
Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

Masterstudium Kulturwissenschaft und Kulturmanagement

Wintersemester 2021/22

Termine und Fristen im Wintersemester 2021/22

Beginn der Vorlesungszeit ist am 18. Oktober 2021
Ende der Vorlesungszeit ist am 4. Februar 2022

Alle regelmäßigen Vorlesungen finden ab Montag 25. Oktober 2021 bis Freitag 4. Februar 2022 statt; vorlesungsfrei ist vom 24. Dezember 2021 bis 7. Januar 2022.

Einführung in das Studium für die Erstsemester durch den Studiengangsleiter Prof. Dr. Knubben ist am Montag, 18. Oktober 2021, um 10.30 in Raum 5.005.

Die Einführung in das dritte Semester findet durch Prof. Dr. Knubben am Montag, 18. Oktober 2021 um 14.00 Uhr in Raum 5.005 statt.

Die Zulassung zu den Modulprüfungen kann vom 10. Januar bis 2. Februar 2022 beantragt werden. Selbstverständlich muss die Zulassung zur Modulprüfung vor den Modulprüfungen bzw. vor der Abgabe der Modulhausarbeiten liegen.

Abgabe der Modulhausarbeiten/Fallanalysen, für die eine Zulassung vorliegt, und der benoteten Einzelleistungen vom 10. Januar bis spätestens 31. März 2022.

Arbeiten, die zum Erwerb von ECTS-Punkten für die Zulassung zur Masterarbeit erforderlich sind, müssen bis spätestens Freitag, den 28. Januar 2022 abgegeben werden.

Abgabe des Antrags auf Ausgabe eines Themas für die Masterarbeit und des Antrags auf Zulassung zur Masterarbeit bis spätestens Freitag, den 4. Februar 2022. Hierzu ist der Nachweis von 60 ECTS-Punkten und der Abschluss des Moduls 14 erforderlich.

Einzelklausur:

4.3 Medien- und Urheberrecht
Donnerstag, 16. Dezember 2021 10.30 - 11.30 Uhr

Modulklausur (Anmeldung erforderlich):

Modul 3 Kulturpolitik
Mittwoch, 9. Februar 2022 10.00 - 12.00 Uhr

Veranstaltungsangebot für Studierende im 1. Semester

Montag

Modul 8 (Pflichtmodul)

Grundlagen der Kulturbetriebssteuerung

Dr. Petra Schneidewind

Seminar Mo 10.15 - 11.45 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 7 (Wahlmodul)

Theatertexte lesen

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Mo 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005

Lange waren die Theater wegen der Corona-Pandemie geschlossen. Nun sind sie zurück, mischen sich mit dramatischen Texten ein oder zeigen durch innovative Inszenierungen klassischer Stücke deren Aktualität für die Gegenwart. Auch das Stuttgarter Schauspiel setzt mit seinem Motto in der kommenden Spielzeit Akzente: „Worauf warten wir endlich“ (Burkhard C. Kosminski).

Diese Frage greift das Seminar auf: Wir lesen einige der Theatertexte, die in der Spielzeit 2021/22 im Staatstheater Stuttgart inszeniert werden, sowie deren Prätexte. Auf unserem Programm stehen u.a. „König Oedipus“ von Sophokles (429-425 v. Chr.), „Verbrennungen“ von Wajdi Mouadwad (2003), „Don Juan“ von Molière (1665), „Algo paso“ von Thomas Köck (2021), „Reigen“ von Arthur Schnitzler (1896) und „Siebzehn Skizzen aus der Dunkelheit“ von Roland Schimmelpfennig (2021).

Ziel des Seminars ist es, einerseits für moderne Stücke und deren intertextuelle Bezüge zu sensibilisieren und andererseits die Inszenierung als eigene Form der Textinterpretation zu sehen, die mit dem Selbstverständnis des Theaters als diskursivem Ort in Verbindung steht. Darüber diskutieren wir sowohl im Seminar als auch mit den Dramaturginnen und Dramaturgen oder Regisseurinnen und Regisseuren der Stücke, die wir im Theater besuchen.

Die Gegenwartstexte werden in den Semesterferien auf Moodle zugänglich gemacht; die klassischen Texte sollen als Reclam-Hefte erworben werden. Daneben fallen Eintrittsgelder für etwa vier Aufführungen zum Studierendenpreis (5 bis 8 Euro) an.

Literaturempfehlungen:

Molière: Don Juan. Komödie in fünf Akten. Übers. Von Arthur Luther, Nachwort von Jürgen Stackelberg, Ditzingen. ISBN: 978-3-15-005402-4

Schnitzler, Arthur: Reigen. Zehn Dialoge Textausgabe mit Anmerkungen/ Worterklärungen, Editorischer Notiz, Literaturhinweisen und Nachwort hrsg. von Michael Scheffel, Ditzingen (ISBN: 978-3-15-018158-4).

Schöblier, Franziska (2017): Einführung in die Dramenanalyse, Stuttgart.

Sophokles: König Oedipus. Textausgabe mit Anmerkungen/ Worterklärungen und Nachwort von Kurt Steinmann, Ditzingen (ISBN: 978-3-15-000630-6).

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

Modul 13 (Pflichtmodul)

Teamlabor Kulturbetrieb

Koordination: Sarah Schuhbauer M.A. / Anna Stegmann M.A.

Übung Mo 14.15 - 17.30 Uhr Raum 5.005
am 25.10. / 15.11. / 29.11. / 13.12.2021 / 10.01. / 24.01.2022

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 Unternehmensgründer 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 Gründer 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. Im Teamlabor können die Studierenden in Eigenregie den Transfer in die Praxis wagen. 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 Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Modul 6 (Pflichtmodul)

Wissenschaft im Kulturmanagement

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Mo 14.15 - 17.45 Uhr Raum 5.005
am 08.11. / 22.11. / 06.12.2021

Das Fach Kulturmanagement ist noch jung: Entstanden vor rund 30 Jahren und interdisziplinär aufgestellt, bearbeitet es unterschiedliche Fragestellungen rund um den Kulturbetrieb. Auch die Reflexion des eigenen Faches steht am Anfang, wird aber von Verbänden wie dem Fachverband für Kulturmanagement oder einzelnen Instituten kontinuierlich vorangetrieben. Profil- und richtungsgebend sind dabei sowohl wissenschaftstheoretische Einordnungsversuche als auch die Ausrichtung an sozialempirischen Methoden; zugleich gibt der Kulturbereichs als Gegenstand die Themen vor.

Das Seminar führt in einer ersten Doppelstunde die (kurze) Geschichte des Faches und seine Selbstreflexion ein. Es gibt einen Einblick in Genese und Positionierung des Faches und skizziert, welche Theorien, Methodologien und Methoden sich im Kulturmanagement wiederfinden. In einer zweiten Doppelstunde klärt es über wissenschaftstheoretische Grundbegriffe sowie über methodologische und methodische Anleihen aus jenen Fächern auf, die gemeinhin als die „Mutterdisziplinen“ des Kulturmanagements bezeichnet werden: die Betriebswirtschaftslehre, die Soziologie und - seit neuerem - die Kulturwissenschaften. In einer dritten Doppelstunde bespricht das Seminar die Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens im Kulturmanagement und am Institut in Ludwigsburg.

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.

Dienstag

Modul 11 (Pflichtmodul)

Grundlagen des Kommunikationsmanagements

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Di 10.15 – 13.45 Uhr Raum 5.005
vom 26.10. bis 30.11.2021

Unter Öffentlichkeitsarbeit oder Public Relations wird gemeinhin jene Beziehungsarbeit verstanden, die zwischen einer Organisation und ihren Bezugsgruppen aufgebaut und gepflegt wird. Dabei gehört es zu den Oberzielen der PR, Bekanntheit, Vertrauen und Interaktion beim und mit dem Publikum, aber auch mit Mittlerinnen und Mittlern wie den Medien, mit Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in der Bürgergesellschaft sowie mit Förderinnen und Förderern herzustellen.

