
Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

Masterstudium Kulturwissenschaft und Kulturmanagement

Wintersemester 2022/2023

Veranstaltungsangebote für Studierende im 1. und 3. Semester

Stand: 15. August 2022

Termine und Fristen im Wintersemester 2022/2023

Beginn der Vorlesungszeit: 17. Oktober 2022

Ende der Vorlesungszeit: 03. Februar 2023

Alle regelmäßigen Vorlesungen finden von Montag, 24. Oktober 2022 bis Freitag, 3. Februar 2023 statt. Vorlesungsfrei ist vom 24. Dezember 2022 bis 6. Januar 2023.

Die Einführung in das Studium (Prof. Dr. Knubben) findet am Dienstag, 18. Oktober 2022, 10:30 Uhr statt.

Die Bildung der Teamlabore Mittwoch 19. Oktober und Donnerstag, 20. Oktober 2022 als Präsenzveranstaltung in Raum 5.005.

Die Einführung in das dritte Semester (Prof. Dr. Knubben) findet am Dienstag, 18. Oktober 2022 um 14:00 Uhr in Raum 5.005 statt.

Die Zulassung zu den Modulprüfungen kann vom 9. Januar bis 31. Januar 2023 beantragt werden. Selbstverständlich muss die Zulassung zur Modulprüfung vor den Modulprüfungen bzw. vor der Abgabe der Modulhausarbeiten liegen.

Abgabe der Modulhausarbeiten/Fallanalysen, zu denen Sie zugelassen wurden, und benoteten Einzelleistungen vom 9. Januar bis spätestens 31. März 2023.

Arbeiten, die zum Erwerb von ECTS-Punkten für die Zulassung zur Masterarbeit erforderlich sind, müssen bis spätestens Freitag, den 27. Januar 2023 abgegeben werden.

Abgabe des Antrags auf Ausgabe eines Themas für die Masterarbeit und des Antrags auf Zulassung zur Masterarbeit bis spätestens Freitag, den 3. Februar 2023 (Hierzu ist der Nachweis von 60 ECTS-Punkten und der Abschluss des Moduls 14 erforderlich.)

Einzelklausur:

Modul 4-1 Vertragsrecht

Montag, 6. Februar 2023 11:00 Uhr - 12:00 Uhr Raum 5.005

Modulklausur (Anmeldung erforderlich):

Modul 3 Kulturpolitik

Mittwoch, 8. Februar 2023 10:00 Uhr - 12:00 Uhr Raum 5.005

Kulturwissenschaft / Kulturmanagement

Einführung für Studierende im 1. Semester

Einführung in das Studium des Kulturmanagements

Prof. Dr. Thomas Knubben / Prof. Dr. Andrea Hausmann

Kompaktseminar 18.10. - 20.10.2022 ganztägig
Präsenzveranstaltung in den Räumen 5.005 und 5.006

Das Einführungsseminar findet als Kompaktveranstaltung in der ersten Semesterwoche statt.

Ausgehend von der Fächersystematik und dem Themenspektrum des Studiums werden zunächst die Lehr- und Arbeitsformen des Masterstudiums erläutert und aktuelle Herausforderungen des Kulturbetriebs diskutiert.

Den Schwerpunkt bildet dann die Vorstellung und Konzeption des Teamlabors Kulturbetrieb, das den Studierenden die Möglichkeit eröffnen soll, theoretische Kenntnisse des Kulturmanagements an einem konkreten Kulturbetrieb zu überprüfen und einzuüben. Dafür müssen Ideen entwickelt und Teams gebildet werden.

Ein detaillierter Themen- und Zeitplan wird zu Semesterbeginn ausgegeben.

Literaturempfehlungen:

Hausmann, Andrea (2019): Kunst- und Kulturmanagement. Kompaktwissen für Studium und Praxis, 2. Aufl., Wiesbaden.

Heinrichs, Werner (2012): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, 3. Aufl., Darmstadt.

Klein, Armin (Hrsg.) (2017): Kompendium Kulturmanagement, 4. Aufl., München.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Modul 1 Kulturtheorie / Kulturgeschichte

Seminar für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 1-1 (Pflichtmodul)

Kulturtheorie der Gegenwart

Prof. Dr. Clemens Klünemann

Vorlesung Mittwoch, 26.10./09.11./23.11./07.12./21.12.2022 und 11.01.2023

4-stündig

14:15 - 17:45 Uhr

Raum 5.005

In dieser Vorlesung wird es um ausgewählte Themen gehen, welche die derzeitigen Debatten über das Selbstverständnis von Kultur bestimmen. Dabei wird von der Dichotomie des Kulturbegriffs auszugehen sein, wie sie sich seit dem 18. Jahrhundert herauskristallisiert hat: Hier die Vorstellung, Kultur sei die Natur des Menschen (Herder), und dort das 'Unbehagen in der Kultur' (Freud), welches einen sublimierenden Kulturbegriff hypostasiert. Die Beschäftigung mit dieser Dichotomie ist umso wichtiger, als sie den aktuellen Kontroversen zwischen einem essentialistischen Kulturbegriff auf der einen und einem dynamischen Kulturbegriff auf der anderen Seite in einen historischen Kontext einzubetten geeignet ist. Gleichzeitig gehen viele aktuelle Debatten über die Parameter dieser doppelten Genese des modernen Kulturbegriffs hinaus, weil sie im Licht der Themen geführt werden, welche die intellektuelle Öffentlichkeit seit geraumer Zeit beschäftigen und denen gemeinsam ist, dass sie Resultat einer bestimmten Erinnerungskultur sind: Gemeint ist der **Umgang mit der Vergangenheit vor 1945**, aber auch mit dem **Kolonialismus** und dem kolonialen Erbe und der Frage der **Restitution von Kulturgütern**. Gerade die Kolonialismus-Debatten und die **Kontroversen über Alltagsrassismus und den Begriff 'Rasse'** im Grundgesetz sowie die aus ihnen resultierende **Sprachkritik** zeigen die Grenzen eines ethnozentrischen bzw. eurozentrischen Kulturbegriffs und die Notwendigkeit seiner Kritik im Sinne einer Positionsbestimmung des Kulturbegriffs unserer Gegenwart. Besondere Jahrestage bieten eine besondere Gelegenheit, Kulturtheorie(n) anschaulich werden zu lassen sowie Kulturtheorie und Erinnerungskultur miteinander zu verschränken: Hundert Jahre nach der 'Marcia du Roma', die als eines der Gründungsdaten des italienischen Faschismus gilt, soll der Faschismus-Begriff, seine Wandlungen und seine Konnotationen, vor allem aber seine Verbindungen zum Futurismus und anderen Strömungen der Moderne beleuchtet werden.

Literaturempfehlungen:

ASSMANN, Aleida (2006), *Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik*, München.

ASSMANN, Jan (1992/8.2018) *Das kulturelle Gedächtnis*, München.

FANON, Frantz (1961/17.2018) *Die Verdammten dieser Erde* (Paris/Frankfurt/M)

FRANÇOIS, Etienne /

SCHULZE, Hagen (Hrsg.; 2001) *Deutsche Erinnerungsorte*, München

SAID, Edward (1978/1981) *Orientalismus* (New York/Frankfurt/M)

SAVOY, Bénédicte (2018) *Die Provenienz der Kultur*, Berlin.

SAND, Shlomo (2012) *Die Erfindung des Landes Israel. Mythos und Wahrheit* (Berlin)

SCHIEDER, Wolfgang (2010) *Der italienische Faschismus* (München)

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an drei Seminaren erforderlich, davon mindestens ein Seminar in Kulturtheorie und ein Seminar in Kulturgeschichte. Nachdem die Teilnahme an einem Seminar nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Modul 1 Kulturtheorie / Kulturgeschichte

Seminar für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 1-4 (Pflichtmodul)

Kulturgeschichte der Anfänge

Claus Hattler M.A.

