

NEWS

Editorial	1	Neues aus dem Doktorandenkreis.....	6
Kurz berichtet	1	Neu auf dem Markt	7
Drei Fragen an	4	KulturNetz	7
Absolventen-Porträt.....	4	Semester-Vorschau.....	7
Master-Arbeiten	5	Impressum	8

INSTITUT FÜR
KULTUR
MANAGEMENT

LUDWIGSBURG

OKTOBER 2012

EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser,

wer im Kulturbereich zugange ist, dem fehlt es gewöhnlich nicht an Ideen und Projekten, wohl aber am nötigen Geld. Herkömmliche Formen der Finanzierung greifen nicht mehr verlässlich. Die öffentliche Hand, über Jahrzehnte hinweg Basisförderin und erste Ansprechpartnerin für neue Vorhaben in Kunst und Kultur, ist an ihre Grenzen gestoßen. Euro-Krise, Staatsverschuldung und Schuldenbremse zwingen die Akteure zu neuen Finanzierungsstrategien und zu verstärkt eigenverantwortlichem Vorgehen. Die Kulturförderung gehört daher, neben Kulturmarketing und Kulturbetriebssteuerung, zu den drei großen Kompetenzen des Kulturmanagements.

Deshalb startet das Institut für Kulturmanagement im November 2012 mit dem Kompetenzbereich Kulturförderung die dritte Stufe seines neuen Kontaktstudiums. Binnen eines Jahres können sich die Teilnehmer ein Hochschulzertifikat in diesem Bereich erwerben. Dazu bedarf es grundlegender betriebswirtschaftlicher und finanztechnischer Einblicke, aber auch spezifischer Kenntnisse des Finanzierungsmarktes sowie besonderen psychologischen und kommunikativen Einfühlungsvermögens. Die Ausbildung soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, Projekte zu planen und erfolgversprechend zu finanzieren.

Wie das im großen Maßstab gelingt, hat Dr. Christine Litz gerade bewiesen: Sie war die Verantwortliche der Documenta 13 für die Umsetzung aller Künstlerprojekte. Nun ist sie Direktorin im Museum für Neue Kunst in Freiburg. Mit ihrem Vortrag „DOCUMENTA (13). Projektmanagement für die Weltkunstausstellung“ eröffnen wir am Dienstag, 23. Oktober 2012, 18 Uhr, unser Wintersemester. Sie sind herzlich dazu eingeladen.

Ihr



Prof. Dr. Thomas Knubben
Stellvertretender Institutsleiter

KURZ BERICHTET

Das Programmheft des Kontaktstudiums Kulturmanagement für das Jahr 2013 ist da

Seit mehr als 20 Jahren bildet das Kontaktstudium Menschen in künstlerischen und Kulturberufen weiter – mit Erfolg. Um auch in Zukunft daran anknüpfen zu können, wurde das zertifizierte Studium neu strukturiert. Seitdem können die Teilnehmer

zwischen drei Themenschwerpunkten wählen: Kulturmarketing, Kulturbetriebssteuerung, Kulturförderung sowie, als Konstante, Kulturmanagement Allgemein.

Nach dem Start der ersten beiden Schwerpunkte „Kulturmarketing“ im Januar 2012 und „Kulturbetriebssteuerung“ im Mai 2012 beginnen im

KONTAKT | KULTUR
STUDIUM | MANAGEMENT

NEWS

Institut für Kulturmanagement Ludwigsburg
Oktober 2012





Wintersemester 2012/13 die Seminare eines dritten Bereichs für Kulturmanager: die Kulturfinanzierung.