In diesem Kontext ist für die Kultur-PR die Organisation ein wichtiger Schlüsselbegriff: Sie ist der Ankerpunkt für jene Kommunikationsstrategien, mit denen die Kultur-PR arbeitet. Dabei verfolgen Kulturorganisationen mit ihrer PR zwei Ziele: Langfristig geht es darum, ihre Existenz durch Zustimmung in der Öffentlichkeit zu sichern; kurz- und mittelfristig soll spezifische Überzeugungsarbeit beim Publikum geleistet werden. Für beide Absichten ist ein Kommunikationskonzept wichtig.

Das Seminar behandelt die wichtigsten Funktionen und Arbeitsfelder von Public Relations, bevor es sich konkret dem Instrument des Kommunikationskonzeptes widmet. Schritt für Schritt entwickeln wir ein PR-Musterkonzept und lernen am Ende die wichtigsten Kontrollverfahren kennen. Sie helfen, sowohl die Ziele als auch die Mittel der Öffentlichkeitsarbeit zu optimieren. Strategisches Kommunikationsmanagement erweist sich so als wichtiger 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; Bernouilly, Stephanie (2020): Um die Hecke gedacht. Kommunikationsstrategien entwickeln, Frankfurt/M.

Merten, Klaus (2013): Konzeption von Kommunikation: Theorie und Praxis des strategischen Kommunikationsmanagements, Wiesbaden

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 (Pflichtmodul)

Vertiefung I Kommunikationsmanagement: Presse- und Medienarbeit

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Di 10.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005
vom 07.12.2021 bis 01.02.2022

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 so 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 zweiten 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 12 (Wahlmodul)

Personal und Führung II - Prinzipien und Instrumente der Personalführung

Prof. Dr. Andrea Hausmann

Seminar Di 14.15 - 17.45 Uhr Raum 5.005
vom 26.10. bis 30.11.2021

Viele Kulturbetriebe, -stiftungen und -verwaltungen wissen, dass mittlerweile eine große oder vielleicht sogar *die* größte Herausforderung der Wettbewerb um gute MitarbeiterInnen ist. Bereits schon heute können sich insbesondere die guten KandidatInnen tendenziell eher ihren Arbeitgeber aussuchen als umgekehrt. Und dann kommt es entscheidend darauf an, wie eine Kulturorganisation aufgestellt ist - auch und gerade in Sachen Führungskultur.

Für angehende KulturmanagerInnen ist es - unabhängig davon, ob sie später als Führungskraft oder Geführte tätig sein wollen - wichtig zu verstehen, wie eine solche Führungskultur etabliert und weiterentwickelt werden kann. Ziel des Seminars ist es daher, die Studierenden dazu zu befähigen, die internen Voraussetzungen in Kulturbetrieben so aktiv mitzugestalten, dass Kulturbetriebe professionellere, flexiblere und mitarbeiterfreundlichere Arbeitgeber werden. Dabei sollen auch Entscheidungshilfen dazu gemeinsam erarbeitet werden, für wen der Studierenden unter welchen Bedingungen die Übernahme einer Führungsposition in Kulturbetrieben überhaupt anstrebenswert ist.

Nach einer Einführung in die Grundlagen von Führung in Kulturbetrieben befasst sich das Seminar theoretisch fundiert, interaktiv und unter Einbeziehung vieler aktueller Praxisbeispiele mit folgenden Möglichkeiten zur Gestaltung von Führungsbeziehungen und der Führungskultur in Kulturbetrieben: Führungsstile; Führungsprinzipien, Rituale und Haltung; Macht und Machtmissbrauch; Dimensionen von Führungserfolg und -misserfolg; indirekte Führungsinstrumente mit Fokus Koordination (Organisationsstruktur/-kultur, Führungsgrundsätze etc.). „Digital Leadership“ und den sehr aktuellen Herausforderungen, die Führung auf Distanz auch für Kulturbetriebe mit sich bringt.

Literaturempfehlungen:

Hausmann, A. (2020): Cultural Leadership II. Instrumente der Personalführung, Wiesbaden.

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

Klein, A. (2008): Leadership im Kulturbetrieb, Wiesbaden.

Rosenstiel, L. / E. Regnet / M. Domsch (2014): Führung von Mitarbeitern, Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 7. Aufl., Stuttgart.

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

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

Modul 9 (Pflichtmodul)

Grundlagen der Kulturfinanzierung

Claus-Peter Bensch M.A.

Seminar Di 14.15 - 17.45 Uhr
am 07.12.2021 / 11.01.2022 / 25.01.2022 in Raum 5.005
am 14.12.2021 / 18.01.2022 / 01.02.2022 online über Zoom

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, Merchandising und Licensing sowie Public-Private-Partnership.

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.

Mittwoch

Modul 13 (Pflichtmodul)

Existenzgründung

Prof. Dr. Andrea Hausmann

Seminar Mi 10.15 - 11.45 Uhr online über 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, die Unternehmensorganisation sowie die Bedeutung eines Businessplans für Existenzgründungen in der Kultur.

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=12.

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 3 (Pflichtmodul)

Kulturpolitik I

Prof. Dr. Thomas Knubben

Seminar Mi 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005

Keine Kulturpolitik ist auch eine Kulturpolitik. Wer im kulturellen Umfeld arbeiten will, kommt daher nicht umhin, sich 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 sowie ein Vergleich mit kulturpolitischen Ansätzen in anderen Ländern.

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.

Der Text kann bei Frau Lassen abgeholt werden.

Literaturempfehlungen:

Fuchs, Max (2007): Kulturpolitik, Wiesbaden.

Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.) (2000-2019/2020): Jahrbuch für Kulturpolitik, Essen bzw. Bielefeld.

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

Kompendium of Cultural Policies and Trends, www.culturalpolicies.net.

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 1 (Pflichtmodul)

Kulturtheorie der Moderne

Prof. Dr. Clemens Klünemann

Vorlesung Mi 14.15 - 17.45 Uhr Raum 5.005
am 27.10./10.11./24.11./08.12./22.12.2021 / 19.01./02.02.2022

In dieser Vorlesung wird es um Themen und Texte gehen, in denen das Selbstverständnis 'der Moderne' zum Ausdruck kommt. Ausgangspunkt wird die Begriffsbestimmung sein, wie sie aus der ab 1687 in der Académie française ausgetragenen 'Querelle des Anciens et des Modernes' hervorgeht. Auf dieser Grundlage gilt es einen Bogen in unsere Gegenwart zu spannen, der die einzelnen Modernisierungsschübe en détail anspricht: Das Epochenselbstverständnis der Aufklärung, die „durchkreuzte Moderne“ (Barbara Vinken) in Gustave Flauberts Werk, das Zeitverständnis der Pariser Commune, das kulturelle Sendungsbewusstsein des kolonialen Denkens, aber auch die provozierende Modernität von Futurismus und Faschismus und schließlich die Debatten um die Begriffe 'Nation' und 'Identität', wie sie sich in der Tradition Ernest Renans bei Pascal Ory (*Qu'est-ce qu'une nation ?*, 2020), aber auch in Dirk Moses' Polemik gegen den „deutschen Katechismus“ spiegeln – oder aber auch in den Auseinandersetzungen um das Humboldt-Forum im wiedererrichteten Berliner Schloss.

Durch diese (und weitere) kulturgeschichtliche(n) Aspekte werden Stationen und Positionen einer Theorie der Kultur (in) der Moderne zur Sprache kommen.

Literaturempfehlungen:

Assmann, Jan (1992/2018): Das kulturelle Gedächtnis, München.

Bohrer, Karl-Heinz et al. (1998): Postmoderne. Eine Bilanz, Sonderheft 'Merkur' (594).

Bredenkamp, Horst (2021): Michelangelo, Berlin.