Vorlesung Mittwoch, 02.11./16.11./30.11./14.12.2022 und 18.01./25.01./01.02.2023

4-stündig 14:15 – 17:45 Uhr Raum 5.005

Wann begann der Mensch zu sprechen, zu erzählen, Erzählungen in Bild und Schrift festzuhalten?

Den an der Lehrveranstaltung Teilnehmenden soll die Entstehung menscheitsgeschichtlich grundlegender Kulturerscheinungen und -techniken auseinandergesetzt werden, insbesondere die Anfänge und die Entwicklung von Sprache, bildender und darstellender Kunst, Schrift und Literatur. Vor dem Hintergrund verschiedener menschlicher Gesellschaften und ihrer Bedürfnisse – sei es der der Eiszeit in Mitteleuropa, der frühen Hochkulturen des Alten Orients oder des klassischen Athen – sollen beispielhaft Ursache und Entwicklung der genannten Phänomene verstanden und ihre Funktionen deutlich werden. Letzten Endes geht es um die Kulturgeschichte der Kommunikation und ihrer Medien, die in ihrer formativen Phase oft genug auch das „ganz Andere“ mit einbezog. Zudem sollen die Methoden der Archäologie zur Befragung und Deutung der materiellen Quellen zum Thema vorgestellt werden.

U. a. betrachten und besprechen wir

- die stammesgeschichtliche Entwicklung des Menschen
- Hypothesen zur Entstehung der menschlichen Sprache
- Die älteste bekannte Bildkunst und ihre Funktionen in der jüngeren Altsteinzeit
- Göttermythen und Heldensagen – der Ursprung von Dichtung und Literatur (Gilgamesch-Epos, Troja-Sage)
- Bild – Zeichen – Schrift: Von der Hieroglyphe zum Alphabet (am Anfang war die Bürokratie)
- Die Geburt des Theaters aus dem Geist der Religion

Literaturempfehlungen zum Einstieg:

Archäologisches Landesmuseum Baden-Württemberg - Eberhard-Karls-Universität Tübingen (Hrsg.) (2009): Eiszeit - Kunst und Kultur. Begleitband zur Großen Landesausstellung Eiszeit - Kunst und Kultur im Kunstgebäude Stuttgart, 18. Sept. 2009 bis 10. Jan. 2010), Ostfildern, bes. S. 228 ff.

Conard, Nicholas J. / Claus-Joachim Kind (2017): Als der Mensch die Kunst erfand. Eiszeithöhlen der Schwäbischen Alb, Darmstadt.

Eggert, Manfred K.H. / Stefanie Samida (2013): Ur- und Frühgeschichtliche Archäologie, 2. Aufl., Tübingen.

Fagan, Brian M. (Hrsg.) (2004): Die siebzig großen Erfindungen des Altertums, München, bes. S. 213 ff.

Jürgens, Ekkehard (2008): Sage und Schreibe. Zur Medien(früh)geschichte von Literatur. In: Gans, Michael / Roland Jost / Ingo Kammerer (Hrsg.) (2008): Mediale Sichtweisen auf Literatur, Baltmannsweiler, S. 2-14.

Kaube, Jürgen (2017): Die Anfänge von allem, Berlin.

Kuckenburg, Martin (2004): Wer sprach das erste Wort? Die Entstehung von Sprache und Schrift, Stuttgart.

Moraw, Susanne / Eckehart Nölle (Hrsg.) (2002): Die Geburt des Theaters in der griechischen Antike, Mainz.

Parzinger, Hermann (2015): Die Kinder des Prometheus. Eine Geschichte der Menschheit vor der Erfindung der Schrift, München 2015

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an einem Seminar in Kulturtheorie und an zwei Seminaren in Kulturgeschichte erforderlich. Nachdem die Teilnahme an einem Seminar nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Modul 2 Angewandte Kunstwissenschaften

Seminar für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 2-1 (Wahlmodul)

Angewandte Kunstwissenschaften im Kulturbetrieb I: Kunst / Museum

Natascha Häutle M.A.

Seminar Montag 16:15 - 17:45 Uhr Raum 5.005

Kunstakademien, Auktionshäuser, Museen – die Orte und Institutionen, an denen Kunst stattfindet, sind vielgestaltig. In dem Seminar wird zunächst ein Überblick über das System Kunstbetrieb gegeben und dann seine Funktionsweise exemplarisch anhand des Kunstmuseums untersucht.

Dabei geraten die Geschichte der Institution, ihre Akteure und Aufgaben in den Blick, aber auch kritische Positionen, die sich vor allem seit den 1960er-Jahren formierten. Rückgebunden an diese historischen Entwicklungen stehen aktuelle Herausforderungen wie Multiperspektivität und Digitalisierung im Fokus des Seminars. Welchen Themen müssen sich Museen heute stellen, um relevant zu bleiben? Nicht zuletzt spielt dabei die Ausstellungsgestaltung eine Rolle, die in Hinblick auf die zuvor aufgefächerten Problematiken betrachtet wird.

Ziel des Seminars ist es, ein Verständnis für die Grundkonzeption des Museums und seine aktuellen Herausforderungen zu erlangen. Einblicke in die praktische Museumsarbeit sowie die Auseinandersetzung mit exemplarisch ausgewählten Ausstellungen erlauben es, das erlernte theoretische Wissen an der Praxis zu überprüfen und zu diskutieren.

Literaturempfehlungen:

Bennett, Tony (2013): The Birth of the Museum. History, Theory, Politics, New Delhi.

Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum, Bielefeld.

Thije, Steven ten (2017): The emancipated museum, Amsterdam.

Tyradellis, Daniel (2014): Müde Museen. Oder wie Ausstellungen unser Denken verändern können, Hamburg.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist für Studierende im dritten Semester die Teilnahme an einem Seminar und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung erforderlich.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist für Studierende im ersten Semester die Teilnahme an zwei Seminaren und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung als Modulprüfung in einem Seminar erforderlich.

Modul 3 Kulturpolitik

Kompaktseminar für Studierende im 1. Semester

Modul 3-1 (Pflichtmodul)

Kulturpolitik I

Christoph Bader

Kompaktseminar

03.11.2022	10:00 -16:00 Uhr	Raum 5.005
10.11.2022	10:00 -16:00 Uhr	Raum 5.005
08.12.2022	10:00 -16:00 Uhr	Raum 5.005
16.12.2022	10:00 -16:00 Uhr	Raum 5.005

In Deutschland gibt es kaum kulturpolitische Auseinandersetzungen, die über einen engen Kreis von Akteuren und Wissenschaftlern hinausgeführt und wahrgenommen werden. Das öffentliche Interesse an Kulturpolitik ist - jenseits von Skandalen und Mammutprojekten wie der Elbphilharmonie oder kostenintensiven Theatersanierungen - ausgesprochen gering. Gleichwohl bestimmt Kulturpolitik nach wie vor ganz wesentlich das kulturelle Leben im Allgemeinen und die Rahmen- und Handlungsbedingungen von Kulturmanagement im Besonderen.

Wer im kulturellen Umfeld arbeiten will, wird nicht umhinkönnen, sich auch mit Zielen, Möglichkeiten und Mechanismen von Kulturpolitik auseinander zu setzen. Das Seminar befasst sich einleitend mit wesentlichen Grundlagen: Was heißt „politisch denken und handeln?“ Mit welchen Kulturbegriffen arbeitet Kulturpolitik? Wie können sich Kultur und Politik zueinander verhalten? Im Anschluss an diese eher grundsätzlichen Erörterungen werden die konkreten Rahmenbedingungen (z. B. historische, juristische, finanzielle) von Kulturpolitik geklärt. Ein besonderes Augenmerk wird auf die kulturpolitischen Akteure sowie den kulturtheoretischen Diskurs gerichtet, da der Bereich Kultur juristisch nur schwach normiert ist und somit immer wieder neu konkretisiert werden muss.