In insgesamt zehn Kompaktveranstaltungen beleuchten die Dozenten Aspekte rund ums bedeutsame Thema Geld. Themen sind unter anderem die Grundlagen der Kulturfinanzierung, Sponsoring und Fundraising, die Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand, die Stiftungsarbeit, die Kapitalbildung, das Projektmanagement oder die Kommunikation im Fundraising. Den Auftakt macht am **23. und 24. November**

das Grundlagenseminar zur Kulturfinanzierung. Das neue Programm für das Jahr 2013 kommt auf Anfrage per Post ins Haus oder kann direkt von der Website heruntergeladen werden (www.kulturmanagement.ph-ludwigsburg/kontaktstudium). Buchungen sind für das restliche Programm 2012 und für 2013 möglich. Außerdem gibt's Informationen zum Kontaktstudium erstmals direkt aufs eigene Smartphone – mit Hilfe eines QR-Codes.



Kontakt:

Dr. Petra Schneidewind
 km-kontaktstudium@ph-ludwigsburg.de

„Kunst ist schön, macht aber viel Arbeit“ Studierende auf Exkursion in München

Öffentliche Kulturförderung trifft auf Mäzenatentum und Privatwirtschaft, kulturelles Erbe auf kreative Szene, kommunale auf auswärtige Kulturpolitik, lokales auf internationales Publikum: In der bayerischen Landeshauptstadt präsentiert sich der Kulturbetrieb von seiner ganzen Vielfalt – ein ideales Ziel für Begegnungen und Gespräche mit Kulturpolitikern und Kulturmanagern.

Zum Abschluss des Sommersemesters brachen die Zweitsemester des Studiengangs „Kulturwissenschaft und Kulturmanagement“ auf, um die Münchner Kulturlandschaft zu erkunden und aktuelle Tendenzen im Kulturbetrieb auszuloten. Auf dem Programm standen Besuche im Kulturreferat, im Haus der Kunst, im Literaturhaus und in der Schauburg, dem Kinder- und Jugendtheater der Stadt München sowie im Goethe Institut, das seinen



Hauptsitz ebenfalls in der bayerischen Metropole hat. Rasch entwickelte sich vor Ort eine Diskussion über die Zukunft des Kulturbetriebs: Wie lassen sich begrenzte Ressourcen bündeln und erfolgreiche

Kooperationen bei der Produktion von Kunst und Kultur gestalten? Welcher Strategien bedarf es, um den Nachwuchs im Kulturpublikum zu sichern?



Und welchen Kulturformaten gehört die Zukunft? Besonders intensiv waren die Begegnungen mit Absolventen des Studiengangs, die erfolgreich den Weg in die Praxis gefunden haben: Heinrich Klein, Haushaltsreferent im Staatstheater am Gärtnerplatz, Christian Tauber, Assistent im Bereich Marketing und Kommunikation bei den Münchner Philharmonikern und Frank Przybilla, Geschäftsführer der Pasinger Fabrik (vgl. den Beitrag „Drei Fragen an ...“). Bereitwillig gewährten sie den Studierenden Einblicke in ihren Berufsalltag und ihren Werdegang. Auch jenseits von Managementfragen gab es zahlreiche künstlerische Höhepunkte: Dazu zählten etwa Verdis „Tosca“ in Münchens kleinstem Opernhaus in der Pasinger Fabrik und das Tanztheaterstück „Intimate Stranger“ in der Schauburg.
 (Fotos: Th. Eckert)

Marketing für Musikautomaten: Eine Projektgruppe erkundet Bruchsal

Marketing für Musikautomaten? Ungewöhnlich, aber wahr! In Bruchsal, einer Stadt unweit von Karlsruhe, befindet sich das deutschlandweit größte Museum für jene Automaten, die mechanische Musikrezeption noch vor der Erfindung der Schall-

platte möglich machten. Die Dauerausstellung des Museums zeigt auf drei Stockwerken über 400 Exponate – doch nach über 25 Jahren ist sie in die Jahre gekommen. Daher wird sie derzeit neu geplant und soll im Herbst 2013 wieder eröffnet werden. Grund genug für zwölf Studierende des Master-Studiengangs „Kulturwissenschaft und Kulturmanagement“, um zwei Semester lang gemeinsam mit

den Museumsmitarbeitern Ideen für ein Marketing-Konzept der neuen Ausstellung zu entwickeln. Mit dem Sommersemester und einer zweitägigen Exkursion nach Bruchsal ging es los: Gespräche mit der Leitung, den Kuratoren und Pädagogen des Museums sowie mit Vertretern des Kulturamts, des örtlichen Tourismusverbandes und des Bruchsaler Stadtmarketings verschafften erste Eindrücke und Material. Es folgten Bestandsaufnahme, Analyse und Strategiefindung.



