

# NEWS

Editorial .....	1	Master-Arbeiten .....	5
Kurz berichtet .....	1	Neues aus dem Doktorandenkreis	6
Drei Fragen an .....	4	KulturNetz .....	7
Absolventenporträt .....	5	Semestervorschau .....	7

INSTITUT FÜR  
KULTUR  
MANAGEMENT

LUDWIGSBURG

Oktober 2013

## EDITORIAL

### *Liebe Leserin, lieber Leser,*

*die Welt – ein globales Dorf? Als Marshall McLuhan 1962, also vor ziemlich genau 50 Jahren, das Wort vom „global village“ prägte, konnten sich die wenigsten eine konkrete Vorstellung davon machen, was das denn bedeuten mag. Mit dem Wohnwagen nach Italien, das galt schon als Inbegriff von Traumreise und schöner weiter Welt. Mittlerweile haben sich die Maßstäbe verschoben. Viele der Bewerber und vor allem Bewerberinnen für ein Master-Studium am Institut für Kulturmanagement haben nach dem Abitur erst einmal die Koffer gepackt, um sich die Welt anzuschauen. Mit Work and Travel, als Au-pair oder über die verschiedenen Freiwilligendienste steuerten sie Ziele zumeist in Übersee an. Und wer da noch nicht das Weiße suchte, der nutzte für gewöhnlich das Bachelor-Studium für ein Auslandssemester.*

*Die Welt im großen Ganzen wie im kleinen Feinen ist also zum allgemeinen Bezugsrahmen geworden. Das spiegelt sich auch im Institut für Kulturmanagement Ludwigsburg und in diesem Newsletter wider. Er schildert die Erfahrungen beim Lehren an der Theaterakademie von Shanghai, berichtet von einer neuen Kooperation mit dem Goethe-Institut und der Exkursion der Master-Studierenden nach Paris. Anlass dafür war der 50. Jahrestag des Elysée-Vertrages, der durch die Rede von Charles de Gaulle „an die deutsche Jugend“ im Ludwigsburger Schloss wesentlich vorbereitet worden war.*

*Der Newsletter spinnt das internationale Netzwerk auch in den gewohnten Rubriken weiter. Er richtet drei Fragen an den Absolventen Christoph Bader, der als Kulturmanager in der Schweiz tätig ist, porträtiert die Absolventin Ines Neff im Institut Pierre Werner in Luxemburg und stellt die Master-Arbeit von Franz Ambelang zum Titel des UNESCO-Weltkulturerbes vor.*

*Die Welt also tatsächlich ein globales Dorf? Es sieht danach aus. Und wir dürfen uns mitten drin fühlen.*

Ihr 

Prof. Dr. Thomas Knubben  
Stellvertretender Institutsleiter

## KURZ BERICHTET

### **Kulturmanagement in Shanghai: Prof. Dr. Klein an der Theatre Academy**

Kulturmanagement in Shanghai? Eine Einladung des Vizekanzlers der Shanghai Theatre Academy (STA), Prof. Dr. Huang Changyong, machte es möglich. Im Juni 2013 unterrichtete Prof. Dr. Armin Klein zwei Wochen lang die Mitarbeiter und Studenten der STA im Fach Kulturmanagement. Der Kon-

takt kam durch den früheren Generalsekretär des Goethe-Instituts, Prof. Dr. Hans-Georg Knopp, zu Stande.