Einen Schwerpunkt des Seminars bilden aktuelle kulturpolitische Themen, Herausforderungen und Kontroversen. Beispielhaft zu nennen sind: nachhaltige Entwicklung in Kulturpolitik und Kulturmanagement, Kulturentwicklung und Transformation, das Verhältnis von Kulturmanagement und Kulturpolitik.

In der ersten Seminarsitzung wird die Lektüre des folgenden Textes vorausgesetzt:

Klein, Armin (2017): Kulturpolitik in Deutschland. In: Armin Klein (Hrsg.): Kompendium Kulturmanagement. Handbuch für Studium und Praxis, 4. überarb. Aufl., München, S. 101-118.

Der Text kann bei Frau Lassen abgeholt werden.

Literaturempfehlungen:

Fuchs, Max (2007): Kulturpolitik, Wiesbaden.

Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.) (2000-2015/2017): Jahrbuch für Kulturpolitik, Essen.

Klein, Armin (2009): Kulturpolitik. Eine Einführung, 3. Aufl., Opladen.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist in der Regel Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an beiden Seminaren erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 3 Kulturpolitik

Kompaktseminar für Studierende im 1. Semester

Modul 3-2 (Pflichtmodul)

Kulturpolitik II: Medienpolitik

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Montag 14:15 – 15:45 Uhr Raum 5.005

In einer mediatisierten Öffentlichkeit müssen sich Kultur respektive Kulturbetrieb mit der Wirkmächtigkeit der Medien und einzelner Medientypen auseinandersetzen. Kulturelle Relevanz haben Medien nicht nur, weil sie über Ereignisse aus dem Kultursektor berichten, sondern auch, weil sie als gesellschaftliche Institutionen selbst aktiv Kultur und Diskurse über Kultur herstellen – so etwa der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich die Medienpolitik mit den Voraussetzungen, Bedingungen und Konsequenzen medialer Wissens- und Meinungsherstellung.

Das Seminar gibt zunächst einen Überblick über die verschiedenen Ebenen der Medienpolitik, beleuchtet dann die Rolle einzelner AkteurInnen bei der (De-) Regulierung von Medien sowie die Positionen einzelner Parteien – letztere spiegeln auch das Selbstverständnis einer Gesellschaft wider. Sodann unterscheiden wir direkte Medienpolitik (im Sinne von Presse- und Mediengesetzen auf Länder-, Bundes-, EU- und internationaler Ebene) von indirekter Medienpolitik (im Sinne von Medienförderung durch Steuerprivilegien und Fusionsauflagen durch das Wirtschaftsrecht). Abschließend werfen wir mit einem Experten noch einen Blick auf die aktuelle Medienpolitik und ihre Themen.

Literaturempfehlungen:

Hachmeister, Lutz (2013): Rundfunkpolitik und Netzpolitik: Strukturwandel der Medienpolitik in Deutschland, Köln.

Hachmeister, Lutz (Hrsg.) (2008): Grundlagen der Medienpolitik. Ein Handbuch, München.

Puppis, Manuel (2010): Einführung in die Medienpolitik, 2. vollst. überarb. Aufl., Konstanz.

Media Perspektiven (fortlaufend). Hrsg. von der ARD Werbung Sales & Services GmbH, Frankfurt/M.

Schrag, Wolfram (2007): Medienlandschaft Deutschland, Konstanz.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist in der Regel Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des dritten Semesters, die das Seminar Kulturpolitik II noch nicht besucht haben.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an beiden Seminaren erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 4 Kulturrecht

Seminar für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 4-1 (Wahlmodul)

Kulturrecht I: Vertragsrecht

Prof. Dr. Judith Klink-Straub

Kompaktseminar

Fr. 02.12.2022	09:00 - 17:00 Uhr	Raum 5.005
Fr. 09.12.2022	09:00 - 17:00 Uhr	Raum 5.005
Fr. 13.01.2023	09:00 - 17:00 Uhr	Raum 1.329a

Hallenmiete, Bilderleihe, Kartenverkauf, Werbeauftrag, Konzession des Museumsbistros: Im Kulturbereich werden ständig eine Vielzahl unterschiedlicher Verträge abgeschlossen. Die Kenntnis der Grundlagen des Vertragsrechts ist deshalb unerlässlich. Diese Kenntnisse werden in der Veranstaltung systematisch erarbeitet und anhand praktischer Fälle aus dem Kulturbereich vertieft, ohne dass juristische Vorkenntnisse erforderlich sind.

Die Studierenden werden mit den Anforderungen an einen wirksamen Vertragsabschluss und die Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen vertraut gemacht. Sie sollen die Folgen von Vertragsstörungen abschätzen können und erfahren, wie bei der Vertragsgestaltung hiergegen Vorsorge getroffen werden kann. Daneben werden der Persönlichkeitsrechtsschutz und Verkehrssicherungspflichten erörtert.

Die Studierenden werden gebeten, eine Textausgabe des BGB in der neuesten Ausgabe mitzubringen.

Literaturempfehlungen:

Brox/Walker, Allgemeines Schuldrecht, 46. Auflage, 2022

Brox/Walker, Besonderes Schuldrecht, 46. Auflage, 2022

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist für Studierende im dritten Semester die Teilnahme an einer Klausur am Ende des Seminars erforderlich.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist für Studierende im ersten Semester die Teilnahme an zwei Seminaren und einer Klausur als Modulprüfung in einem Seminar erforderlich.

Modul 5 Aktueller Kulturdiskurs

Seminar für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 5-4 (Wahlmodul)

Diskurs im Kulturbetrieb I

Natascha Häutle M.A.

3 Einzeltermine mittwochs 18:30 bis 20:00 Uhr Online über Zoom

In Planung: 09.11. / 30.11.2022 und 18.01.2023

Im Seminar werden an drei Abenden im Semester verschiedene aktuelle Fragestellungen und Debatten des Kunst- und Kulturdiskurses behandelt. Ziel ist es, verschiedene Positionen aus der Praxis auszu-leuchten. Hierzu werden Vertreter*innen aus dem Kulturbetrieb für ein Gespräch zu ausgewählten The-men eingeladen.

Die Studierenden, die sich für den Kurs anmelden, schreiben sich vor Semesterbeginn bei Moodle für das Seminar ein und suchen sich einen Termin zur Bearbeitung aus. Den Studierenden obliegt es dann, die für sie festgelegte Fragestellung im Vorfeld zu analysieren, eigene Positionen zu entwickeln, den Abend zu moderieren und in Form einer kurzen Nachberichterstattung zu dokumentieren.

Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn auf Moodle bekannt gegeben.

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist für Studierende im dritten Semes-ter die Teilnahme an allen drei Terminen des Seminars und die Vorbereitung einer Veranstaltung erforder-lich.

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist für Studierende im ersten Semes-ter die Teilnahme an zwei Seminaren und die Betreuung einer Veranstaltung erforderlich.

Modul 6 Empirische Kulturforschung

Kompaktseminar für Studierende im 1. Semester

Modul 6-1 (Pflichtmodul)

Wissenschaft im Kulturmanagement

Dr. Christiane Dätsch

Kompaktseminar

25.11.2022	10:00 – 16:00 Uhr	Raum 5.005
15.12.2022	10:00 – 16:00 Uhr	Raum 5.005

Das Fach Kulturmanagement ist noch jung: Vor rund 30 Jahren entstanden und interdisziplinär aufgestellt, bearbeitet es unterschiedliche Fragestellungen rund um den Kulturbetrieb. Diskutiert werden noch immer Fragen seiner Theorie- und Methodenbildung, wobei sich das Kulturmanagement in erster Linie als empirische Gesellschaftswissenschaft versteht. Allerdings darf es die Spezifik des Kulturbereichs als Gegenstand der Forschung nicht aus den Augen verlieren.