Dabei zeigte sich bald: Die Datenlage ist nicht lückenlos, auch nicht in Hinblick auf das Publikum. Ein Team aus Studierenden entwickelte daher einen schriftlichen Fragebogen, am 7. September startete eine vierwöchige Befragung im Museum. Ihre Auswertung wird im Wintersemester folgen, ebenso wie die Empfehlung von Maßnahmen und ihre Präsentation in Bruchsal. Eine spannende Sache, und, wie sich schon jetzt zeigt: eine Herausforderung! (Foto: Ch. Dätsch)

Kulturnachrichten direkt aufs Smartphone: Master-Studentinnen gründen ‚LiveQR‘

Das „Teamlabor“ stand Pate: In diesem praxisorientierten Seminar des Master-Studiengangs „Kulturwissenschaft und Kulturmanagement“ erprobten die beiden Erstsemester Laura Geissler und Lisa Lietz im vergangenen Herbst die Gründung eines Kulturbetriebs. Aus ihrer Idee wurde Wirklichkeit: Im Juni gründeten die Studentinnen zusammen dem Digital Media Developer Jochen Färber das StartUp-Unternehmen „LiveQR“. Es konzentriert sich, neben Aufträgen aus dem Stadtmarketing, auf kulturelle Institutionen und ihre Bedürfnisse. Bei „LiveQR“ stehen die



QR-Codes im Mittelpunkt – jene Pixelquadrate, die auf großflächigen Plakaten an Bushaltestellen, in Broschüren oder im Web zu sehen sind. Die Codes werden mit Hilfe eines Smartphones gescannt. Sie führen auf eine Homepage oder zu anderen multimedialen Inhalten und bilden so eine Brücke zwischen der digitalen und der analogen Welt. Geissler und Lietz haben zuvor ein Bachelor-

Studium in „Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation“ an der Hochschule Neu-Ulm abgeschlossen. Eines der ersten Projekte ist ein QR-Code für das Kontaktstudium am Institut, der im Programmheft 2013 zu finden ist. Neugierig geworden? www.liveQR.de (Foto: privat)

„Der Kulturinfarkt“ auf der Shortlist des Deutschen Wirtschaftsbuchpreises

Das Sachbuch „Der Kulturinfarkt“, zu dessen Autoren Prof. Dr. Armin Klein gehört, hat es auf die Shortlist des Deutschen Wirtschaftsbuchpreises 2012 geschafft: Zusammen mit neun weiteren Büchern wurde es von den drei Initiatoren des Preises – der Handelsblatt GmbH, Goldman Sachs und der Frankfurter Buchmesse – für den Titel des besten Wirtschaftsbuches 2012 nominiert. Die Auszeichnung wird am 11. Oktober auf der Frankfurter Buchmesse vergeben.



Neben dem „Kulturinfarkt“ stehen Wirtschaftsbücher aus den Verlagen Hanser, Klett Cotta, Siedler, Blessing, DVA, Campus und Droemer auf der Shortlist. Sie behandeln Themen wie Deutschlands wirtschaftliche Zukunft („Fette Jahre“), das „Gesetz der Krise“, „die Pleite-Republik“, die „Euro Vision“ oder den „Ökofimmel“. Zu den bekanntesten Autoren der Shortlist gehören der Wirtschaftsexperte Bernd Rürup, der Star-Ökonom Tomas Sedlacek und die Wirtschaftsexpertin Susanne Schmidt.