Nach Vorlesungen zu den Grundlagen des Kulturmanagements, zu Projektmanagement, Kulturmarketing und Kulturfinanzierung am Vormittag arbeiteten die Studenten am Nachmittag an drei konkreten Projekten: einer geplanten Bauhaus-Ausstellung des neu eröffneten Himalaya-Museums, einem Theater-



festival und einer brasilianisch-chinesischen Kulturwoche. Nach einer je 15-minütigen Präsentation der Projekte erhielten

alle Teilnehmer ein Zertifikat. Die 1945 gegründete STA konzentriert sich seit 70 Jahren auf die praktische Theaterausbildung und die Geschichte und Theorie des Theaters. Sie wird vom chinesischen Kulturministerium und der Stadt Shanghai getragen und hat rund 2500 Studierende und 1000 Auszubildende in zwei praktischen Studiengängen. Die STA gehört zu den besten Kunsthochschulen Chinas und engagiert sich bei großen nationalen Vorhaben wie der Eröffnungs- und Schlusszeremonie der Olympischen Spiele in Peking 2008 oder bei der EXPO 2010 in Shanghai.  
(Foto: privat)

### Exkursion nach Paris: Kulturmanagement international

Vor 50 Jahren unterzeichneten Deutschland und Frankreich den Elysée-Vertrag. Das 50-jährige Bestehen dieses Vertrages war dem Institut für Kulturmanagement Auslöser und Anlass, seine Sommerexkursion 2013 nach Paris zu unternehmen. Fünf Tage lang reisten 25 Master-Studierende in die Stadt an der Seine, wo sie Kulturschaffende, Wissenschaftler und Kulturmanager beider Nationalitäten trafen (Leitung: Prof. Dr. Thomas Knubben, Dr. Christiane Dätsch). Gespräche in der Fondation Charles de Gaulle, der Friedrich-Ebert-Stiftung, der Deutschen Botschaft, dem Deutschen Forum für Kunstgeschichte und im Goethe-Institut gaben einen Eindruck davon, welche Auswirkungen die Vereinbarungen des Elysée-Vertrages im Laufe der vergangenen 50 Jahre hatten und wie sie bis heute fortwirken.



Doch nicht nur bilaterale, auch internationale Beziehungen spielen eine große Rolle. Besuche im „Musée de

l'immigration“ und im „Musée du Quai Branly“ zeigten, wie das Nachbarland Weltkultur einerseits vor dem Hintergrund seiner Kolonialgeschichte, andererseits vor einem modernen Kunstverständnis vermittelt. Ein Treffen in der UNESCO rückte die Konvention zum Schutz des immateriellen Kulturerbes ins Zentrum der Aufmerksamkeit, das Traditionen und Lebensweisen umfasst.



Alternative, freie Kultur boten das Théâtre du Soleil und das Kulturzentrum CentQuatre. In touristischer Hinsicht darf auch eine Weltinstitution wie der Louvre nicht fehlen – schon gar nicht, wenn sie die Sonderausstellung „De l'Allemagne“ zum deutsch-französischen Verhältnis zeigt. Die Exkursion wurde vom Alumniverein KulturNetz unterstützt, dem herzlich gedankt sei.  
(Fotos: Verena Gantner)

### Mit Goethe in einem Boot: Neue internationale Partnerschaft

Das Goethe-Institut ist die weltweit tätige Kulturinstitution der Bundesrepublik Deutschland. Seit Mai 2013 ist das Institut für Kulturmanagement offizieller Partner dieses „Global Player“. Er lud das Institut ein, sich um einen Rahmenvertrag über Seminarleistungen im Kulturmanagement zu bemühen. Die Bewerbung war erfolgreich und führte in kürzester Zeit zum Abschluss des Vertrages. Zusammen mit weiteren Partnern wird das Institut bis Ende 2014 bei weltweiten Kulturmanager-Fortbildungen mitwirken. Den Auftakt machen die

Ludwigsburger im Oktober 2013 mit drei Seminaren zum Thema Kulturmarketing, -finanzierung und Onlinemarketing, die für



Teilnehmer des Programms „Kulturmanagement Nahost / Nordafrika 2013“ angeboten werden. Die Idee des Goethe-Instituts ist es, die Professionalisierung der Kulturschaffenden, die kulturelle Infrastruktur durch den Aufbau tragfähiger Netzwerke sowie die Zusammenarbeit mit deutschen Kulturinstitutionen zu fördern. Für das Institut für Kulturmanagement ist der Rahmenvertrag ein weiterer Mosaikstein seiner internationalen Ausrichtung und Vernetzung.