Bredenkamp, Horst (2018): Berlin am Mittelmeer. Kleine Architekturgeschichte der Sehnsucht nach dem Süden, Berlin.

Jaeger, Michael (2021): Goethes Faust. Das Drama der Moderne, München.

Ross, Kristin (2021): Luxus für alle. Die politische Gedankenwelt der Pariser Kommune, Berlin.

Savoy, Bénédicte (2018): Die Provenienz der Kultur, Berlin.

Trotha, Hans von (2021): Die große Illusion. Ein Schloss, eine Fassade und ein Traum von Preußen, Berlin.

Vinken, Barbara (2009/2015): Flaubert, Frankfurt/Main.

Witte, Bernd (2018): Moses und Homer. Griechen, Juden, Deutsche: Eine andere Geschichte der deutschen Kultur, Berlin.

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 zwei Seminaren 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 (Pflichtmodul)

Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts I

Prof. Dr. Thomas Knubben

Vorlesung Mi 14.15 - 17.45 Uhr Raum 5.005
am 03.11., 17.11., 01.12., 15.12.2021 und am 12.01., 26.01.2022

Die Vorlesung will einen Überblick geben über die wesentlichen Entwicklungen von Kunst und Kultur im 20. Jahrhundert. Der Ansatz ist dabei spartenübergreifend und soll neben ästhetischen Fragestellungen auch das gesellschaftliche, politische und ökonomische Umfeld einbeziehen. Die Vorlesung beginnt mit dem Jahrhundertwechsel, fragt nach dem kulturellen Erbe des 19. Jahrhunderts und den Bedingungen für den Aufbruch der Moderne. Sie behandelt die kulturellen Bewegungen, Impulse, Debatten und Katastrophen des wilhelminischen Zeitalters, beschäftigt sich mit der Doppelgesichtigkeit der Weimarer Republik und analysiert die Manipulation und Unterdrückung von Kunst und Kultur durch das Nazi-Regime.

Literaturempfehlungen:

Glaser, Hermann (2002): Kleine Kulturgeschichte Deutschlands im 20. Jahrhundert, München.

Von der Dunk, Hermann (2004): Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts, 2 Bände, Darmstadt.

Hermann, Jost (2006): Deutsche Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts, Darmstadt.

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 zwei Seminaren 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 3 (Pflichtmodul)
Modul 7 (Wahlmodul)

Kulturpolitik II

Divers und diskursiv
Kultur- und Medienarbeit in der pluralistischen Gesellschaft

Prof. Dr. Thomas Knubben / Natascha Häutle M.A.

Vorlesung Mi 18.15 - 19.45 Uhr Raum 1.318 (oder 5.005)
am 27.10./03.11./17.11./24.11./01.12./08.12./15.12.2021/
12.01./19.01./26.01.2022

Interdisziplinäre Ringvorlesung im Wintersemester 2021/22

Die Debatte um Diversität treibt die Gesellschaft um. Sie artikuliert sich in der Diskussion um soziale Gerechtigkeit, in der Frage nach sexueller Identität und Selbstbestimmung oder religiösem Selbstverständnis und Toleranz, im Problem unterschiedlicher Barrieren bei körperlichen oder geistigen Behinderungen und nicht zuletzt in Konflikten um ethnische Zugehörigkeitsgefühle und Zuordnungsmuster, kurz: in allen Fragen und Formen der individuellen Selbst- wie Fremdverortung und gesellschaftlichen Organisation.

Die interdisziplinäre Ringvorlesung beschäftigt sich mit der Frage, wie Kultur- und Medienarbeit in der pluralen Gesellschaft aussehen und sich in der beschriebenen Debatte verorten kann. Dem Untersuchungsfeld zugrunde gelegt wird ein weiter Kulturbegriff, der Erscheinungsformen im Kunstbetrieb, im Bildungswesen, in der Soziokultur, in der Freizeit und im allgemeinen Medienleben umfasst.

An zehn Terminen soll diesen Themen und Praxisfeldern auf diskursive Weise nachgegangen werden. Jede Veranstaltung besteht aus einem Impulsvortrag, Austausch mit weiteren Expert*innen im jeweiligen Feld sowie einer moderierten Diskussion.

Die Themen und Gäste werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Modul 3:

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

Für den Erwerb von ECTS-Punkten im Modul Kulturpolitik ist die Teilnahme an den beiden Seminaren Kulturpolitik I und Kulturpolitik II erforderlich. Die Ringvorlesung deckt in diesem Semester Kulturpolitik II ab. Nachdem die Veranstaltungsbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 7:

Für die benotete Einzelleistung im Modul 7, Wahlbereich, ist die Teilnahme an allen Terminen sowie ein Essay im Themenbereich der Veranstaltung verpflichtend.

Kompaktveranstaltungen

Einführung in das Studium des Kulturmanagements

Kompaktseminar 18.-22.10.2021 Präsenzveranstaltung in Raum 5.005

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 10 (Pflichtmodul)

Grundlagen des Kulturmarketings

Prof. Dr. Andrea Hausmann

Kompaktseminar

Do 28.10.2021	9.15 - 16.45 Uhr	Online über Zoom
Do 04.11.2021	9.15 - 16.45 Uhr	Online über Zoom
Do 11.11.2021	9.15 - 16.45 Uhr	Online über Zoom

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.).

Das Seminar findet online statt und beinhaltet einen abwechslungsreichen, interaktiven Mix aus theoretischer Wissensvermittlung und Flipped Learning-Elementen an praktischen Beispielen aus der Kultur.

Literaturempfehlungen:

Hausmann, A. (2021): Kulturmarketing, 3. Aufl., Wiesbaden.

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 4 (Wahlmodul)

Recht III - Medien- und Urheberrecht

Prof. Dr. Ralf Kitzberger

Kompaktseminar

Do 18.11.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Do 02.12.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Do 09.12.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005

„Was macht die Kunst?“ fragt der Prinz den Maler Conti in dem Trauerspiel Emilia Gallotti. „Die Kunst geht nach Brot“, stellte der Befragte nüchtern fest. Heute steht der Künstler nicht einem Prinzen, sondern einer ganzen Medien- und Urheberrechtsindustrie gegenüber. Dennoch haben viele Kulturschaffende nur eine geringe Vorstellung von dem Reiz und der wirtschaftlichen Bedeutung des Medien- und Urheberrechts.

Das Medienrecht hat sich als Rechtsdisziplin aus verschiedenen Rechtsgebieten, insbesondere aus dem Recht der einzelnen Medien, sowie dem Urheberrecht entwickelt.

Das Urheberrecht ist die rechtliche Grundlage für die Verwertung von klassischen Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst ebenso wie von Computerprogrammen, Datenbanken und im Internet digital vervielfältigter Werke aller Art. Das Urheberrecht ist in erster Linie auch das Recht des Urhebers und die Anerkennung seiner schöpferischen Leistung. Es ist untrennbar mit dem Werkschöpfer verbunden, der die Verwertung seines Werkes meistens in fremde Hände legen muss und zu diesem Zweck Lizenzverträge mit individuellen Verwertern oder einen Wahrnehmungsvertrag mit einer Verwertungsgesellschaft abschließen muss.

Die Veranstaltung soll das Medien- und Urheberrecht ebenso wie das dazugehörige Urhebervertragsrecht und das Recht der Verwertungsgesellschaften darstellen und einen Überblick und Einblick in das Beziehungsgeflecht dieser Materie ermöglichen. Ziel der Veranstaltung ist neben der Systematisierung der einzelnen Hauptgebiete, deren Beziehung zueinander sowie die Funktionalität der Teilnehmer. Ein besonderes Schwergewicht liegt bei der Behandlung der Multimediaproduktionen und der neuen Medien.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Umsetzung des theoretischen Wissens auf die täglichen praktischen Bedürfnisse im Kulturmanagement. Zu diesem Zweck sollen praktische Fallbeispiele und die wichtigsten Musterverträge die Veranstaltung begleiten.