Das Seminar gibt einen Einblick in die Genese des Fachs und fragt nach, welche Theorien, Methodologien und Methoden sich im Kulturmanagement wiederfinden. Dafür klärt es die wichtigen Grundbegriffe und nimmt anhand ausgewählter Texte die Prämissen jenes Fachs in den Fokus, das gemeinhin als die „Mutterdisziplin“ des Kulturmanagements bezeichnet wird: die Sozialwissenschaft.

Die Einführung wird durch einen Blick auf das, was als „Wissenschaftsbetrieb“ bezeichnet wird, sowie durch eine Wiederholung der Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens abgerundet.

Literaturempfehlungen:

Brühl, Rolf (2015): Wie Wissenschaft Wissen schafft. Wissenschaftstheorie für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Konstanz.

Glogner-Pilz, Patrick / Patrick Föhl (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft, Bielefeld.

Kruse, Otto (2017): Kritisches Denken und Argumentieren, Konstanz (UTB).

Eco, Umberto (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlußarbeit schreibt: Doktor- Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften, 13. Aufl., Heidelberg.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an allen Seminaren erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit beantragt werden.

Modul 7 Wahlbereich

Projekt für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 7-1 (Wahlbereich)

Projekt: Öffentlichkeitsarbeit für das Tobias-Mayer-Museum in Marbach a.N.

Dr. Christiane Dätsch

Termine Montag 18:00 Uhr und nach Vereinbarung

Raum 5.005 / vor Ort in Marbach

Der 300. Geburtstag des Astronomen und Kartografen Tobias Mayer (1723-1762) steht vor der Tür: Am 17. Februar 2023 begeht die Stadt Marbach am Neckar, in welcher der Forscher geboren wurde, das Jubiläum mit einem umfangreichen Programm. Ein Projektseminar des Instituts für Kulturmanagement hat die Vorbereitungen zu diesem Jubiläum mit dem Tobias-Mayer-Verein und dem Tobias-Mayer-Museum sowie der Stadt Marbach bereits im Sommer begleitet und eine erste Strategie für die Öffentlichkeitsarbeit zum Jubiläum erarbeitet. Auf dieser Basis setzen wir im Wintersemester 2022/23 unser Projekt fort. Nun wird es ganz praktisch: Wir suchen VortragspartnerInnen, gestalten eine Jubiläumswebseite, öffnen Kanäle für die Direktkommunikation und bahnen Kooperationen in der Museumspädagogik an. Dabei wird den Studierenden viel Handlungsspielraum gelassen, ihre entwickelten Ideen umzusetzen und eigeninitiativ zu arbeiten.

Das Projekt bietet somit die Gelegenheit, einen beispielhaften Einblick in die Zusammenarbeit mit AkteurInnen und PartnerInnen eines Museums und in die Praxis der Jubiläums-PR zu bekommen. Auch NeueinsteigerInnen ins Projekt sind willkommen: In der ersten Sitzung wird eine Einführung gegeben, die eine praktische Mitarbeit ermöglicht.

Literaturhinweise:

Hüttermann, Armin (Hrsg. (2012): *Tobias Mayer 1723-1762. Mathematiker, Kartograph und Astronom der Aufklärungszeit*, Württembergische Landesbibliothek, Stuttgart.

Knubben, Thomas (2021): *Das Tobias-Mayer-Museum in Marbach am Neckar*. In: *Schwäbische Heimat* 3/2021, S.36-40.

Tobias Mayer Verein e.V. (Hrsg.) (2018): *Museumsführer. Werk und Stationen. Tobias Mayer. Astronom - Kartograph - Mathematiker, Marbach a. N.*

Website des Museums: <https://tobias-mayer-museum.de/>

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind für Studierende im dritten Semester die Teilnahme am Projekt und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung erforderlich.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind für Studierende im ersten Semester die Teilnahme am Projekt sowie eines weiteren Seminars aus dem Wahlbereich und das Erbringen seminarbegleitender Leistungen erforderlich.

Modul 7 Wahlbereich

Seminar für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 7-2 (Wahlbereich)

Interkulturalität / Transkulturalität

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Mittwoch

12:15 - 13:45 Uhr

Raum 5.005

In Zeiten weltweiter Globalisierung ist das Nachdenken über Begegnung und Zusammenleben unterschiedlicher Kulturen eine Schlüsselqualifikation für KulturmanagerInnen und KulturvermittlerInnen. Das Seminar nähert sich seinem Themenfeld, indem es verschiedene Ansätze der Inter- und Transkulturalität vorstellt und Begriffe klärt, die in der Alltagssprache oft synonym verwendet werden: Multi- und Interkulturalität, Transkulturalität und Transdifferenz. Mit ihnen soll die empirische Kulturgebundenheit menschlichen Denkens, Fühlens und Handelns beschrieben werden, oder die diskursive Funktion von Kultur beim Aushandeln von Positionen in Überlappungssituationen.

Die Sozialwissenschaften haben vor allem empirische Modelle zur Beschreibung kultureller Identität hervorgebracht: Auf ihnen beruhen Erkenntnisse zum internationalen Management (G. Hofstede) oder Trainings aus der Wirtschaftskommunikation (J. Bolten). Die Kulturwissenschaften hingegen orientieren sich meist an (historischen) „Kontaktzonen“, aus denen kulturell hybride Objekte (Artefakte) hervorgehen, oder versuchen Identitäten zu beschreiben, die das Resultat eines Kulturaustauschs (P. Burke) sind: Sie werden als dynamisch vernetzt, als transkulturell, beschrieben (W. Welsch) oder als Ergebnis von Machtasymmetrien kritisiert (H. Bhabha, M. Terkessidis u.a.).

Das Seminar beschäftigt sich mit diesen Ansätzen und ihrer möglichen Anwendung in der Praxis. Es ist geplant, wenn möglich, ExpertInnen aus dem Feld heranzuziehen und gemeinsam mit ihnen die Ansätze zu überprüfen - etwa in der Migrationsgesellschaft oder internationalen Kulturarbeit.

Literaturempfehlungen:

Bolten, Jürgen (2015): Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation, 2. erw. u. überarb. Aufl., Göttingen/ Stuttgart (UTB).

Hofstede, Gert/ Gert Jan Hofstede (2011): Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 5. durchges. Aufl., München.

Straub, Jürgen/ Arne Weidemann/ Doris Weidemann (Hrsg.) (2007): Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe - Theorien - Anwendungsfelder, Stuttgart.

Welsch, Wolfgang (1997): Transkulturalität. Zur veränderten Verfassung heutiger Kulturen. In: Irmela Schneider (Hrsg.) (1997): Hybridkultur, S. 67-90

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind für Studierende im dritten Semester die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung erforderlich.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind für Studierende im ersten Semester die Teilnahme am Seminar sowie eines weiteren Seminars / Projekts aus dem Wahlbereich und das Erbringen seminarbegleitender Leistungen erforderlich.

Modul 8 Kulturbetriebssteuerung

Seminar für Studierende im 1. Semester

Modul 8-1 (Pflichtmodul)

Grundlagen der Kulturbetriebssteuerung

Dr. Petra Schneidewind

Seminar Montag, 24.10./07.11./21.11./05.12./19.12.2022 und 09.01./23.01.2023

4-stündig

10:15 - 13:45 Uhr

Raum 5.005

Untersuchungsgegenstand der Betriebswirtschaftslehre ist der Betrieb folglich auch der Kulturbetrieb. Sämtliche betriebswirtschaftliche Funktionen, nämlich die Grundfunktionen Beschaffung, Produktion und Vertrieb, ergänzt um die Dienstleistungsfunktion Verwaltung, welche Führung, Finanzierung, Organisation und Rechnungswesen beinhaltet, sind in den Kulturbetrieben vorhanden. Das Seminar möchte in das wirtschaftliche Denken und Handeln einführen, monetäre und nichtmonetäre Zielsetzungen vorstellen, die wichtigsten Grundbegriffe klären und systematisieren sowie die betrieblichen Prozesse herausarbeiten und auf Kulturbetriebe übertragen.