### Auf den Spuren von Hans Fährle: Ausstellungsprojekt in Flein

Anlässlich ihres 825. Geburtstags widmet die Gemeinde Flein bei Heilbronn dem Maler Hans Fährle eine umfassende Retrospektive im Rathaus (25.10. bis 15.12.2013), für die fast das gesamte Werk des Künstlers zur Verfügung steht.

Im Rahmen des Projektseminars „Hans Fährle. Maler aus Flein“ (Leitung: Prof. Dr. Thomas Knubben) gehen elf Studierende der Frage nach, wie das Werk des Künstlers dem Publikum nahe gebracht werden kann. Vom Konzept bis zur Umsetzung, vom Aufbau bis zur Dokumentation begleiten die Studierenden zwei Semester lang die Fleiner Ausstellung. Sie beteiligen sich an Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Vermittlung, bereiten die Vernissage und Finissage vor, planen Lesungen sowie Stadtspaziergänge und



organisieren weitere Schauorte mit und bei örtlichen Unternehmern. Zudem gestalten sie einen Raum der Ausstellung, das Rathausfoyer, und entwerfen

Ausstellungstexte wie Saal- oder Objektbeschriftung.

Hans Fährle, 1903 in Flein geboren und 1968 in Stuttgart gestorben, zählt zur so genannten „Verschollenen Generation“. Er war zu jung, um vor der nationalsozialistischen Diktatur seinen künstlerischen Durchbruch zu erleben, und zu alt, um nach dem Zweiten Weltkrieg gegen neue Kräfte und Tendenzen nachhaltig bestehen zu können. Zugleich hat er ein Werk hinterlassen, das durch seinen unbedingten Willen und seine malerischen Qualitäten noch immer besticht.

(Foto: Plakat)

**Mehr unter:**  
[faehnle.wordpress.com/](http://faehnle.wordpress.com/)

### Projekt Social Media im Kulturbetrieb: „Hybrides Kulturmarketing“ ist sinnvoll

Social Media wird im Kulturmarketing immer wichtiger – und doch stellt sich die Frage nach seiner tatsächlichen Nutzung durch das Kulturpublikum. Die Ergebnisse der ARD- / ZDF-Studien zur Online-Nutzung legen eine Annahme nahe: Die Besucher traditioneller Kulturinstitutionen verwenden Soziale



Medien eher weniger, und Social Media-Freunde sind eher selten in Kultureinrichtungen anzutreffen. Um diese Annahme zu überprüfen, führten 15 Studierende im Rahmen des Projekts „Social Media im Kulturbetrieb“ eine Befragung in sechs Kultureinrichtungen durch (Leitung: Prof. Dr. Armin Klein). Mit einem standardisierten Fragebogen in-

terviewten sie insgesamt 631 Menschen, die sowohl traditionelle Einrichtungen (Nationaltheater Mannheim, Staatsoper Stuttgart, Literaturhaus Stuttgart) als auch innovative Kulturbetriebe frequentierten (Tollhaus Karlsruhe, Scala Kino Ludwigsburg, ZKM Karlsruhe). Dabei zeigte sich eine Übereinstimmung mit den Untersuchungen von ARD / ZDF: Je älter die Befragten waren, umso weniger wurden Social Media genutzt. 29 Prozent verwendeten sie, um sich zu informieren; 71 Prozent gar nicht. Von den aktiven 29 Prozent wiederum bereiteten 31 Prozent jene Kulturveranstaltungen, die sie besuchten, mit Social Media vor oder nach.

Auch wenn die kleine Studie keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben kann, bestätigt sie Armin Kleins These vom „Hybriden Kulturmarketing“. Veranstalter sollten ihr Marketing zweigleisig („hybrid“) planen, also sowohl analoge als auch digitale Medien nutzen, um ein möglichst breites Publikum anzusprechen.