Literaturempfehlungen:

Schneidewind, Petra / Martin Tröndle (2012): Selbstmanagement im Musikbetrieb, Bielefeld.

Handbuch Kultur und Recht (2015), Dr. Josef Raabe Verlags GmbH

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

Modul 14 (Pflichtmodul)

Projektmanagement

Natascha Häutle M.A.

Kompaktseminar

Do 13.01.2022	9.30 - 17.30 Uhr	Raum 5.005
Fr 14.01.2022	9.30 - 17.30 Uhr	Raum 5.005
Do 20.01.2022	9.30 - 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 Mitarbeiter 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 Projektmanagements. Es macht mit Fragen der Teambildung, der Projektstruktur, der Ablaufplanung in Projekten und des Projektcontrollings vertraut und zeigt auf, wie ein modernes Projektmanagement durch den Einsatz von Software unterstützt werden kann.

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 2 (Wahlmodul)

Angewandte Kunstwissenschaften im Kulturbetrieb - Musik

Paul Woog

Kompaktseminar

Fr 05.11.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Fr 03.12.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Fr 17.12.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005

In diesem Seminar wird ein Überblick über den Musikbetrieb als Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft gegeben. Insbesondere das Umfeld der Tonträger- und Live-Entertainmentbranche wird detailliert betrachtet und das Zusammenwirken privatwirtschaftlicher, öffentlicher und gemeinnütziger Aktivitäten.

Am zweiten und dritten Seminartag stellen die Studierenden in einem Referat jeweils einen Bereich/ein Musikunternehmen vor, z.B.: Musikverlag (Publishing), Label (Marketing/Sales), Herstellung und Vertrieb (Distribution), Vertrieb Online/Streaming, Der Künstler und das Werk, wie entsteht Musik?, Verwertungsgesellschaften GEMA, GVL, Studio und Produzenten (Recording und Production), Band- und Ensemblemanagement, Bandorganisation, Booking und Künstlervermittlung, Tournee- und Konzertveranstalter (U-Musik/E-Musik), Zweit und Drittverwertung (Musik & Werbung, Musik im Film, Filmmusik, Musikvideo, Musik und Radio, Merchandising), Musikjournalismus, Internationaler Musikmarkt, Weltmusik/in Deutschland, Verbände und Verwaltung.

Zum Abschluss des Seminares werden Digitalisierung, DiY / Existenzgründung und Musikförderung behandelt.

Literaturempfehlungen:

Baierle, Christian (2009): Der Musikverlag. Geschichte, Aufgaben, Medien und neue Herausforderungen, München.

Binas, Susanne (1997): Popmusik im regionalen Kulturprozeß. Soziale Verantwortung auf wirtschaftlichen Grundlagen, Meißen 1997.

Bundesverband Musikindustrie e.V./ Deutscher Musikverleger-Verband e.V. et al. (Hrsg.) (2015): Musikwirtschaft in Deutschland. Studie zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Musikunternehmen unter Berücksichtigung aller Teilsektoren und Ausstrahlungseffekte.

BDV (Hrsg.)(2013/folge Studien): Live-Entertainment in Deutschland. Eine Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Hamburg

Burghart, Marina/ Hampe, Christine (2007): Künstleraufbau und -vermarktung auf dem deutschen Musikmarkt, Saarbrücken.

Clement, Michel / Oliver Schusser /Dominik Papies (Hrsg.) (2012): Ökonomie der Musikindustrie, 2. Aufl., Wiesbaden.

Jacobshagen, Arnold (2002): Praxis Musiktheater: ein Handbuch, Laaber.

Heinrichs, Werner/Hermann Schäfer (Hrsg.) (1999): Merchandising und Licensing in Kulturbetrieben. Ein Handbuch für Fach- und Führungskräfte, Stuttgart

Kachelrieß, Jörn (2010): Selbstvermarktung für Musiker. Strategien für Bandkonzeption, Onlinepräsentation, Eigenvertrieb und Guerilla-Marketing, 2. Aufl., Köln.

Koopmanns, Folkert (2007): Von Musikern, Machern & Mobiltoiletten - 40 Jahre Open Air Geschichte, Hamburg.

Lücke, Frank (2011): Weltmusik in Deutschland. Multikulturelle Musik in den Medien, Hamburg.

Lyng, Robert / Oliver Heinz / Michael von Rothkirch (2014): Die neue Praxis im Musikbusiness, 12., aktual. und erw. Aufl., Bergkirchen.

Moser, Rolf / Andreas Scheuermann (Hrsg.) (1997): Handbuch der Musikwirtschaft. 4., vollst. überarb. Aufl. Starnberg, München.

Meyer, Burkhard (1999): Zur Konjunktur des Musicals in Deutschland. Untersuchungen zur Genese, zu den Ursachen und Wirkungen, Hamburg.

Pfeiffer, Urs (2011): Vom Notendrucker zum Rechtemarkler. Die Entwicklung des modernen Musikverlags, Marburg.

Schneidewind, Petra / Tröndle, Martin (2003) (Hrsg.): Selbstmanagement im Musikbetrieb, Bielefeld

Scholz, Lothar (2007): GEMA, GVL & KSK, Bergkirchen

Schramm, Holger (Hrsg.) (2008): Musik im Radio. Rahmenbedingungen, Konzeption, Gestaltung, Wiesbaden

Woog, Paul (2009): Popmusikförderung in Deutschland, Hrsg.: Deutscher Musikrat und Deutsches Musikinformationszentrum. www.miz.org/dokumente/woog_popmusikfoerderung.pdf

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

Modul 13 (Pflichtmodul)

Gesellschaftsrecht

Prof. Dr. Simone Grimm

Kompaktseminar

Do 25.11.2021	9.00 - 14.30 Uhr	Raum 5.005
Fr 26.11.2021	9.00 - 15.15 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 5 (Wahlmodul)

Diskurs im Kulturbetrieb III

Koordination: Natascha Häutle M.A.

Kompaktseminar online über Zoom

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 Kulturdiskurs anmelden, schreiben sich vor Semesterbeginn auch bei Moodle für das Seminar ein und suchen sich einen der drei Kulturdiskurs-Termine zur Bearbeitung aus. Den Studierenden obliegt es dann, die für sie festgelegte Fragestellung im Vorfeld zu analysieren, ei-gene Positionen zu entwickeln, den Abend zu moderieren und in einer kurzen Nachberichterstattung zu dokumentieren.

Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme an allen drei Terminen des Seminars und die Vorbereitung einer Veranstaltung erforderlich.

Modul 14 (Pflichtmodul)

Tagesexkursion Kultur vor Ort: Frankfurt/M.

Christiane Dätsch / Natascha Häutle M.A.

am 19./20. November 2021

Was im Sommersemester als digitale Wochenexkursion begann, soll im Wintersemester einen analogen Abschluss finden: Die (Zwei-)Tagesexkursion führt in die Metropole Frankfurt am Main.

Vor Ort sollen Stadtquartiere, Museen, Musiktheater und Projekte der freien Szene von Angesicht zu Angesicht erkundet werden. Ein „Wiedersehen“ mit einigen Kulturinstitutionen aus dem digitalen zweiten Semester ist dabei ebenso geplant wie ein Kennenlernen der beiden Jahrgänge: Erstmals seit März 2020 stehen die Chancen gut, dass sich die Studierenden des Instituts für Kulturmanagement zu Semesteranfang persönlich treffen können, ebenso wie ihre Dozierenden.

Geplant sind in Frankfurt ein Besuch in der Alten Oper, im Historischen Museum, im Städel, im neu eröffneten Jüdischen Museum, im Börsen- oder im Gutleutviertel und, falls möglich, in der Redaktion und im Medienhaus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Da die Exkursion noch unter Auflagen durch die Corona-Pandemie und gemäß den dann aktuellen Hygiene-Konzepten in der Kultureinrichtungen stattfindet, ist wahrscheinlich, dass die Gruppe zeitweise geteilt wird und unterschiedliche Häuser besucht. Dabei wird selbstverständlich auf den unterschiedlichen Wissensstand beider Jahrgänge in Hinblick auf die Stadt eingegangen.