Buchinformation: Dieter Haselbach, Armin Klein, Pius Knüsel, Stephan Opitz :Der Kulturinfarkt. Von allem zu viel und überall das Gleiche – eine Polemik über Kulturpolitik, Kulturstaat, Kultursubvention 19,99 € (ISBN: 978-3-8135-0485-0).

■ DREI FRAGEN AN ...

Frank Przybilla Geschäftsführer der Pasinger Fabrik GmbH in München und Absolvent des Magisteraufbaustudiengangs Kulturmanagement (2001)

Als Geschäftsführer der Pasinger Fabrik GmbH sind Sie für ein soziokulturelles Zentrum tätig. Worin besteht die Herausforderung?

Die Konzeption der Pasinger Fabrik ist einzigartig. Zum einen beherbergt sie einen Kulturbetrieb mit Opern- und Theaterproduktionen, Konzerten und Wechselausstellungen. Zum anderen hat das Sozialreferat München hier einige seiner Einrichtungen untergebracht: die Kinder- und Jugendkulturwerkstatt, die Paritätische Familienstätte „Fabi“, eine Einrichtung der Straßensozialarbeit und zwei Eltern-Kind-Initiativen. Dadurch ist das Haus morgens von Kindern, abends von Veranstaltungsgästen bevölkert. Der Reiz unserer Arbeit liegt darin, dass wir zwischen den verschiedenen Bereichen Brü-



cken schlagen: Kinder werden in speziell konzipierten Aufführungen an klassische Musik und Opern herangeführt. Ausstellungen, Diskussionen, Lesungen oder Filme behandeln gesellschaftlich wichtige Themen wie Obdachlosigkeit, Essstörungen oder Erinnerungskultur. Ich denke, dieser Austausch macht den besonderen Charme der Pasinger Fabrik aus – ganz im Sinne des Begriffs „Kultur für alle“.

Sie beheimaten „Münchens kleinstes Opernhaus“. Was ist anders als bei großen Opernhäusern?

Zunächst einmal der Rahmen: Oper bedeutet in Pasing nicht das abgehobene Zelebrieren von



Hochkultur. Vielmehr bieten wir mitreißendes, unmittelbares und höchst intensives Musiktheater für 150 Gäste. Unsere Zuschauer sitzen zu viert an Bistrotischen und können während der Aufführung essen und trinken. Damit wir die Opern in diesem Rahmen

aufführen können, werden sie in einer eigens für uns erstellten kammermusikalischen Version gespielt. Oft erschließt sich das Werk dem Publikum in dieser Version sogar besser als im klangmächtigen Original. Gesungen wird auf Deutsch, damit alle die Opernhandlung verstehen können. Ein Orchester-Ensemble aus Profimusikern, das schon lange zusammen spielt und eine eigene Klangkultur entwickelt hat, begleitet die Sänger. So geht nichts vom Zauber der Opern verloren!

Welche Aufgaben warten auf die KulturmanagerInnen von morgen?

Eigentlich nur schöne und spannende Aufgaben! „Migration und Kultur“ ist beispielweise ein Thema von morgen. Allein in München ist die Hälfte aller Menschen unter 18 Jahren nicht ausschließlich deutscher Herkunft. Dieser gesellschaftlichen Veränderung muss sich das Kulturangebot stellen. Die Pasinger Fabrik arbeitet schon an Konzepten, und persönlich freue ich mich, dies künftig noch stärker tun zu dürfen.

Die Fragen stellte Yvonne Pröbstle M.A.

(Fotos: privat / Th. Eckert)

■ ABSOLVENTENPORTRÄT

Lena Konermann: Leidenschaft fürs Theater

1989 im Münsterland geboren, lebte ich eine Autostunde von den nächsten nennenswerten Kulturinstitutionen entfernt. Schultheateraufführungen und Lesewettbewerbe waren die Highlights. Nach Praktika im Touristikbüro meiner Heimatstadt sowie im Pressebüro des Kreises und nach der Teilnahme

an einem F.A.Z.-Projekt wollte ich zunächst Journalistin werden.

