! .....</i>	<b>227</b>
<b>ZUM SCHLUSS: WAS MARKETING (NICHT) KANN .....</b>	<b>229</b>
<b>DANK / NACHWEISE .....</b>	<b>234</b>