Fahrt und Unterbringung werden mit den DB Klassenfahrten geplant, die eine Unterbringung im A & O-Hostel einschließt. Der Eigenanteil an der Exkursion beträgt voraussichtlich 82,- Euro.

Literaturempfehlungen:

Gerchow, Jan (Hrsg.) (2017): 100 x Frankfurt: Geschichten aus (mehr als) 1.000 Jahren, Frankfurt/ M.

Hoffmann, Hilmar (2013): Erinnerungen, Frankfurt / Berlin.

Seib, Adrian (2020): Frankfurt am Main, Ditzingen (Reclams Universal-Bibliothek 19673).

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

Veranstaltungsangebot für Studierende im 3. Semester

Montag

Modul 7 (Wahlmodul)

Theatertexte lesen

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Mo 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005

Lange waren die Theater wegen der Corona-Pandemie geschlossen. Nun sind sie zurück, mischen sich mit dramatischen Texten ein oder zeigen durch innovative Inszenierungen klassischer Stücke deren Aktualität für die Gegenwart. Auch das Stuttgarter Schauspiel setzt mit seinem Motto in der kommenden Spielzeit Akzente: „Worauf warten wir endlich“ (Burkhard C. Kosminski).

Diese Frage greift das Seminar auf: Wir lesen einige der Theatertexte, die in der Spielzeit 2021/22 im Staatstheater Stuttgart inszeniert werden, sowie deren Prätexte. Auf unserem Programm stehen u.a. „König Oedipus“ von Sophokles (429-425 v. Chr.), „Verbrennungen“ von Wajdi Mouadwad (2003), „Don Juan“ von Molière (1665), „Algo paso“ von Thomas Köck (2021), „Reigen“ von Arthur Schnitzler (1896) und „Siebzehn Skizzen aus der Dunkelheit“ von Roland Schimmelpfennig (2021).

Ziel des Seminars ist es, einerseits für moderne Stücke und deren intertextuelle Bezüge zu sensibilisieren und andererseits die Inszenierung als eigene Form der Textinterpretation zu sehen, die mit dem Selbstverständnis des Theaters als diskursivem Ort in Verbindung steht. Darüber diskutieren wir sowohl im Seminar als auch mit den Dramaturginnen und Dramaturgen oder Regisseurinnen und Regisseuren der Stücke, die wir im Theater besuchen.

Die Gegenwartstexte werden in den Semesterferien auf Moodle zugänglich gemacht; die klassischen Texte sollen als Reclam-Hefte erworben werden. Daneben fallen Eintrittsgelder für etwa vier Aufführungen zum Studierendenpreis (5 bis 8 Euro) an.

Literaturempfehlungen:

Molière: Don Juan. Komödie in fünf Akten. Übers. Von Arthur Luther, Nachwort von Jürgen Stackelberg, Ditzingen. ISBN: 978-3-15-005402-4

Schnitzler, Arthur: Reigen. Zehn Dialoge Textausgabe mit Anmerkungen/ Worterklärungen, Editorischer Notiz, Literaturhinweisen und Nachwort hrsg. von Michael Scheffel, Ditzingen (ISBN: 978-3-15-018158-4).

Schöbler, Franziska (2017): Einführung in die Dramenanalyse, Stuttgart.

Sophokles: König Oedipus. Textausgabe mit Anmerkungen/ Worterklärungen und Nachwort von Kurt Steinmann, Ditzingen (ISBN: 978-3-15-000630-6).

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

Dienstag

Modul 12 (Wahlmodul)

Personal und Führung II - Prinzipien und Instrumente der Personalführung

Prof. Dr. Andrea Hausmann

Seminar Di 14.15 - 17.45 Uhr Raum 5.005
 vom 26.10. bis 30.11.2021

Viele Kulturbetriebe, -stiftungen und -verwaltungen wissen, dass mittlerweile eine große oder vielleicht sogar *die* größte Herausforderung der Wettbewerb um gute MitarbeiterInnen ist. Bereits schon heute können sich insbesondere die guten KandidatInnen tendenziell eher ihren Arbeitgeber aussuchen als umgekehrt. Und dann kommt es entscheidend darauf an, wie eine Kulturorganisation aufgestellt ist – auch und gerade in Sachen Führungskultur.

Für angehende KulturmanagerInnen ist es – unabhängig davon, ob sie später als Führungskraft oder Geführte tätig sein wollen – wichtig zu verstehen, wie eine solche Führungskultur etabliert und weiterentwickelt werden kann. Ziel des Seminars ist es daher, die Studierenden dazu zu befähigen, die internen Voraussetzungen in Kulturbetrieben so aktiv mitzugestalten, dass Kulturbetriebe professionellere, flexiblere und mitarbeiterfreundlichere Arbeitgeber werden. Dabei sollen auch Entscheidungshilfen dazu gemeinsam erarbeitet werden, für wen der Studierenden unter welchen Bedingungen die Übernahme einer Führungsposition in Kulturbetrieben überhaupt anstrebenswert ist.

Nach einer Einführung in die Grundlagen von Führung in Kulturbetrieben befasst sich das Seminar theoretisch fundiert, interaktiv und unter Einbeziehung vieler aktueller Praxisbeispiele mit folgenden Möglichkeiten zur Gestaltung von Führungsbeziehungen und der Führungskultur in Kulturbetrieben: Führungsstile; Führungsprinzipien, Rituale und Haltung; Macht und Machtmissbrauch; Dimensionen von Führungserfolg und -misserfolg; indirekte Führungsinstrumente mit Fokus Koordination (Organisationsstruktur/-kultur, Führungsgrundsätze etc.). „Digital Leadership“ und den sehr aktuellen Herausforderungen, die Führung auf Distanz auch für Kulturbetriebe mit sich bringt.

Literaturempfehlungen:

Hausmann, A. (2020): Cultural Leadership II. Instrumente der Personalführung, Wiesbaden.

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

Klein, A. (2008): Leadership im Kulturbetrieb, Wiesbaden.

Rosenstiel, L. / E. Regnet / M. Domsch (2014): Führung von Mitarbeitern, Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 7. Aufl., Stuttgart.

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

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

Mittwoch

Modul 3 (Pflichtmodul)

Kulturpolitik I

Prof. Dr. Thomas Knubben

Seminar Mi 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005

Keine Kulturpolitik ist auch eine Kulturpolitik. Wer im kulturellen Umfeld arbeiten will, kommt daher nicht umhin, sich 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 sowie ein Vergleich mit kulturpolitischen Ansätzen in anderen Ländern.

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.

Der Text kann bei Frau Lassen abgeholt werden.

Literaturempfehlungen:

Fuchs, Max (2007): Kulturpolitik, Wiesbaden.

Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.) (2000-2019/2020): Jahrbuch für Kulturpolitik, Essen bzw. Bielefeld.

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

Compendium of Cultural Policies and Trends, www.culturalpolicies.net.

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 11 (Pflichtmodul)

Vertiefung II Kommunikationsmanagement: Onlinekommunikation

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Mi 10.15 - 11.45 Uhr Raum 5.006

Wer heute für Public Relations in Kultureinrichtungen zuständig ist, muss sich mit dem Internet und seinen Kommunikationsmöglichkeiten beschäftigen. Denn längst ist das, was gemeinhin als „Öffentlichkeit“ beschrieben wird, in feine Teilöffentlichkeiten oder Gruppen zerfallen, die sich gezielt nur über jene Angebote informieren, die ihnen relevant und nützlich erscheinen.