Während meines B.A.-Studiums der Medien- und Kulturwissenschaft entdeckte ich jedoch meine Leidenschaft für das Theater: Nach praktischen Erfahrungen beim Forum Freies Theater Düsseldorf und beim Schauspiel Köln wandte ich mich vom Journalismus ab und dem Theater zu. Mit meinem ganzen beruflichen Einsatz wollte ich diese Kunst-

sparte unterstützen. Die Kombination der Fächer Kulturwissenschaft und Kulturmanagement im Ludwigsburger Masterstudiengang sowie das enge Verhältnis von Theorie und Praxis schienen mir für mein Berufsziel genau das Richtige.

Und wirklich erweiterte das Masterstudium meinen Blick für die Berufswelt – besonders wichtig waren dafür praxisorientierte Seminare wie Besucherbindung und Eigenpublikationen, das IP-Programm in Bulgarien und ein Dramaturgie-Praktikum im Staatstheater Stuttgart. Die Kulturdiskurse am Institut zeigten mir, dass es im Kulturbereich viel Verbesserungspotenzial gibt, und dass unsere Leidenschaft, gepaart mit managerialen Kenntnissen, viel verändern kann.

In meiner Masterarbeit beschäftigte ich mich mit der „Untersuchung der Motive jugendlicher Nicht-Besucher im Bereich der Darstellenden Künste“.



Unterstützt vom Staatstheater Karlsruhe führte ich Qualitative Gruppendiskussionen mit einer Gruppe von Hauptschülern durch. Die Ergebnisse der Studie

flossen direkt in die Vorbereitung auf meine erste Stelle ein: Seit dem 22. August 2012 bin ich Mitarbeiterin für Besuchermarketing im Pfalztheater Kaiserslautern. Das Haus ist mit eigenen Ensembles in den Sparten Ballett, Oper, Konzert und Schauspiel das zweitgrößte Haus der Pfalz, und so habe ich viel zu tun: Newsletter, Kooperationen, Theaterfest, Abo-Flyer ...

Wichtig scheint mir das Bewusstsein, dass Mitarbeiterzufriedenheit und interne Kommunikation zum Erfolg eines Betriebes beitragen. Diese Erkenntnis habe ich in Ludwigsburg vermittelt bekommen!

(Foto: privat)

Kontakt: l.konermann@pfalztheater.bv-pfalz.de

■ MASTER-ARBEITEN

Thomas Meyer: Die Rolle der Software/Games-Industrie in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ökonomische, kulturpolitische sowie kunst- und kulturwissenschaftliche Perspektiven

Das Spielen von Games hat sich zur Kulturtechnik für Menschen aller Altersgruppen und sozialer Schichten entwickelt. Nach einem weiten Kulturbegriff, der die Kultur als die Gesamtheit aller Sitten, Bräuche und Lebensweisen versteht, ist die kulturelle Bedeutung von Videospiele nicht zu leugnen. Bestimmte Computerspielwerke haben bereits Eingang in das Kunstsystem gefunden.

Dennoch hat sich ausgerechnet an Computerspielen die vielleicht heftigste Kontroverse der Kulturpolitik in den vergangenen Jahren entzündet. In ihrem ersten Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht aus dem Jahr 2009 weist die Bundesregierung der Software/Games-Industrie eine hervorgehobene Rolle zu. Zugleich wurde mit der Aufnahme der Software/Games-Industrie in die Kultur- und Kreativwirtschaft die Diskussion entfacht, inwieweit Computerspiele Kulturgüter darstellen, die unter dem Schutz der Kunstfreiheit stehen und förderungswürdig sind. Die Masterarbeit versucht zu klären, welche wirtschaftliche Rolle der Gamesbranche in Abgrenzung zur restlichen Software-Industrie zukommt. Sie fragt nach der Relevanz von Computerspielen in Kunst und Kultur und untersucht, wie und in welchem Umfang die Kulturpolitik auf die kulturelle Bedeutung von Computerspielen – sofern sie denn besteht – in der Praxis einght.