Das Rechnungswesen ist die zentrale Informationsquelle für Steuerungsinformationen in einem Betrieb und ist somit auch Schwerpunkt dieses Seminars. Es wird ein Gesamtüberblick über den Aufbau des Rechnungswesens gegeben. Im Mittelpunkt steht dann das externe Rechnungswesen mit seinem Rechnungslegungskreislauf und dem Jahresabschluss, welcher Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung beinhaltet. Mehrere Fallbeispiele vertiefen die Technik der Doppelten Buchführung. Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen sollen sicherstellen, dass zukünftige Kulturmanager den Service der Betriebswirtschaft effektiv nutzen können und außerdem potentielle Existenzgründer mit dem notwendigen betriebswirtschaftlichen Rüstzeug ausstatten, welches bereits bei der Erstellung eines Business-Planes benötigt wird.

Literaturhinweise:

Dey, Günther (2017): Rechnungswesen in Kulturbetrieben. Ein Leitfaden, Wiesbaden.

Schneck, Ottmar (2000): Betriebswirtschaft. Was Sie für die Praxis wissen müssen, Frankfurt, New York.

Schneidewind, Petra (2006): Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement, Bielefeld.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 9 Kulturfinanzierung

Seminar für Studierende im 1. Semester

Modul 9-1 (Wahlveranstaltung)

Grundlagen der Kulturfinanzierung

Claus-Peter Bensch M.A.

Seminar Dienstag vom 13.12.2022 - 31.01.2023

4-stündig 14:15 - 17:45 Uhr Raum 5.005

Die Finanzierung kultureller Aufgaben ist ein Kernthema im Kulturmanagement. Sie ist in Deutschland zu wesentlichen Teilen abhängig vom Zustand der öffentlichen Haushalte, über die noch immer der größte Teil der nicht-kommerziellen Kulturangebote finanziert wird - ein Zustand, der insbesondere auch angesichts der aktuellen Entwicklungen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie neue Strategien der Mittelakquisition erfordert.

Das Seminar beschäftigt sich daher mit den maßgeblichen Instrumenten der Kulturfinanzierung vor allem im öffentlichen und gemeinnützigen Kulturbetrieb, deren jeweiligem Potenzial und deren Einsatzmöglichkeiten in einem Gesamtkonzept. Im Einzelnen werden Themen sein: Wege der Kulturfinanzierung, Kosten- und Finanzierungsplanung, Drittmittel der öffentlichen Hand, Umsatzerlöse, Möglichkeiten zur Steigerung von Umsätzen und Grundzüge des kommunalen Haushaltswesens.

Das Seminar wird durch das Kompaktseminar zu Sponsoring und Fundraising im folgenden Semester vertieft.

Literaturempfehlungen:

Gerlach-March, Rita / Lorenz Pöllmann (2019): Kulturfinanzierung, 2. Aufl., Wiesbaden.

Heinrichs, Werner (1997): Kulturpolitik und Kulturfinanzierung, München.

Heinze, Dirk / Dirk Schütz (Hrsg.) (2003ff.): Erfolgreich Kultur finanzieren. Lösungsstrategien in der Praxis, Stuttgart u. a. (Loseblattsammlung im Aufbau, mit CD-ROM).

Schössler, Tom (2017): Kulturfinanzierung. In: Klein, Armin (Hrsg.): Kompendium Kulturmanagement, 4. Aufl., München, S. 299-319.

Schössler, Tom (2019): Preispolitik im Kulturbetrieb. Eintrittspreise erfolgreich gestalten, Wiesbaden.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit (Fallanalyse) beantragt werden.

Modul 9 Kulturfinanzierung

Kompaktseminar für Studierende im 3. Semester

Modul 9-3 (Pflichtmodul)

Kulturfinanzierung - Vertiefung II

Catrin Schönhals M.A.

Kompaktseminar

17.11.2022	10:00 - 18:00 Uhr	Theaterhaus Stuttgart
24.11.2022	09:15 - 17:15 Uhr	Raum 5.005
01.12.2022	09:15 - 17:15 Uhr	Raum 5.005

Finanzierungskonzept für das Gauthier Dance-Projekt MOVES FOR FUTURE

Die Gauthier Dance//Dance Company Theaterhaus Stuttgart feiert 2023 ihr 15-jähriges Bestehen. Soziales Engagement schreiben die Mitglieder der Company seit jeher groß. Viele Jahre schon besuchen sie Menschen in Krankenhäusern, Alten- und Jugendheimen.

Zusätzlich akquirierte Fördermittel machten 2022 die Gründung und den Aufbau einer zweiten Company, den Gauthier Dance JUNIORS möglich. Inzwischen sind die vier Junior-Tänzer*innen einsatzbereit und begannen im Mai 2022, im Rahmen des Projekts MOVES FOR FUTURE, ihre Arbeit mit jungen Menschen an Schulen.

MOVES FOR FUTURE umfasst Schulauftritte der JUNIORS mit dem MOVES FOR FUTURE Mobil (einstündige Schul-Shows) sowie das MOVES FOR FUTURE Pop-up (Blitzauftritte auf Schulhöfen). 2023 sind außerdem Shows von Ohad Naharins Kultstück KAMUYOT geplant.

Im Rahmen des Seminars wird das Projekt MOVES FOR FUTURE näher beleuchtet (Rahmenbedingungen, Finanzierung, Herausforderungen, Weiterentwicklung). Ziel des Seminars ist ein ausgearbeitetes Finanzierungskonzept für das auf drei Jahre angelegte Outreach-Projekt, welches aktuell diverse Möglichkeiten der Kulturfinanzierung in Anspruch nimmt (Sponsoring, Fundraising, Förderung durch Stiftungen, öffentliche Zuwendungen).

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich.

Modul 10 Kulturmarketing

Seminar für Studierende im 1. Semester

Modul 10-1 (Pflichtmodul)

Grundlagen des Kulturmarketing

Prof. Dr. Andrea Hausmann

Seminar

Mittwoch 10:15 - 11:45 Uhr Raum 5.005

Wie kaum ein anderes Instrument aus dem Werkzeugkasten von KulturmanagerInnen bietet Marketing die Möglichkeit, die Zukunft von Kulturbetrieben erfolgreich zu beeinflussen. Dass Marketing ein umfassendes, facettenreiches Konzept ist, dessen Potenziale im Kulturbereich auch schon vielfältig ausgeschöpft werden, soll im Rahmen dieses Seminars theoriebezogen und praxisnah gezeigt werden. Gesprochen wird dabei zunächst ausführlich über die - in der Praxis noch immer viel zu häufig vernachlässigten - Parameter des strategischen Kulturmarketings (Marketingplanungsprozess, Leitbilder, Ziele etc.) sowie im Weiteren auch über die Elemente des operativen Marketings (Nutzendimensionen von Kulturangeboten, Marketing-Mix etc.).

Literaturempfehlungen:

Hausmann, A. (2020): Kulturmarketing, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer.

Klein, A. (2011): Kulturmarketing: Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe, 3. Aufl., München.