Bloggen und Twittern, Posten, Foto-, Video- und Audio-Sharing und manchmal sogar Gaming gehören als Instrumente zu einer erweiterten Kultur-PR, die ihre Inhalte und Informationen multimedial und -modal aufbereiten. Für die Kultur-PR indes spielt das Zusammendenken von analogen und digitalen Medien 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 wollen wir die Möglichkeiten von Kultur-PR als Onlinekommunikation reflektieren und anhand praktischer Beispiele durchspielen. Wir bauen gemeinsam eine erste Website, arbeiten Content für Social Media-Kanäle auf und planen dessen Verbreitung über verschiedene Kanäle, etwa in Form einer Online-Kampagne oder einer Storytelling-Linie für ein aktuelles Projekt. Außerdem bilden wir Teams, die sich gegenseitig Feedback geben. So üben wir nicht zuletzt das für soziale Kanäle immer relevantere Thema des Community Building ein.

Literaturempfehlungen:

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

Heppel, Ulrike / Petra Sammer (2015): Visual Storytelling: Visuelles Erzählen in PR und Marketing. Heidelberg.

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

Müller, Michael (2014): storytelling. die kraft des erzählens für die unternehmenskommunikation nutzen, 1. Aufl., Berlin.

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 1 (Pflichtmodul)

Kulturtheorie der Moderne

Prof. Dr. Clemens Klünemann

Vorlesung Mi 14.15 - 17.45 Uhr Raum 5.005
am 27.10./10.11./24.11./08.12./22.12.2021 und am 19.01./02.02.2022

In dieser Vorlesung wird es um Themen und Texte gehen, in denen das Selbstverständnis 'der Moderne' zum Ausdruck kommt. Ausgangspunkt wird die Begriffsbestimmung sein, wie sie aus der ab 1687 in der Académie française ausgetragenen 'Querelle des Anciens et des Modernes' hervorgeht. Auf dieser Grundlage gilt es einen Bogen in unsere Gegenwart zu spannen, der die einzelnen Modernisierungsschübe en détail anspricht: Das Epochenselbstverständnis der Aufklärung, die „durchkreuzte Moderne“ (Barbara Vinken) in Gustave Flauberts Werk, das Zeitverständnis der Pariser Commune, das kulturelle Sendungsbewusstsein des kolonialen Denkens, aber auch die provozierende Modernität von Futurismus und Faschismus und schließlich die Debatten um die Begriffe 'Nation' und 'Identität', wie sie sich in der Tradition Ernest Renans bei Pascal Ory (*Qu'est-ce qu'une nation ?*, 2020), aber auch in Dirk Moses' Polemik gegen den „deutschen Katechismus“ spiegeln – oder aber auch in den Auseinandersetzungen um das Humboldt-Forum im wiedererrichteten Berliner Schloss.

Durch diese (und weitere) kulturgeschichtliche(n) Aspekte werden Stationen und Positionen einer Theorie der Kultur (in) der Moderne zur Sprache kommen.

Literaturempfehlungen:

Assmann, Jan (1992/2018): Das kulturelle Gedächtnis, München.

Bohrer, Karl-Heinz et al. (1998): Postmoderne. Eine Bilanz, Sonderheft 'Merkur' (594).

Bredenkamp, Horst (2021): Michelangelo, Berlin.

Bredenkamp, Horst (2018): Berlin am Mittelmeer. Kleine Architekturgeschichte der Sehnsucht nach dem Süden, Berlin.

Jaeger, Michael (2021): Goethes Faust. Das Drama der Moderne, München.

Ross, Kristin (2021): Luxus für alle. Die politische Gedankenwelt der Pariser Kommune, Berlin.

Savoy, Bénédicte (2018): Die Provenienz der Kultur, Berlin.

Trotha, Hans von (2021): Die große Illusion. Ein Schloss, eine Fassade und ein Traum von Preußen, Berlin.

Vinken, Barbara (2009/2015): Flaubert, Frankfurt/Main.

Witte, Bernd (2018): Moses und Homer. Griechen, Juden, Deutsche: Eine andere Geschichte der deutschen Kultur, Berlin.

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 zwei Seminaren 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 (Pflichtmodul)

Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts I

Prof. Dr. Thomas Knubben

Vorlesung Mi 14.15 - 17.45 Uhr Raum 5.005
am 03.11./17.11./01.12/15.12.2021 und am 12.01./26.01.2022

Die Vorlesung will einen Überblick geben über die wesentlichen Entwicklungen von Kunst und Kultur im 20. Jahrhundert. Der Ansatz ist dabei spartenübergreifend und soll neben ästhetischen Fragestellungen auch das gesellschaftliche, politische und ökonomische Umfeld einbeziehen. Die Vorlesung beginnt mit dem Jahrhundertwechsel, fragt nach dem kulturellen Erbe des 19. Jahrhunderts und den Bedingungen für den Aufbruch der Moderne. Sie behandelt die kulturellen Bewegungen, Impulse, Debatten und Katastrophen des wilhelminischen Zeitalters, beschäftigt sich mit der Doppelgesichtigkeit der Weimarer Republik und analysiert die Manipulation und Unterdrückung von Kunst und Kultur durch das Nazi-Regime.

Literaturempfehlungen:

Glaser, Hermann (2002): Kleine Kulturgeschichte Deutschlands im 20. Jahrhundert, München.

Von der Dunk, Hermann (2004): Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts, 2 Bände, Darmstadt.

Hermann, Jost (2006): Deutsche Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts, Darmstadt.

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 zwei Seminaren 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 3 (Pflichtmodul)
Modul 7 (Wahlmodul)

Kulturpolitik II

Divers und diskursiv
Kultur- und Medienarbeit in der pluralistischen Gesellschaft

Prof. Dr. Thomas Knubben / Natascha Häutle M.A.

Seminar Mi 18.15 - 19.45 Uhr Raum 1.318 (oder 5.005)
am 27.10./03.11./17.11./24.11./01.12./08.12./15.12.2021/
12.01./19.01./26.01.2022

Interdisziplinäre Ringvorlesung im Wintersemester 2021/22

Die Debatte um Diversität treibt die Gesellschaft um. Sie artikuliert sich in der Diskussion um soziale Gerechtigkeit, in der Frage nach sexueller Identität und Selbstbestimmung oder religiösem Selbstverständnis und Toleranz, im Problem unterschiedlicher Barrieren bei körperlichen oder geistigen Behinderungen und nicht zuletzt in Konflikten um ethnische Zugehörigkeitsgefühle und Zuordnungsmuster, kurz: in allen Fragen und Formen der individuellen Selbst- wie Fremdverortung und gesellschaftlichen Organisation.

Die interdisziplinäre Ringvorlesung beschäftigt sich mit der Frage, wie Kultur- und Medienarbeit in der pluralen Gesellschaft aussehen und sich in der beschriebenen Debatte verorten kann. Dem Untersuchungsfeld zugrunde gelegt wird ein weiter Kulturbegriff, der Erscheinungsformen im Kunstbetrieb, im Bildungswesen, in der Soziokultur, in der Freizeit und im allgemeinen Medienleben umfasst.

An zehn Terminen soll diesen Themen und Praxisfeldern auf diskursive Weise nachgegangen werden. Jede Veranstaltung besteht aus einem Impulsvortrag, Austausch mit weiteren Expert*innen im jeweiligen Feld sowie einer moderierten Diskussion.

Die Themen und Gäste werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Modul 3:

Für den Erwerb von ECTS-Punkten im Modul Kulturpolitik ist die Teilnahme an den beiden Seminaren Kulturpolitik I und Kulturpolitik II erforderlich. Die Ringvorlesung deckt in diesem Semester Kulturpolitik II ab. Nachdem die Veranstaltungsbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 7:

Für die benotete Einzelleistung im Modul 7, Wahlbereich, ist die Teilnahme an allen Terminen sowie ein Essay im Themenbereich der Veranstaltung verpflichtend.