Dabei kann die Arbeit zeigen, dass die Gamesbranche, bezogen auf die wirtschaftlichen Kenn-



zahlen, eine nachrangige Stellung innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft einnimmt. Während die Software-/Games-Industrie als kompletter Teilmarkt annähernd ein Drittel aller Arbeitnehmer beschäftigt und ein Fünftel der Umsätze generiert, spielt die Games-

branche mit fünf bis zehn Prozent der Umsätze, der Beschäftigten und der Unternehmen innerhalb der Software-/Games-Industrie eine eher marginale Rolle. Trotz hoher Wachstumsraten im Bereich der Online-Games ist Deutschland in Bezug auf die Computerspielentwicklung eher ein ‚Dritte-Welt-Land‘.

Die deutsche Kulturpolitik reagiert auf die wachsende Bedeutung von Computerspielen für Kunst und Kultur mit Förderprogrammen auf der Ebene des Bundes, der Länder und der Kommunen. Sie setzt sich für die Kunstfreiheit des Mediums ein. Nichtsdestotrotz wird die wirtschaftliche Entwicklung der Branche durch die gewählte Förderpolitik auch eingeschränkt. Denn im Gegensatz zur Filmförderung wird der wirtschaftliche Aspekt bei dieser Förderung vernachlässigt, was den deutschen Markt daran hindert, wettbewerbsfähig zu werden. Länder wie Frankreich und Kanada liefern erfolgreiche Beispiele, wie Gamesförderung funktionieren kann, ohne dass ein Interessenskonflikt zwischen kulturpolitischen und wirtschaftspolitischen Zielen entsteht.

(Foto: privat)

Kontakt: thomas.sebastian.meyer@googlemail.com

NEUES AUS DEM DOKTORANDENKREIS

Doktorarbeit von Gerda Ridler: Privat gesammelt – öffentlich präsentiert

Im deutschsprachigen Raum sind Kunstmuseen traditionell Einrichtungen der öffentlichen Hand. Seit den 1990er-Jahren lässt sich jedoch eine Gegenbewegung erkennen: Immer mehr private Sammlerinnen und Sammler treten mit eigenen und privat finanzierten Museen und Kunsträumen an die Öffentlichkeit.

Diese Beobachtung hat Gerda Ridler zum Gegenstand einer umfassenden Studie gemacht. In ihrer Dissertation untersucht sie erstmals Gründungsmotive und Zielsetzungen privater Kunstinitiativen. Wissenschaftlich fundiert und differenziert erläutert sie deren Erfolgsfaktoren im Vergleich zu öffentlichen Museen. Theoretische Grundlage ihrer Untersuchung bildet dabei die Frage, wie Erfolg in Kunsteinrichtungen gemessen werden kann. Hier wird ein aktuelles



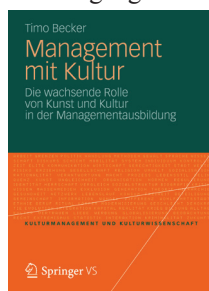
kulturmanageriales und kunstwissenschaftliches Thema aufgegriffen, zu dem es aus wissenschaftlicher Perspektive bislang nur punktuelle Forschungsbemühungen gibt.

Anhand einer umfangreichen theoretischen Vorstudie, zu der auch ein historischer Rückblick auf privates Kunstsammeln seit der Renaissance gehört, und einer qualitativen Erhebung in Form von zehn Leitfaden-Interviews mit international renommierten Sammlerinnen und Sammlern werden die vielgestaltigen Erscheinungsformen öffentlicher Privatsammlungen und ihre Wirkung in der zeitgenössischen Museumskultur dargestellt.