(Foto: Matthias Köster)

#### Weitere Informationen:

Details der Studie können Sie nachlesen unter [kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de](http://kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de).

### Neues vom Kontaktstudium: Optimierung bei der Prüfung

Seit eineinhalb Jahren ist das neu konzipierte Kontaktstudium Kulturmanagement erfolgreich auf dem Markt. In diesem Zeitraum konnten Dozenten wie Teilnehmer gleichermaßen neue Erfahrungen sam-

eln. Das gemeinsame Fazit: Das Weiterbildungsangebot stellt

**KONTAKT | KULTUR  
STUDIUM | MANAGEMENT**

eine Balance zwischen den Anforderungen der Praxis und der Theorie her, widmet sich aktuellen Themen, ermöglicht den interdisziplinären Austausch und schafft eine kreative Atmosphäre.



Im Jahr 2014 wird das Kontaktstudium noch abwechslungsreicher und flexibler. Künftig sind in den Programmschienen Kulturmarketing, Kulturfinanzierung und Kulturbetriebssteuerung nur noch sechs Themengebiete für all jene fest vorgeschrieben, die



das jeweilige Zertifikat machen möchten. Vier weitere Seminare können aus dem Gesamtangebot gewählt werden.

In der alten Studienordnung waren acht von zehn Seminaren Pflicht; es gab also weniger Spielraum für persönliche Interessen und Vorlieben. Dank der Änderung der Prüfungsordnung lassen sich nun spezielle Kompetenzen, die das Zertifikat nachweist, mit eigenen Neigungen optimal verbinden.

(Foto: IKM)

**Weitere Informationen:**

Details finden Sie auf Facebook oder unter [kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de](http://kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de).

**Kontakt:**

Dr. Petra Schneidewind  
[km-kontaktstudium@ph-ludwigsburg.de](mailto:km-kontaktstudium@ph-ludwigsburg.de)

■ **DREI FRAGEN AN ...**

**Christoph Bader M.A.**  
**Leiter Kommunikation des TOBS (Theater Orchester Biel Solothurn) sowie Absolvent des Master-Studiengangs Kulturwissenschaft und Kulturmanagement (2011)**

*Herr Bader, Sie sind Kommunikationschef einer großen Kultureinrichtung. Wie organisieren Sie Ihre tägliche Arbeit?*

Um in heißen Phasen den Überblick zu bewahren, orientiere ich mich am Buch „Simplify your life“ von Tiki Küstenmacher. Ein Beispiel: Mit 20 Prozent seiner Arbeitszeit macht man 80 Prozent seines Umsatzes. Die restlichen 80 Prozent verbringt man mit was? ... das kennt jeder. So lohnt sich immer wieder die Frage: Welche sind diese 20 Prozent? Womit verbringe ich die anderen 80 Prozent? Das hilft ungemein beim Setzen von Prioritäten.

*Welche Rolle spielen die analogen PR-Techniken – und welche die digitalen?*

Im Studium war ich begeistert von Social Media. In Konstanz und in Biel/Solothurn habe ich die Erfahrung gemacht, dass gegenwärtig immer noch die klassische PR-Arbeit zählt: Mittlerer zeitlicher Aufwand und geringe Kosten führen zu einem kalkulierbaren Return on Investment. Eine gut durchdachte und clever angewandte Online-Strategie sorgt dafür, dass der Betrieb für die Zukunft gut aufgestellt ist. In den nächsten Jahren bleibt das für mich aber die Kür.

*Welche drei Dinge gäben Sie künftigen Kulturmanagern mit auf den Weg?*

Eine kleine Märchenstunde:  
 I. Aschenputtel: Wenn ein Stück nicht funktion-

niert, werden oft die Fersen abgeschlagen und die Zehen abgequetscht, ehe man in Frage stellt, ob das als Prinzessin deklarierte Stück auch tatsächlich eine ist. Es wird Werbung nachgelegt, um falsche Schwestern zur Prinzessin zu machen.