Bekmeier-Feuerhahn, S./Ober-Heilig, N. (2014): Kulturmarketing: Theorien, Strategien und Gestaltungsinstrumente, Stuttgart.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 10 Kulturmarketing

Kompaktseminar für Studierende im 3. Semester

Modul 10-3 (Pflichtmodul)

Kulturmarketing - Vertiefung II: Audience Development

Prof. Dr. Tom Schöbler

Kompaktseminar

12.01.2023	09:15 – 17:15 Uhr	Raum 5.005
26.01.2023	09:15 – 17:15 Uhr	Online per Zoom
02.02.2023	09:15 – 17:15 Uhr	Online per Zoom

Audience Development ist im Kulturbetrieb zwar nicht neu, gewinnt aber im Kontext von Diversity-Bewegungen, einer lauter werdenden Forderung nach Teilhabegerechtigkeit und dem Auftrag an öffentlich geförderte Kulturbetriebe, zum Wohl der gesamten Gesellschaft beizutragen, derzeit vielerorts an Dynamik. Wo das klassische Marketing vorwiegend quantitative Ziele verfolgt, rückt Audience Development auch qualitative Ziele ins Blickfeld des Kulturbetriebs: Statt der reinen Steigerung der Besuchszahlen oder Umsätze sollen möglichst auch ganz bestimmte Bevölkerungsgruppen erreicht werden. Das Publikum (und bestenfalls auch die Belegschaft) sollen in ihrer Zusammensetzung ein Abbild der Gesellschaft sein, so das Ziel. Audience Development ist folglich eng mit den Marketingbemühungen verknüpft, zeigt sich im Kulturmanagement jedoch als umfassenderes, das Wesen der Organisation bestimmendes Konzept. Unterschiedliche Kompetenzen sollen mit dem Ziel zusammengeführt werden, eine dauerhafte Beziehung zu unterschiedlichen Besuchergruppen herzustellen und Zugangsbarrieren konsequent abzubauen.

Lernziel dieses Seminars ist es, Rahmenbedingungen, Anwendungsbereiche und Instrumente des Audience Developments kennenzulernen und für die Bedeutung einer teilhabeorientierten Marketing- und Vermittlungsarbeit zu sensibilisieren. Beleuchtet werden Möglichkeiten der Besuchergewinnung, Besucherbindung und Besucherentwicklung. Didaktisch setzt die Veranstaltung, ganz im Sinne des Marketings, auf einen Nutzentausch: Der Dozent bringt die theoretischen Grundlagen und Beispiele aus der kulturbetrieblichen Praxis ein, die Studierenden die Freunde am Diskurs und den Willen zum Ausarbeiten eigener Ideen.

Literaturempfehlungen:

Günter, B./Hausmann, A. (2012): Kulturmarketing, 2. überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden.

Hausmann, A./Frenzel, L. (Hrsg.) (2014): Kunst- und Kulturvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale, Wiesbaden.

Klein, Armin (2008): Besucherbindung im Kulturbetrieb, 2. Aufl., Wiesbaden.

Mandel, B. (2013): Interkulturelles Audience Development: Zukunftsstrategien für öffentlich geförderte Kultureinrichtungen, Bielefeld.

Renz, Th. (2016): Nicht-Besuchersforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich.

Modul 11 Kommunikationsmanagement

Seminar für Studierende im 1. Semester

Modul 11-1 (Wahlmodul):

Grundlagen des Kommunikationsmanagements

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Dienstag vom 25.10. bis 06.12.2022

4-stündig 10:15 - 13:45 Uhr Raum 5.005

Unter Öffentlichkeitsarbeit oder Public Relations wird gemeinhin jene Beziehungsarbeit verstanden, die zwischen einer Organisation und ihren Zielgruppen aufgebaut und gepflegt wird. Dabei gehört es zu den Oberzielen der PR, Bekanntheit, Vertrauen und Interaktion beim und mit dem Zielpublikum herzustellen. In diesem Kontext ist Organisationskommunikation ein Schlüsselbegriff: Sie ist der Ankerpunkt für Kommunikationsstrategien. Dabei verfolgen (Kultur-)Organisationen zwei Ziele mit ihren PR: Langfristig geht es darum, ihre Existenz durch Zustimmung in der Öffentlichkeit zu sichern; kurz- und mittelfristig soll spezifische Überzeugungsarbeit durch Kommunikation geleistet werden. Für beide Absichten ist ein Kommunikationskonzept wichtig.

Das Seminar behandelt die wichtigsten Funktionen und Arbeitsfelder von Public Relations, bevor es sich dem Instrument des Kommunikationskonzeptes ausführlich widmet. Schritt für Schritt entwickeln wir ein PR-Musterkonzept und lernen die wichtigsten Kontrollverfahren kennen. Sie helfen, sowohl die Ziele als auch die Mittel der Öffentlichkeitsarbeit zu optimieren. Strategisches Kommunikationsmanagement erweist sich so als wichtiger Aspekt und Helfer des Kulturmanagements.

Literaturempfehlungen:

Bentele, Günter / Romy Fröhlich / Peter Szyska (Hrsg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon, 3. Aufl., Wiesbaden.

Hansen, Renée / Stephanie Bernouilly (2013): Konzeptionspraxis. Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute - mit einleuchtenden Betrachtungen über den Gartenzweig, 6. aktual. Aufl., Frankfurt/M.

Schmidbauer, Klaus (2017): Wirksame Kommunikation - mit Konzept: Ein Handbuch für Praxis und Studium, Potsdam.

Schmidbauer, Klaus (2011): Vorsprung mit Konzept. Erfolgreiche Konzepte für die Unternehmens- und Marketingkommunikation entwickeln, Berlin.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit (Kommunikationskonzept) beantragt werden.

Modul 11 Kommunikationsmanagement

Seminar für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 11-2 (Wahlmodul):

Vertiefung I Kommunikationsmanagement: Presse- und Medienarbeit

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Dienstag vom 13.12.2022 bis 31.01.2023

4-stündig 10:15 – 13:45 Uhr Raum 5.005

Im Vertiefungsseminar I des Moduls stehen die Zielgruppe der Journalistinnen und Journalisten sowie deren Organisationen im Mittelpunkt. Zunächst wird ein Überblick über die Medienlandschaft in Deutschland gegeben, die derzeit einem starken (crossmedialen) Wandel unterliegt.

Anschließend widmet sich das Seminar der praktischen Seite der Presse- und Medienarbeit. Wir machen uns die verschiedenen Formen und Möglichkeiten der Medien-PR bewusst (Medien-Input) und vergleichen sie mit den Instrumenten der Journalisten (Medien-Output). Dabei zeigt sich, dass insbesondere die „sachbetonte“ Information nach wie vor zum Kerngeschäft der Öffentlichkeitsarbeit gehört, während die „meinungsbetonten“ Genres - zumindest in der klassischen Medienarbeit - den Journalisten für ihren öffentlichen Auftrag vorbehalten sind (analog, digital).

Die kleinste Textform der Medienarbeit, die Pressemitteilung, soll geübt werden. Ergänzt wird die Schreibwerkstatt durch praktisch vermitteltes Wissen darüber, was ein Medienarbeiter sonst noch braucht: einen gepflegten Verteiler und Organisationstalent, rhetorisches Geschick, ein Gespür für Themen und eine gekonnte Visualisierung. Sie spielt auch für die digitale Medienarbeit eine große Rolle. Auf die massenmedialen Instrumente der Pressearbeit folgt die Betrachtung der interpersonalen Kommunikation; sie zeigt sich im Brief, im Telefonat, im Interview oder der Pressekonferenz.

Nach Möglichkeit sollen ein Gespräch mit einer Journalistin oder einem Journalisten sowie ein Besuch im Stuttgarter Medienhaus das Seminar abrunden.

Literaturempfehlungen:

Claudy, Nina (2020): Quick Guide Pressearbeit für kleine und mittelständische Unternehmen, 2. Aufl., Wiesbaden.

Falkenberg, Viola (2008): Pressemitteilungen schreiben: die Standards professioneller Pressearbeit, 5., vollst. überarb. und aktualisierte Aufl., Frankfurt/M.

Lüddemann, Stefan (2015): Kulturjournalismus. Medien, Themen, Praktiken, Wiesbaden.

Planck, Christiane (2011): Public Relations - crossmedial, Frankfurt/M.

Schneider, Wolf (2010): Deutsch für junge Profis. Wie man gut und lebendig schreibt, Berlin.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit (Kommunikationskonzept) beantragt werden.