Buchinformation: Gerda Ridler: Privat gesammelt – öffentlich präsentiert. Über den Erfolg eines neuen musealen Trends bei Kunstsammlungen, Transcript Verlag, Bielefeld 2012, 39,80 € (ISBN: 978-3-8376-2227-0).

Dissertation von Timo Becker: Management mit Kultur

Management ist eine Kulturwissenschaft mit starken Wurzeln in der Soziologie. Die Managementausbildung trägt diesem Umstand nicht hinreichend Rechnung und fokussiert zu sehr auf ökonomische Aspekte. Dabei wird das, was Management wirklich ist, aus den Augen verloren, nämlich ein kultivierender Umgang mit Organisationen.



Timo Becker fasst die aktuelle Kritik an den Inhalten und Methoden der Managementausbildung zusammen und fragt: Welche Ansätze gibt es in der Managementliteratur, Aspekte aus Kunst und Kultur zu integrieren? Antworten findet er gleich in mehreren Kategorien:

So gibt es die multiperspektivische Sicht auf Organisationen und ihre metaphorische Beschreibung mit einem Vokabular, das der Ästhetik entlehnt ist; außerdem existiert das Rollenmodell, das für Manager und Künstler eine alternative Rollenwahrnehmung vorsieht. Hinzu kommen alternative Formen der Vermittlung von Managementwissen und, viertens, die Kunst als Elementarschule von Pluralität im Kontext von Wahrnehmung und Realitätskonstruktion. Insgesamt geht es um einen breiteren Fokus, der mit dem Begriff der Kultur erklärt werden kann. Aus Management und Kultur wird Management mit Kultur: ein kultiviertes und kultivierendes Management, das einen reflektierten Umgang mit Irrationalität, Ungewissheit und Mehrdeutigkeit pflegt.

Buchinformation: Timo Becker: Management mit Kultur. Der Einfluss von Kunst und Kultur auf die Managementausbildung, Springer VS Verlag, Wiesbaden 2012 (noch nicht erschienen).

Termine aus dem Doktoranden-Kreis im Wintersemester 2012/13:

14. November 2012, 15h00,
Senatssaal (nur für Hochschulmitglieder)
Disputation von Markus Lutz:
*Einflussfaktoren der Besucherbindung in
öffentlichen Opernhäusern.*

*Theoretische Grundlagen, empirische Untersuchungen
und praktische Implikationen*
Betreuer: Prof. Dr. Armin Klein

■ NEU AUF DEM MARKT

Controlling im Kulturmanagement

Die Zukunft der Kulturbetriebe wird durch viele Veränderungsprozesse geprägt sein. Relevante Rahmenbedingungen verändern sich, und kulturelle Einrichtungen müssen sich anpassen. Im Zuge dieser Entwicklungen wandeln sich auch betriebliche Informationssysteme; die betriebswirtschaftliche Servicefunktion Controlling kann sich in diesem Kontext in den Kulturbetrieben fest etablieren. Wie Kulturbetriebe sich ein funktionsfähiges, wirkungsvolles Informationssystem aufbauen können, ist Gegenstand dieses von Dr. Petra Schneidewind verfassten Bandes.

Der Band, herausgegeben in der von Prof. Dr. Andrea Hausmann konzipierten Schriftenreihe zum Kulturmanagement, ist Ende September im VS-Verlag erschienen.

Buchinformation: Petra Schneidewind: Controlling im Kulturmanagement: Eine Einführung. Wiesbaden: Vahlen, 2012, 19,95 € ISBN-Nr. 978-3-531-17711-3.



■ KULTURNETZ

Neues aus dem Netzwerk Kulturnetz e.V.