– Entwickelt den Mut, falsche Schwestern fallen zu lassen. Das macht den Blick frei, eine wahre Prinzessin für das Publikum zu finden.

II. Hans im Glück: Kommunikation braucht Freiheit wie Hans im Glück. – Hört auf damit, 26.000 Flyer für alle Veranstaltungen zu drucken und zu verteilen. Nehmt das beste Stück, das Ihr habt, und macht so gute Werbung dafür, dass es ausverkauft ist. Ein Gutteil der BesucherInnen wird in Zukunft von allein in den Spielplan schauen – und buchen.

III. Des Kaisers neue Kleider: Im Umfeld von Theatern wimmelt es von Verkäufern, die wissen, was man unbedingt braucht. Auch wir Marketingleute sind manchmal leicht für Seide zu begeistern, die man nicht mehr auf dem Körper spürt.

– Verliert nicht den Mut zu fragen, ob die bunten Fähnchen oder der Mega-Fun-Multimedia-Bereich wirklich der letzte Schrei sind. Oder ob sie eher das Kopfschütteln treuer BesucherInnen einbringen.

*Die Fragen stellte Dr. Christiane Dätsch.*

(Foto: Ilja Mess)

**Kontakt:**

Christoph Bader  
 TOBS (Theater Orchester Biel Solothurn)  
[Christoph.Bader@TOBS.ch](mailto:Christoph.Bader@TOBS.ch)



## ■ ABSOLVENTENPORTRÄT

### Ines Neff M.A.: Direktionsassistentin am Institut Pierre Werner, Luxemburg

Viele Eigenheiten meiner neuen Wahlheimat Luxemburg spielen eine große Rolle in meinem beruflichen Alltag. So erfolgt beispielsweise Pressearbeit immer zweisprachig. Und trotz der europäischen Wirtschaftskrise sitzt das Geld im so genannten Steuerparadies Luxemburg noch etwas lockerer, was sich auch in einem reichlichen Kulturangebot mit vielen internationalen Spitzenproduktionen äußert.

Bis vor einem halben Jahr war mir das Großherzogtum, das an Deutschland, Frankreich und Belgien grenzt, noch völlig fremd. Seit Anfang 2013 arbeite ich mitten in diesem Land als Direktionsassistentin im europäischen Kulturzentrum Institut Pierre Werner. Das Institut mit dem Namen eines luxemburgischen Premierministers steht unter der Trägerschaft des Goethe-Instituts, des französischen Außenministeriums und des luxemburgischen Kulturministeriums. Diese Träger stellen je drei Repräsentanten des Instituts, denen ich tatkräftig bei der Planung und Realisierung von Projekten, hauptsächlich Lesungen und Konferenzen, assistiere. Zu meinen Tätigkeiten gehören Kommunikations- und Pressearbeit, Budgetplanung



und Abrechnungen, Personalaufgaben sowie auch Veranstaltungsorganisation, kurz: die ganze Palette des Kulturmanagementstudiums.

Zu diesem Job geführt hat mich mein auf den ersten Blick nicht ganz geradliniger Weg über ein deutsch-französisches Doppeldiplom in BWL, einen französischen Master im Fach Internationale Beziehungen sowie über den Ludwigsburger Vollzeit-Masterstudiengang Kulturwissenschaft und Kulturmanagement. Zu guter Letzt haben meine Arbeit am Institut Français in Stuttgart sowie meine mehrjährige Erfahrung als Buchhalterin im väterlichen Betrieb positiv

dazu beigetragen. In einem Auswahlverfahren konnte ich mich gegen 200 internationale Bewerber durchsetzen. Meine Masterarbeit über Europäische Kulturhauptstädte – Luxemburg war 2007 zum zweiten Mal Europäische Kulturhauptstadt – kam mir dabei ebenfalls zugute.