Kompaktveranstaltungen

Modul 13 (Pflichtmodul)

Teamlabor Kulturbetrieb - Teamlaborwoche für Drittsemester

Koordination: Sarah Schuhbauer M.A. / Anna Stegmann M.A.

Übung Mo 18.10.2021 - Fr 22.10.2021 Raum 5.006
 jeweils 9.15 - 17.15 Uhr

Für die Detailplanung dieser Woche wird in Moodle ein Terminplan bereitgestellt.

Mit der Kompaktwoche beginnen die abschließenden Arbeiten der studentischen Gruppen an ihren Geschäftsideen. Nach der Konkretisierung des Finanzierungsbedarfs im Sommersemester werden auf der Grundlage von Impulsen und eigenen Recherchen geeignete Finanzierungsmöglichkeiten ermittelt und im Gespräch mit Experten geprüft. Mit der Zusammenführung der Ergebnisse der einjährigen Arbeit wird das Teamlabor mit einer öffentlichen Abschlusspräsentation und der Niederschrift in Form eines Businessplans abgeschlossen.

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

Modul 9 (Wahlveranstaltung)

Vertiefung II Kulturfinanzierung

Prof. Dr. Thomas Knubben

Kompaktseminar Raum 5.005

Fr 28.10.2021 9.00 - 17.00 Uhr

Fr 04.11.2021 9.00 - 17.00 Uhr

Fr 25.11.2021 9.00 - 17.00 Uhr

Die Ludwigsburger Schlossfestspiele wurden in ihren Grundzügen 1932 gegründet und gehören damit zu den ältesten Musikfestspielen im deutschsprachigen Raum. Zur Saison 2020 hat Jochen Sandig als neuer Intendant die Leitung des Festivals übernommen. Sein erklärtes Ziel ist es, den Resonanzraum des Festivals neu zu erkunden und auszuweiten. Die Kunst soll dabei begriffen und erfahren werden als Element zur Entwicklung der Demokratie, als Beitrag zur nachhaltigen Sicherung der Lebensgrundlagen im Sinne der Ziele für nachhaltige Entwicklung der UN und als Ferment für eine Weltbürger*innengesellschaft.

Viele Angebote der Schlossfestspiele 2020 und 2021 konnten aufgrund der Corona-Pandemie nicht oder nur in reduzierter Form realisiert werden. Der Dialog mit dem Publikum wurde aber soweit wie möglich fortgeführt.

Das Seminar hat zum Ziel, die Potenziale von Crowdfunding am Beispiel der Ludwigsburger Schlossfestspiele zu erkunden. Ziel dabei ist, ein Konzept für eine Crowdfundingkampagne zu entwickeln, das neue Verbindungen zwischen den Schlossfestspielen und jungen Besucher*innen schafft und dazuhin noch einen Beitrag zur Finanzierung der Festspiele leistet.

Literaturempfehlungen:

Bartelt, Denis / Ulrike Sterblich / Tino Kreßner / Anna Theil (2015): Das Crowdfunding-Handbuch: Ideen gemeinsam finanzieren, Freiburg.

Haibach, Marita (2012): Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, 4. Aufl., Frankfurt/M. u. New York.

Lampe, Björn / Kathleen Ziemann / Angela Ullrich (Hrsg.) (2015): Praxishandbuch Online-Fundraising. Wie man im Internet und mit Social Media erfolgreich Spenden sammelt, Bielefeld.

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

Modul 4 (Wahlmodul)

Recht III - Medien- und Urheberrecht

Prof. Dr. Ralf Kitzberger

Kompaktseminar

Do 18.11.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Do 02.12.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Do 09.12.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005

„Was macht die Kunst?“ fragt der Prinz den Maler Conti in dem Trauerspiel Emilia Gallotti. „Die Kunst geht nach Brot“, stellte der Befragte nüchtern fest. Heute steht der Künstler nicht einem Prinzen, sondern einer ganzen Medien- und Urheberrechtsindustrie gegenüber. Dennoch haben viele Kulturschaffende nur eine geringe Vorstellung von dem Reiz und der wirtschaftlichen Bedeutung des Medien- und Urheberrechts.

Das Medienrecht hat sich als Rechtsdisziplin aus verschiedenen Rechtsgebieten, insbesondere aus dem Recht der einzelnen Medien, sowie dem Urheberrecht entwickelt.

Das Urheberrecht ist die rechtliche Grundlage für die Verwertung von klassischen Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst ebenso wie von Computerprogrammen, Datenbanken und im Internet digital vervielfältigter Werke aller Art. Das Urheberrecht ist in erster Linie auch das Recht des Urhebers und die Anerkennung seiner schöpferischen Leistung. Es ist untrennbar mit dem Werkschöpfer verbunden, der die Verwertung seines Werkes meistens in fremde Hände legen muss und zu diesem Zweck Lizenzverträge mit individuellen Verwertern oder einen Wahrnehmungsvertrag mit einer Verwertungsgesellschaft abschließen muss.

Die Veranstaltung soll das Medien- und Urheberrecht ebenso wie das dazugehörige Urhebervertragsrecht und das Recht der Verwertungsgesellschaften darstellen und einen Überblick und Einblick in das Beziehungsgeflecht dieser Materie ermöglichen. Ziel der Veranstaltung ist neben der Systematisierung der einzelnen Hauptgebiete, deren Beziehung zueinander sowie die Funktionalität der Teilnehmer. Ein besonderes Schwergewicht liegt bei der Behandlung der Multimediaproduktionen und der neuen Medien.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Umsetzung des theoretischen Wissens auf die täglichen praktischen Bedürfnisse im Kulturmanagement. Zu diesem Zweck sollen praktische Fallbeispiele und die wichtigsten Musterverträge die Veranstaltung begleiten.

Literaturempfehlungen:

Schneidewind, Petra / Martin Tröndle (2012): Selbstmanagement im Musikbetrieb, Bielefeld.

Handbuch Kultur und Recht (2015), Dr. Josef Raabe Verlags GmbH

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

Modul 8 (Wahlveranstaltung)

Vertiefung II Kulturbetriebssteuerung: Angewandte Betriebsführung

Jörg Klasser

Kompaktseminar	Präsenzveranstaltung	
Do 13.01.2022	10.00 - 18.00 Uhr	Raum 5.006
Fr 14.01.2022	10.00 - 18.00 Uhr	Raum 5.006
Fr 21.01.2022	10.00 - 18.00 Uhr	Baden-Baden

Das Seminar beschäftigt sich mit zentralen Fragestellungen im Management eines Kulturbetriebs und wendet die Lehrinhalte in vielen Übungen, Fallbeispielen und einem Planspiel an. Spezielle Vorkenntnisse sind nicht notwendig.

Inhalte

- Aufstellen von Unternehmenszielen und passende Controllingansätze
- Prozessmanagement
- Kaufmännische Steuerung (Liquiditätsrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Budgetierung)
- Customer Relation Management

Literaturempfehlungen:

Conen, Michaela (2015): Strategisches Management in Museen. Mit Change Management und Balanced Scorecard aktiv gestalten, Bielefeld.

Mahmalat, Mounir (2012): Aspekte zur Zukunftssicherung öffentlich getragener Kulturbetriebe. Legitimation und Konzeption der Verwendung einer Balanced Scorecard zwischen Kulturbetrieb und öffentlichem Träger, Saarbrücken.