Modul 11 Kommunikationsmanagement

Seminar für Studierende im 3. Semester

Modul 11-3 (Wahlmodul):

Vertiefung II Kommunikationsmanagement: Podcasting

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Dienstag vom 13.12.2022 bis 31.01.2023

4-stündig

14:15 - 17:45 Uhr

Raum 5.006

Wer heute für Public Relations in Kultureinrichtungen zuständig ist, muss sich auch mit digitalen Kommunikationsmöglichkeiten beschäftigen. Längst ist das, was gemeinhin als „Öffentlichkeit“ beschrieben wird, in kleine Teilöffentlichkeiten oder Gruppen zerfallen, die sich gezielt über jene Angebote informieren, die ihnen relevant und nützlich erscheinen.

Bloggen und Twittern, Posten, Foto-, Video- und Audio-Sharing und Podcasting gehören längst als Instrumente zu einer erweiterten Kultur-PR, die ihre Inhalte und Informationen multimedial und -modal aufbereiten. Für die Kultur-PR spielt das Zusammendenken analoger und digitaler Medien dabei eine ebenso große Rolle wie die Kenntnis der Wirksamkeit einzelner Kanäle für das eigene Angebot. Website und Social Media-Kanäle bedingen sich bei der Aufbereitung von Botschaften.

Im Vertiefungsseminar II bearbeiten wir ein Instrument dieser vielen Möglichkeiten und Kanäle genauer: das Podcasting. Derzeit boomt das Podcasting - nicht nur bei den professionellen audio-visuellen Playern wie den Rundfunkanstalten, sondern auch bei Printmedien und Kulturbetrieben, die mit Podcasts ihr Portfolio erweitern. Wir analysieren deutschsprachige Best-Practice-Beispiele aus Medien, Verlagen, Kultur und Kunst, diskutieren über Podcast-Genres, über Storytelling und Social-Media-Einbettung. Am Ende entwickeln wir eine eigene Inhalts- und Verbreitungsstrategie und produzieren selbst eine kleine Staffel kurzer Podcasts, die wir zu senden beabsichtigen.

Literaturempfehlungen:

Fraas, Claudia / Stefan Meier / Christian Pentzold (2012): Online-Kommunikation: Grundlagen, Praxisfelder und Methoden, München.

Hildebrand, Dirk (2022): Podcasts: konzipieren, produzieren und vermarkten, 1. Aufl., Freiburg.

Hoffjann, Thomas / Olaf Pleil (Hrsg.) (2015): Strategische Onlinekommunikation: Theoretische Konzepte und empirische Befunde, Wiesbaden.

Sammer, Petra (2017): Storytelling. Die Zukunft von PR und Marketing, 2. Aufl., Köln.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich.

Modul 12 Personal und Führung

Seminar für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 12-1 (Wahlmodul):

Personal und Führung I: Akteure und Aufgaben der Personalführung

Prof. Dr. Andrea Hausmann

Seminar Dienstag vom 25.10. bis 06.12.2022

4-stündig

14:15 - 17:45 Uhr

Raum 5.005

Das Personal gehört in Kulturbetrieben zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren. Nur wenn die Menschen in den zahlreichen Tätigkeitsfeldern ihr Bestes geben und professionell angeleitet, gefördert und gefordert werden, kann der Kulturbetrieb langfristig erfolgreich am Markt bestehen. Die Personalführung ist daher das zentrale Handlungsfeld im Personalmanagement und wird beeinflusst durch eine Vielzahl von Faktoren, wie z.B. die Heterogenität von Beschäftigten, Tätigkeitsbereichen oder Arbeitsverhältnissen. Zu den typischen Schwerpunktfeldern der Personalführung, die auch im Seminar behandelt werden, gehören u.a. typische individuelle und organisationale Einflussfaktoren auf die Führung in Kulturbetrieben, die Unterscheidung zwischen Kern- und Querschnittsaufgaben der Führung (u.a. Onboarding, Personalgewinnung), Fragen zur Mitarbeitermotivation und Selbstverantwortung und, last but not least, die Herausforderung der Selbstführung einer Führungskraft. Die Veranstaltung ist dabei so angelegt, dass die Studierenden einerseits das theoretische Rüstzeug der Personalführung nähergebracht bekommen und andererseits die Übertragung der theoretischen Erkenntnisse auf die praktischen Realitäten von Kulturbetrieben üben. Da Führung *jeden* in Kulturbetrieben betrifft richtet sich das Seminar sowohl an Studierende mit Interesse an künftiger Führungsverantwortung als auch an Studierende, die künftige Arbeitsbeziehungen und Führungssituationen besser verstehen und (mit-)gestalten wollen.

Literaturempfehlungen:

Hausmann, A. (2019): Cultural Leadership I. Begriff, Einflussfaktoren und Aufgaben der Personalführung in Kulturbetrieben, Wiesbaden: Springer.

Hausmann, A./Murzik, L. (2013): Erfolgsfaktor Personal. Wirksames Personalmanagement für Kulturbetriebe, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer.

Rosenstiel, L./Regnet, E./Domsch, M. (2014): Führung von Mitarbeitern, Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Schäffer-Poeschel: Stuttgart.

Weibler, J. (2016): Personalführung, 3. Aufl., München: Vahlen.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten für Studierende im dritten Semester ist die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung erforderlich.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten für Studierende im ersten Semester ist die Teilnahme an zwei Seminaren und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung als Modulprüfung in einem Seminar erforderlich.

Modul 13 Teamlabor Kulturbetrieb

Kompaktseminar für Studierende im 1. Semester

Modul 13-1 (Pflichtmodul)

Existenzgründung

Sabrina Isaac-Fütterer

Kompaktseminar

28.10.2022	09:30 - 15:30 Uhr	Online per Zoom
04.11.2022	09:30 - 15:30 Uhr	Online per Zoom
11.11.2022	09:30 - 15:30 Uhr	Online per Zoom
18.11.2022	09:30 - 15:30 Uhr	Online per Zoom

In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind in den vergangenen Jahren überdurchschnittlich viele neue Unternehmen entstanden. Eine Existenzgründung ist jedoch immer ein Wagnis und ihr langfristiger Erfolg hängt von verschiedenen Faktoren ab. Es ist Lernziel des Seminars, diese Faktoren zu identifizieren und die Studierenden mit den Rahmenbedingungen der Kultur- und Kreativwirtschaft und den Besonderheiten einer Existenzgründung in diesem Sektor vertraut zu machen. Im Vordergrund stehen dabei die Merkmale der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihrer Akteure, die Gründerperson(en), die Rolle des Marketings und die Besonderheiten von GründerInnen sowie die aktuellen Megatrends im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Literaturempfehlungen:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2019): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2019, https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2019/monitoring-wirtschaftliche-eckdaten-kuk.pdf?__blob=publicationFile&v=10.

Hausmann, A. (2019): Basics der Existenzgründung in der Kultur- und Kreativwirtschaft, Praxis Kulturmanagement, Wiesbaden.

Langholz, J. (2011): Existenzgründung im Kulturbetrieb, Reihe Kunst- und Kulturmanagement, Bielefeld.

Vogelsang, E./C. Fink/M. Baumann (2016): Existenzgründung und Businessplan, 4. Aufl., Berlin.

Rohrberg, Andrea / Andreas Schug (2010): Die Ideenmacher. Lustvolles Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ein Praxis-Guide, Bielefeld.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters

Modul 13 Teamlabor Kulturbetrieb

Seminar für Studierende im 1. Semester

Modul 13-2 (Pflichtmodul)

Gesellschaftsrecht

Prof. Dr. Simone Grimm

Vorlesung

19.1.2023	09:00 - 15:15 Uhr	Raum 5.005
20.1.2023	09:00 - 14:30 Uhr	Raum 5.005

In dem Seminar werden die verschiedenen gesellschaftsrechtlichen Rechtsformen, wie der Verein, die BGB-Gesellschaft, die Partnerschaftsgesellschaft, die GmbH, die Aktiengesellschaft und die eingetragene Genossenschaft vorgestellt. Ziel des Seminars ist es, den Entscheidern im Kulturbereich Grundlagen für die Organisation und Rechtsformenwahl zu vermitteln.