Dass ich all meine Studien- und Berufserfahrungen nun im Job einsetzen kann, dazu noch in einem internationalen Umfeld, ist für mich ein sehr erfüllendes Gefühl.

(Foto: privat)

#### Kontakt:

Ines Neff  
neff@ipw.lu

## ■ MASTER-ARBEITEN

### Franz Ambelang: Weltkulturerbe und Kulturmanagement

In meiner Masterarbeit wollte ich ein aktuelles Thema behandeln, das im Kulturmanagement und -tourismus bisher wenig Beachtung gefunden hatte und das zugleich eine internationale Dimension aufwies. So stieß ich auf das UNESCO-Weltkulturerbe, das zahlreiche Anknüpfungspunkte für das Kulturmanagement bietet.

In meiner Masterarbeit „Der UNESCO-Weltkulturerbetitel in Deutschland – Bedeutung aus Sicht der Anbieter und Nachfrager“ ging ich der Frage nach, welche Relevanz der Titel, abgesehen von der Schutzfunktion, für deutsche Kulturerbestätten und deren Besucher hat. Auf Seiten der Institutionen interessierte mich das kulturtouristische, mediale, finanzielle, manageriale und wirtschaftliche Potenzial



des Labels. In Bezug auf die Besucher sollte meine Arbeit erhellen, inwieweit die Auszeichnung die Reiseentscheidung von Touristen und die Weltkulturerbe-Vermittlung vor Ort beeinflusst.

Vor dieser Annahme machte ich qualitative Experteninterviews mit Akteuren der Würzburger Residenz, der Römischen Baudenkmäler, des Doms und der Liebfrauenkirche in Trier, der Völklinger Hütte sowie der Altstädte von Stralsund und Wismar.

Außerdem befragte ich Verantwortliche wie Dieter Offenhäuser, Stellvertretender Generalsekretär der Deutschen UNESCO-Kommission und Zuständiger für das Welterbeprogramm in Deutschland. Darüber hinaus unternahm ich teilstandardisierte Besucherbefragungen im Kloster Lorsch und in der Würzburger Residenz.

Die Expertenbefragungen zeigten, dass trotz der individuellen Beschaffenheit einer jeden Einrichtung ähnliche Grundtendenzen existieren. Die mit dem Titel einhergehende weltweite öffentliche Aufmerksamkeit schlug sich oft in höheren Besucherzahlen nieder. Es zeigte sich, dass das Prädikat vor allem

für ausländische Gäste, die gezielte Welterbe-Rundreisen unternahmen, von großer Bedeutung ist. Besonders unbekanntere und kleinere ländliche Stätten profitieren vom Titel. Für große Weltkulturerbegüter in Städten mit ohnehin hohem touristischem Aufkommen ist die Bedeutung als zusätzlicher Besucheranreiz geringer.

Als weitere Vorteile des Siegels zeigten sich der enorme Prestigegewinn sowie eine effiziente Steuerung durch den Welterbe-Managementplan und durch Netzwerke wie den UNESCO-Welterbestätten Deutschland e. V.

Die Besucherbefragungen brachten zutage, dass der Titel nur in geringem Maß als Orientierungshilfe bei der Reiseentscheidung Einzelner fungierte. Auch wies die Weltkulturerbe-Vermittlung als zweite

relevante Nutzendimension in beiden untersuchten Orten Defizite auf.

(Fotos: privat)



**Kontakt:**

Franz Ambelang  
Franz.ambelang@gmx.de

## NEUES AUS DEM DOKTORANDENKREIS

### Dissertation von Sebastian Fischer: Musik und Arbeit – zwei Systeme?

Im Hinblick auf permanente Bewegungen auf dem Musikarbeitsmarkt unternimmt Sebastian Fischer den Versuch, die Zusammenhänge zwischen Musik und Arbeit schärfer zu erfassen. Dafür wendet er



die Systemtheorie an, was zu grundlegenden Neubeschreibungen und erweiterten Vergleichskontexten führt.