Das Whitepaper "Controlling im Theater". Online unter: https://kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/2c-kuma-t-01/PDF/Kontaktstudium/White_Paper_FINAL_.pdf

Die Handreichung „Strategisches Management und strategisches Controlling in Museen -Ansätze für die strategische Museumssteuerung“. Online unter: <https://www.museumbund.de/wp-content/uploads/2018/05/handreichung-strategisches-management-online.pdf>

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

Modul 10 (Wahlveranstaltung)

Vertiefung II Kulturmarketing: Audience Development

Prof. Dr. Tom Schöblier

Kompaktseminar	Präsenzveranstaltung	
Do 16.12.2021	10.00 - 18.00 Uhr	online über Zoom
Do 20.01.2022	10.00 - 18.00 Uhr	online über Zoom
Do 27.01.2022	09.15 - 17.15 Uhr	Raum 5.005

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 Freude 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-Besucherforschung. 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 12 (Wahlmodul)

Angewandte Kunstwissenschaften im Kulturbetrieb - Musik

Paul Woog

Kompaktseminar

Fr 05.11.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Fr 03.12.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Fr 17.12.2021	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005

In diesem Seminar wird ein Überblick über den Musikbetrieb als Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft gegeben. Insbesondere das Umfeld der Tonträger- und Live-Entertainmentbranche wird detailliert betrachtet und das Zusammenwirken privatwirtschaftlicher, öffentlicher und gemeinnütziger Aktivitäten.

Am zweiten und dritten Seminartag stellen die Studierenden in einem Referat jeweils einen Bereich/ein Musikunternehmen vor, z.B.: Musikverlag (Publishing), Label (Marketing/Sales), Herstellung und Vertrieb (Distribution), Vertrieb Online/Streaming, Der Künstler und das Werk, wie entsteht Musik?, Verwertungsgesellschaften GEMA, GVL, Studio und Produzenten (Recording und Production), Band- und Ensemblemanagement, Bandorganisation, Booking und Künstlervermittlung, Tournee- und Konzertveranstalter (U-Musik/E-Musik), Zweit- und Drittverwertung (Musik & Werbung, Musik im Film, Filmmusik, Musikvideo, Musik und Radio, Merchandising), Musikjournalismus, Internationaler Musikmarkt, Weltmusik/in Deutschland, Verbände und Verwaltung.

Zum Abschluss des Seminars werden Digitalisierung, DiY / Existenzgründung und Musikförderung behandelt.

Literaturempfehlungen:

Baierle, Christian (2009): Der Musikverlag. Geschichte, Aufgaben, Medien und neue Herausforderungen, München.

Binas, Susanne (1997): Popmusik im regionalen Kulturprozeß. Soziale Verantwortung auf wirtschaftlichen Grundlagen, Meißen 1997.

Bundesverband Musikindustrie e.V./ Deutscher Musikverleger-Verband e.V. et al. (Hrsg.) (2015): Musikwirtschaft in Deutschland. Studie zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Musikunternehmen unter Berücksichtigung aller Teilspektoren und Ausstrahlungseffekte.

BDV (Hrsg.)(2013/folge Studien): Live-Entertainment in Deutschland. Eine Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Hamburg

Burghart, Marina/ Hampe, Christine (2007): Künstleraufbau und -vermarktung auf dem deutschen Musikmarkt, Saarbrücken.

Clement, Michel / Oliver Schusser /Dominik Papies (Hrsg.) (2012): Ökonomie der Musikindustrie, 2. Aufl., Wiesbaden.

Jacobshagen, Arnold (2002): Praxis Musiktheater: ein Handbuch, Laaber.

Heinrichs, Werner/Hermann Schäfer (Hrsg.) (1999): Merchandising und Licensing in Kulturbetrieben. Ein Handbuch für Fach- und Führungskräfte, Stuttgart

Kachelrieß, Jörn (2010): Selbstvermarktung für Musiker. Strategien für Bandkonzeption, Onlinepräsentation, Eigenvertrieb und Guerilla-Marketing, 2. Aufl., Köln.

Koopmanns, Folkert (2007): Von Musikern, Machern & Mobiltoiletten - 40 Jahre Open Air Geschichte, Hamburg.

Lücke, Frank (2011): Weltmusik in Deutschland. Multikulturelle Musik in den Medien, Hamburg.

Lyng, Robert / Oliver Heinz / Michael von Rothkirch (2014): Die neue Praxis im Musikbusiness, 12., aktual. und erw. Aufl., Bergkirchen.

Moser, Rolf / Andreas Scheuermann (Hrsg.) (1997): Handbuch der Musikwirtschaft. 4., vollst. überarb. Aufl. Starnberg, München.

Meyer, Burkhard (1999): Zur Konjunktur des Musicals in Deutschland. Untersuchungen zur Genese, zu den Ursachen und Wirkungen, Hamburg.

Pfeiffer, Urs (2011): Vom Notendrucker zum Rechtemarkler. Die Entwicklung des modernen Musikverlags, Marburg.

Schneidewind, Petra / Tröndle, Martin (2003) (Hrsg.): Selbstmanagement im Musikbetrieb, Bielefeld

Scholz, Lothar (2007): GEMA, GVL & KSK, Bergkirchen

Schramm, Holger (Hrsg.) (2008): Musik im Radio. Rahmenbedingungen, Konzeption, Gestaltung, Wiesbaden

Woog, Paul (2009): Popmusikförderung in Deutschland, Hrsg.: Deutscher Musikrat und Deutsches Musikinformationszentrum. www.miz.org/dokumente/woog_popmusikfoerderung.pdf

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

Modul 5 (Wahlmodul)

Diskurs im Kulturbetrieb III

Koordination: Natascha Häutle M.A.

Kompaktseminar online über Zoom

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 Kulturdiskurs anmelden, schreiben sich vor Semesterbeginn auch bei Moodle für das Seminar ein und suchen sich einen der drei Kulturdiskurs-Termine zur Bearbeitung aus. Den Studierenden obliegt es dann, die für sie festgelegte Fragestellung im Vorfeld zu analysieren, ei-gene Positionen zu entwickeln, den Abend zu moderieren und in einer kurzen Nachberichterstattung zu dokumentieren.

Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme an allen drei Terminen des Seminars und die Vorbereitung einer Veranstaltung erforderlich.

Modul 14 (Pflichtmodul)

Tagesexkursion Kultur vor Ort: Frankfurt/M.

Christiane Dätsch / Natascha Häutle M.A.

am 19./20. November 2021

Was im Sommersemester als digitale Wochenexkursion begann, soll im Wintersemester einen analogen Abschluss finden: Die (Zwei-)Tagesexkursion führt in die Metropole Frankfurt am Main.

Vor Ort sollen Stadtquartiere, Museen, Musiktheater und Projekte der freien Szene von Angesicht zu Angesicht erkundet werden. Ein „Wiedersehen“ mit einigen Kulturinstitutionen aus dem digitalen zweiten Semester ist dabei ebenso geplant wie ein Kennenlernen der beiden Jahrgänge: Erstmals seit März 2020 stehen die Chancen gut, dass sich die Studierenden des Instituts für Kulturmanagement zu Semesteranfang persönlich treffen können, ebenso wie ihre Dozierenden.

Geplant sind in Frankfurt ein Besuch in der Alten Oper, im Historischen Museum, im Städel, im neu eröffneten Jüdischen Museum, im Börsen- oder im Gutleutviertel und, falls möglich, in der Redaktion und im Medienhaus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Da die Exkursion nach unter Auflagen durch die Corona-Pandemie und gemäß den dann aktuellen Hygiene-Konzepten in der Kultureinrichtungen stattfindet, ist wahrscheinlich, dass die Gruppe zeitweise geteilt wird und unterschiedliche Häuser besucht. Dabei wird selbstverständlich auf den unterschiedlichen Wissensstand beider Jahrgänge in Hinblick auf die Stadt eingegangen.

Fahrt und Unterbringung werden mit den DB Klassenfahrten geplant, die eine Unterbringung im A & O-Hostel einschließt. Der Eigenanteil an der Exkursion beträgt voraussichtlich 82,- Euro.

Literaturempfehlungen:

Gerchow, Jan (Hrsg.) (2017): 100 x Frankfurt: Geschichten aus (mehr als) 1.000 Jahren, Frankfurt/ M.

Hoffmann, Hilmar (2013): Erinnerungen, Frankfurt / Berlin.

Seib, Adrian (2020): Frankfurt am Main, Ditzingen (Reclams Universal-Bibliothek 19673).

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