Seit dem 1. September 2012 hat der Alumni-Verein Kulturnetz e.V. eine neue Geschäftsführerin: Carla Bergen. Die 25-jährige Master-Studentin hat einen Bachelor-Abschluss als Kultur- und Medienpädagogin. Neben ihrem Studium ist sie aktive Sängerin beim SLK Pop Ensemble und Trainerin der Voltgießer beim RUF Böblingen. Für alle Fragen rund um das Kulturnetz steht sie unter info@kulturnetz.net oder 0151/56148909 zur Verfügung.

Termine:

Der nächste Termin der Veranstaltungsreihe „Talk im Netz“ findet am *16. Oktober 2012* um 18 Uhr im Literaturhaus Stuttgart statt.

Am *4. Dezember* lädt das Kulturnetz um 19 Uhr zur Mitgliederversammlung ein. Da in diesem Jahr laut Satzung Neuwahlen anstehen, bitten wir, sich den Termin vorzumerken.



■ SEMESTERVORSCHAU

Vorlesungsangebot im Vollzeit-Masterstudiengang Kulturwissenschaft und Kulturmanagement im Wintersemester 2012/13

Montag:

Teamlabor Kulturbetrieb

Yvonne Pröbstle M.A. / Dr. Petra Schneidewind

Musikwissenschaft I:

Bach, Haydn, Mozart und ihre Zeit

Prof. Dr. Hartmut Flechsig

Betriebswirtschaftliche Grundlagen für den Kulturbetrieb

Dr. Petra Schneidewind

Methoden empirischer Kulturforschung

Yvonne Pröbstle M.A.

Grundlagen des Personalmanagements

Prof. Dr. Helmut Hopp

IT und Datenmanagement

Andreas Schönrock M.A.

Dienstag:

Kulturbetrieb allgemein

Prof. Dr. Thomas Knubben

Literaturwissenschaft I:

Die ästhetische Erfindung der Moderne

Dr. Christiane Dätsch

Grundlagen der Kulturfinanzierung

Prof. Dr. Thomas Knubben

Grundlagen konzeptioneller Öffentlichkeitsarbeit

Dr. Christiane Dätsch

Mittwoch:**Vertragsrecht**

Isabella König-Dreher

Kulturtheorie der Neuzeit

Prof. Dr. Armin Klein

Grundlagen der Kulturpolitik

Prof. Dr. Armin Klein

Grundlagen des Kulturmarketing

Prof. Dr. Armin Klein

Presse- und Medienarbeit

Dr. Christiane Dätsch

Kompaktseminare:**Einführung in das Studium**

Schloss Kapfenburg

Wissenschaftliches Arbeiten

Dr. Christiane Dätsch

Ehrenamtliche im Kulturbereich

Yvonne Pröbstle M.A.

Projektmanagement

Prof. Dr. Armin Klein / Andreas Schönrock M.A.

Moderation und Präsentation

Jan-Thorsten Kohrs

Tagesexkursion**Kultur vor Ort: Darmstadt**

Dr. Petra Schneidewind

Museumsbetrieb

Prof. Dr. Ludger Hünnekens

Zielvereinbarung und Evaluation

Nora Wegner M.A.

Einführung in SPSS

Andreas Schönrock M.A.

Kultursponsoring

Prof. Dr. Thomas Knubben

Diskurs im Kulturbetrieb I**Projekt:****Elemente einer Marketingkonzeption für das Deutsche Musikautomaten-Museum im Schloss Bruchsal**

Dr. Christiane Dätsch

Projekt: Social Media

Prof. Dr. Armin Klein

Impressum:Herausgegeben vom Institut für Kulturmanagement
an der Pädagogischen Hochschule LudwigsburgVerantwortlich für den redaktionellen Inhalt:
Dr. Christiane Dätsch

Pädagogische Hochschule Ludwigsburg

Reuteallee 46

71634 Ludwigsburg

Telefon: 07141/140-411

www.kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de

E-Mail: kulturmanagement@ph-ludwigsburg.de