Musik wird als ein sich ausdifferenzierendes Funktionssystem beschrieben, das ehemals führende Anlehnungskontexte wie Religion und Kunst abgelegt zu haben scheint. Heute divergie-

ren Hinweise auf die enorme Relevanz von Musik mit semantisch tradierten Gewohnheiten von Musik als Spiel (= als Nichtarbeit), eine tiefe gesellschaft-

liche Verankerung mit Beschreibungsproblemen. Die Entstehung der Musikberufe wird – im Kontext der Theorie funktionaler Differenzierung – als ein Prozess verortet, in dem der Distinktionszusammenhang Kunst die Rolle eines evolutionären Attraktors spielt. Nach Kopplungen mit dem Erziehungssystem und dem System der Massenmedien (in der Moderne) gewinnt das System Musik zunehmend an Eigenständigkeit.

Der Übergang in eine Computergesellschaft lässt unabsehbare Transformationen in allen Arbeitsprozessen erwarten. Die Begleitung dieser Prozesse und das Bewältigen immer differenzierterer Kopplungsprobleme zwischen Musik und anderen Funktionssystemen kann als kulturmanageriale Aufgabe verstanden werden. Die Dissertation wurde von Prof. Dr. Thomas Knubben betreut.

(Foto: privat)

**Kontakt:**

Sebastian Fischer  
sf2002@freenet.de

### Besucherbindung im Opernbetrieb: Dissertation von Markus Lutz

Veranlasst durch den gesellschaftlichen Wandel sind öffentliche Opernhäuser seit den 1990er-Jahren verstärkt dazu angehalten, sich um die Bedürfnisse ihrer Besucher zu kümmern. Vor diesem Hintergrund rückt die Besucherbindung als Thema zunehmend in den Fokus wissenschaftlicher Forschung und Praxis. Bislang war der Blick vor allem auf den Anbieter und seine Instrumente der Besucherbindung gerichtet. Eine Auseinandersetzung mit der besucherbezogenen Perspektive erfolgte hingegen kaum. Doch letztlich entscheidet nur der Besucher, ob er das Angebot eines Opernhauses weiter nutzen möchte.

Markus Lutz stellt diesen Ansatz in den Mittelpunkt und arbeitet Faktoren heraus, die zu einer dauerhaften Besucherbindung beitragen können. Um bestimmten Motiven auf die Spur zu kommen und deren Wirksamkeit zu überprüfen, geht er sowohl qualitativ als auch quantitativ vor. Dabei deckt der Autor relevante Wiederbesuchsgründe im Opernbetrieb auf, charakterisiert unterschiedliche Typen von Wiederbesuchern und leitet praktische Empfehlungen für die Gestaltung des Besucher-





bindungsmanagements in Opernhäusern ab. Seine Ergebnisse liefern Marketingverantwortlichen in den Musiktheatern wichtige Anhaltspunkte, um Strategien zur längerfristigen Bindung „treuer“ Besucher an ihre Häuser zu entwickeln. Die Dissertation wurde von Prof. Dr. Armin Klein betreut.

#### **Buchinformation:**

Markus Lutz (2013): Besucherbindung im Opernbetrieb. Theoretische Grundlagen, empirische Untersuchungen und praktische Implikationen, Wiesbaden.

ISBN: 978-3-658-02111-5 (Print); 978-3-658-02112-2 (Online),  
Preis: 49,99 € (Print), 29,99 € (E-Book)

## ■ KULTURNETZ



### **Sommerfest des KulturNetzes**

Zum Ausklang des Sommersemesters 2013 lud der Alumni-Verein KulturNetz e. V. zum Austausch und Miteinander auf dem Gelände der PH Ludwigsburg

ein. Das gemütliche Grillfest unter der so genannten „Spinne“ wurde musikalisch vom SLK Pop-Ensemble (Leitung: Arnd Pohlmann) umrahmt. Der Chor aus Stuttgart sorgte mit bekannten Melodien aus den Musicals „Les Misérables“ und „Rent“ sowie mit Hits von Adele für gute Stimmung.  
(Foto: Laura Pysall)

#### **Termine:**

Am 6. November 2013 lädt das KulturNetz e. V. zur traditionellen Semestereröffnung in das Literatur-Café der PH ein. In der Vorweihnachtszeit findet die Mitgliederversammlung statt. Die genauen Termine sowie weitere Veranstaltungen werden noch auf der Webseite bekannt gegeben.