Es wird gebeten, den Gesetzesband: „Wichtige Wirtschaftsgesetze“ aus dem NWB-Verlag in der neuesten Ausgabe zum Seminar mitzubringen.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Modul 13 Teamlabor Kulturbetrieb

Seminar für Studierende im 1. Semester

Modul 13-3 (Pflichtmodul)

Teamlabor Kulturbetrieb

Sarah Schuhbauer M.A. / Antonia Schwingen M.A.

Übung Montag, 31.10./14.11/28.11/12.12.2022 und 16.01./30.01.2023

4-stündig

10:15 - 13:45 Uhr

Räume 5.005 und 5.006

Kulturmanagement kann als Komplex von Steuerungsaufgaben zur Hervorbringung und Sicherung kultureller Angebote in arbeitsteiligen Systemen verstanden werden. Dazu braucht es Ideen, Ressourcen, Verfahren, Techniken - und ein Team. Das Teamlabor Kulturbetrieb, zu dem sich Studierende in Kleingruppen für mehrere Semester als UnternehmensgründerInnen zusammenfinden, bietet den Ort und die Chance, viele Elemente des Kulturmanagements an einem konkreten, wenn auch fiktiven, Beispiel zusammenzufassen und durchzuspielen.

Welche Voraussetzungen muss ich als GründerIn eines Kulturbetriebs erfüllen? Welche Unternehmensideen sind attraktiv? Wie plane ich mein eigenes Unternehmen? Wie erstelle ich einen Businessplan? Wie treffe ich strategische Entscheidungen, wie agiere ich operativ erfolgreich? Wie bilde ich ein schlagkräftiges Team? Wie funktioniert die Finanzierung, wie das Marketing, wie die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit?

Die notwendigen Bausteine zur Beantwortung all dieser Fragen liefert das Lehrangebot des Studiengangs. Der Transfer in die Praxis des Kulturbetriebs kann dann in der Eigenregie der Studierenden im Teamlabor erfolgen und wird durch kurze Inputs im Seminar angereichert. Die theoretischen und praktischen Anforderungen im komplexen System des Kulturbetriebs werden so spielerisch eingeübt. Zugleich eröffnen sich Chancen der Verbindung von kreativem Denken und geschäftstüchtigem Rechnen.

Der Themen- und Ablaufplan des Teamlabors Kulturbetrieb wird im Rahmen der Einführungswoche vorgestellt. Das Projektkolloquium dient als Plattform zum permanenten Austausch mit und unter den verschiedenen Laborbetrieben.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des ersten Semesters Pflicht.

Modul 13 Teamlabor Kulturbetrieb

Seminar für Studierende im 3. Semester

Modul 13-3 (Pflichtmodul)

Teamlabor Kulturbetrieb - Teamlaborwoche für Drittsemester

Sarah Schuhbauer M.A.

17.10.2022 bis 21.10.2022 ganztägig

Räume 5.005 und 5.006

Mit der Kompaktwoche beginnen die abschließenden Arbeiten der studentischen Gruppen an ihren Geschäftsideen. Nach einer Überarbeitung der Finanztabellen werden auf der Grundlage von Impulsen und eigenen Recherchen geeignete Finanzierungsmöglichkeiten ermittelt. Im Gespräch mit ExpertInnen erhalten die Studierenden sowohl weiteres Feedback zu den Finanztabellen als auch zu den gewählten Finanzierungsmöglichkeiten. Anschließend werden die Ergebnisse der einjährigen Arbeit an den Unternehmensideen zusammengeführt. Abgeschlossen wird das Teamlabor mit einer öffentlichen Abschlusspräsentation und der Niederschrift in Form eines Businessplans.

Für die Detailplanung dieser Woche wird im bereits bestehenden Moodle-Kurs ein Terminplan zur Verfügung gestellt.

Die Abschlusspräsentation findet am Dienstag, 22.11.2022, von 17:45-18:45 Uhr statt.

Der Businessplan muss bis zum Sonntag, 27.11.2022, abgegeben werden (sowohl ausgedruckt als auch digital). Weitere Informationen zur Abschlusspräsentation und zum Businessplan erhalten die Studierenden im Laufe der Kompaktwoche.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des dritten Semesters Pflicht.

Modul 14 Sonstige Studienleistungen

Kompaktseminar für Studierende im 1. Semester

Modul 14-1 (Pflichtmodul)

Projektmanagement

Natascha Häutle M.A.

Kompaktseminar

22.12.2022	09:30 - 17:30 Uhr	Raum 5.005
27.01.2023	09:30 - 17:30 Uhr	Raum 5.005
03.02.2023	09:30 - 17:30 Uhr	Raum 5.005

Bedingt durch die geringer werdende Bereitschaft und Fähigkeit insbesondere der öffentlichen Hand, Ressourcen im Rahmen einer institutionellen Förderung langfristig in Kultureinrichtungen zu binden, aber auch weil Projekte neue Möglichkeiten und innovative Impulse versprechen, wird die Projektarbeit im Kulturbetrieb immer wichtiger.

Professionelles Projektmanagement ermöglicht dabei die zielgerichtete und ressourcenschonende Bewältigung komplexer Fragestellungen und kann darüber hinaus positiv auf die Motivation und Kooperation der beteiligten Mitarbeitenden und Organisationen rückwirken. Voraussetzung dafür ist die Bereitschaft der Projektbeteiligten zu einer flexiblen Arbeitsorganisation und zu einem intensiven kommunikativen Austausch.

Das Seminar vermittelt den Teilnehmenden die zentralen Techniken und Instrumente des klassischen Projektmanagements und zeigt ergänzend die Grundlagen des agilen Projektmanagements auf. Es macht mit Fragen der Teambildung, der Projektstruktur, der Ablaufplanung in Projekten und des Projektcontrollings vertraut und stellt Software-Lösungen zur Unterstützung von Projektmanagement vor.

Literaturempfehlungen:

Bemmé, Sven-Oliver (2020): Kultur-Projektmanagement. Kultur- und Organisationsprojekte erfolgreich managen, Wiesbaden.

Klein, Armin (2010): Projektmanagement für Kulturmanager, Wiesbaden.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Modul 14 Sonstige Studienleistungen

Exkursion für Studierende im 1. und 3. Semester

Modul 14-2 (Pflichtmodul)

Tagesexkursion: Heidelberg - Kultur vor Ort

Prof. Dr. Andrea Hausmann

Exkursion

Donnerstag, 27. Oktober 2022; ganztägig

Unsere Tagesexkursion führt dieses Jahr nach Heidelberg. Wie keine andere Stadt steht Heidelberg sowohl für historisch bedeutende Orte als auch für moderne Wissenschaft. Neben historischen Gebäuden sowie zahlreichen Kirchen und Klöstern und nicht zuletzt dem weltberühmten Schloss Heidelberg beheimatet die Stadt auch Deutschlands älteste Universität und zahlreiche weitere Hochschulen. Darüber hinaus beherbergt Heidelberg noch weitere renommierte Forschungseinrichtungen sowie forschungsnaher Unternehmen. Als eine der wenigen deutschen Großstädte blieb Heidelberg im Zweiten Weltkrieg zudem weitgehend unversehrt, was nicht zuletzt auch dazu beiträgt, dass Heidelberg als eine der schönsten Städte Deutschlands gilt. Jährlich besuchen rund 11,9 Millionen Gäste aus aller Welt die Stadt am Neckar, wozu auch das Kulturangebot der Stadt einen wesentlichen Beitrag leistet.

Das detaillierte Programm wird zur Einführungswoche vorliegen.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.