#### **Kontakt:**

Maren Scharpf  
info@kulturnetz.net



## ■ SEMESTERVORSCHAU

### **Vorlesungsangebot im Vollzeit-Masterstudiengang Kulturwissenschaft und Kulturmanagement im Wintersemester 2013/14**

#### **Montag:**

##### **Teamlabor Kulturbetrieb**

Yvonne Pröbstle M.A. / Dr. Petra Schneidewind

##### **Betriebswirtschaftliche Grundlagen für den Kulturbetrieb**

Dr. Petra Schneidewind

##### **Musikwissenschaft III:**

##### **Musik des 20. und 21. Jahrhunderts**

Andreas Schönrock M.A.

##### **Kulturelle Sozialisation**

Dr. Stefanie Rhein

##### **Kunst- und Bildwissenschaft II:**

##### **Grundlagen der Bildhermeneutik**

Prof. Dr. Hubert Sowa

#### **Dienstag:**

##### **Deutsche Kulturgeschichte 1900 - 1945**

Prof. Dr. Thomas Knubben

##### **Grundlagen der Kulturökonomik**

PD Dr. Ingrid Gottschalk

##### **Grundlagen der Kulturfinanzierung**

Prof. Dr. Thomas Knubben

##### **Literaturwissenschaft III:**

##### **Die Epoche der passiven Helden?**

Dr. Christiane Dätsch

##### **Strategisches Kulturmanagement**

Prof. Dr. Thomas Knubben

**Mittwoch:**

**Kultur und Organisation**  
Prof. Dr. Armin Klein

**Grundlagen des Kulturmarketing**  
Prof. Dr. Armin Klein

**Grundlagen konzeptioneller Öffentlichkeitsarbeit**  
Dr. Christiane Dätsch

**Eigenpublikationen**  
Dr. Christiane Dätsch

**Kompaktseminare:**

**Einführung in das Studium**  
auf Schloss Kapfenburg

**Teamlaborwoche**  
Yvonne Pröbstle M.A. / Dr. Petra Schneidewind

**Wissenschaftliches Arbeiten**  
Dr. Christiane Dätsch

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

**Fundraising**  
Prof. Dr. Thomas Knubben

**Visuelle Kommunikation**  
Prof. Uli Braun

**Theaterbetrieb**  
Prof. Dr. Armin Klein

**Entstehung von Sprache, Kunst, Literatur und Theater**  
Ekkehard Jürgens M.A.

**Kommunaler Kulturbetrieb**  
Daniela Rathe

**Diskurs im Kulturbetrieb**

**Tagesexkursion:**  
**Kultur vor Ort: Ulm**  
Yvonne Pröbstle M.A.

**Projekt:**  
**Hans Fährle. Maler aus Flein**  
Prof. Dr. Thomas Knubben

**Projekt:**  
**Marketingkonzept Theater Chawwerusch**  
Prof. Dr. Armin Klein

**Impressum**

Herausgegeben vom Institut für Kulturmanagement  
an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:  
Dr. Christiane Dätsch

Layout:  
Laura Pysall B.A.

Pädagogische Hochschule Ludwigsburg  
Reuteallee 46  
71634 Ludwigsburg

Telefon: 07141/140-411

[www.kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de](http://www.kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de)  
E-Mail: [kulturmanagement@ph-ludwigsburg.de](mailto:kulturmanagement@ph-ludwigsburg.de)