
Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis Masterstudium Kulturwissenschaft und Kulturmanagement Wintersemester 2017/18

Termine und Fristen im Wintersemester 2017/18

Beginn der Vorlesungszeit ist am 16. Oktober 2017;
Ende der Vorlesungszeit ist am 9. Februar 2018.

Alle regelmäßigen Vorlesungen finden ab Montag 23. Oktober 2017 bis Freitag 2. Februar 2018 statt; vorlesungsfrei ist vom 23. Dezember 2017 bis 5. Januar 2018; die letzte Semesterwoche ist für Prüfungen, Projekte, Kompaktveranstaltungen etc. reserviert.

Einführung in das Studium (Prof. Dr. Knubben) Montag, 16. Oktober 2017
ab 10.30 Uhr in Raum 5.005

Einführung in das dritte Semester (Prof. Dr. Knubben) Montag 16. Oktober 2017
um 14.00 Uhr in Raum 5.006

Die Zulassung zu den Modulprüfungen kann vom 8 Januar bis 9. Februar 2018 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 10. Januar bis spätestens 29. März 2018.

Arbeiten, die zum Erwerb von ECTS-Punkten für die Zulassung zur Masterarbeit erforderlich sind, müssen bis spätestens Freitag, den 26. Januar 2018 abgegeben werden.

Abgabe des Antrags auf Ausgabe eines Themas für die Masterarbeit und des Antrags auf Zulassung zur Masterarbeit bis spätestens Freitag, den 9. Februar 2018 (Hierzu ist der Nachweis von 60 ECTS-Punkten und der Abschluss des Moduls 14 erforderlich.)

In diesem Semester müssen abgegeben werden:

Modul 9 Fallanalyse Kulturfinanzierung

Einzelklausur:

4.3 Medien- und Urheberrecht
Dienstag, 6. Febr. 2018 10.30 - 11.30 Uhr

Modulklausur (Anmeldung erforderlich):

Modul 3 Kulturpolitik
Montag, 5. Febr. 2018 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:

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

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

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 Modulklausur beantragt werden.

Modul 6 (Pflichtmodul)

Wissenschaft im Kulturmanagement

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Mo 12.15 - 13.45 Uhr (23.10. - 27.11.) Raum 5.005

Das Fach Kulturmanagement ist noch jung: Vor rund 25 Jahren entstanden und interdisziplinär aufgestellt, bearbeitet es thematisch und methodisch unterschiedlichste Fragestellungen rund um den Kulturbetrieb. Sozialempirische Methoden stehen neben konzeptionellen Erkenntnisinteressen, wobei die Spezifik des Kulturbereichs als Gegenstand nicht aus den Augen verloren werden darf.

Das Seminar gibt einen Einblick in die Methodenvielfalt des Fachs und fragt nach, welche Theorien, Methodologien und Methoden sich im Kulturmanagement wiederfinden. Dafür klärt es die wichtigen Grundbegriffe und nimmt anhand ausgewählter zentraler Texte der Wissenschaftstheorie die Prämissen jener Fächer in den Fokus, die gemeinhin als die „Mutterdisziplinen“ des Kulturmanagements bezeichnet werden: die Soziologie und die Kulturwissenschaften. Das Seminar wird durch einen Blick auf das, was als „Wissenschaftsbetrieb“ bezeichnet wird, sowie durch eine Wiederholung der Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens abgerundet.

Ein Reader mit Primärtexten wird zu Beginn des Seminars in Moodle zur Verfügung gestellt.

Literaturempfehlungen:

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

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

Lauth, Bernhard / Jamel Sareiter (2005): Wissenschaftliche Erkenntnis. Eine ideengeschichtliche Einführung in die Wissenschaftstheorie, Paderborn.

Schüle, Johann August / Simon Reitze (2012): Wissenschaftstheorie für Einsteiger, 2. Aufl., Stuttgart.

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

Dieses Seminar ist Pflicht für die 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 3 (Pflichtmodul)

Kulturpolitik I

Dr. Patrick Glogner-Pilz

Seminar Mo 14.15 – 15.45 Uhr Raum 5.005

In Deutschland gibt es – mit Ausnahme der Kulturinfarkt-Diskussionen – kaum kulturpolitische Auseinandersetzungen, die über einen engen Kreis von Akteuren und Wissenschaftlern hinaus geführt und wahrgenommen werden. Das öffentliche Interesse an Kulturpolitik ist – jenseits von Skandalen und Mammutprojekten wie der Elbphilharmonie – 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 also im kulturellen Umfeld arbeiten will, wird nicht umhin können, 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 Akteuren sowie den kulturtheoretischen Diskurs gerichtet, da der Bereich Kultur juristisch nur schwach normiert ist und somit immer wieder neu konkretisiert werden muss.

Einen weiteren 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.

Der Text kann bei Frau Moser 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.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden. Die Studierenden des 1. Semesters können jedoch wählen, ob Sie das Seminar in diesem Wintersemester oder erst im Wintersemester 2018/19 besuchen möchten.

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)

Grundlagen des Kommunikationsmanagements

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Mo 16.15 – 17.45 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 wird unterstellt, dass (Kultur-)Organisationen zwei Ziele mit ihren PR verfolgen: Langfristig geht es darum, ihre Existenz durch Zustimmung in der Öffentlichkeit zu sichern; kurz- und mittelfristig sollen spezifische kommunikative Ziele erreicht 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 gehen wir ein PR-Musterkonzept durch. Beispieltexte aus der Berufspraxis werden analysiert, eingestreute Übungsaufgaben sollen die Teilnehmer für Fallstricke und Fehlformulierungen sensibilisieren. Am Schluss werden die wichtigsten Kontrollverfahren vorgestellt. Sie sollen helfen, sowohl die Ziele als auch die Mittel der Öffentlichkeitsarbeit zu optimieren. Auch Rechtsfragen in der PR-Arbeit werden angesprochen. Kulturmanagement wird auf diese Weise ergänzt durch Kommunikationsmanagement.

Literaturempfehlungen:

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

Fissenwerth, Renée / Stephanie Schmidt (2002): Konzeptionspraxis. Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute - mit einleuchtenden Betrachtungen über den Gartenweg, Frankfurt/M.

Hansen, Renée (2004): Konzeptionstechnik - Strategie und Umsetzung. In: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hrsg.) (2004): Öffentlichkeitsarbeit für Nonprofit-Organisationen, Wiesbaden, S. 641-682.

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

Schmidbauer, Klaus / Eberhard Knödler-Bunte (2004): Das Kommunikationskonzept. Konzepte entwickeln und präsentieren, Potsdam.

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.

Dienstag

Modul 2 (Pflichtmodul)

Kunsttheorie

Dr. Christiane Dätsch

Vorlesung/Seminar Di 10.15 - 11.45 Uhr Raum 5.005

Was ist Kunst? Diese Frage steht am Beginn eines jeden Nachdenkens über artifizielle, d.h. von Menschen gemachte Werke. Die abendländische Philosophie beschäftigt sich seit ihren Anfängen mit dem Zusammenhang von Idee und Gestalt, Sinn und Form, Ethik und Ästhetik. Aber auch Vertreter jüngerer Disziplinen wie der Kunst-, Literatur- oder Musikgeschichte haben den Ursprung, das Wesen und die Wirkung von Kunst logisch und wissenschaftlich zu ergründen versucht. Als Theorie der Kunst können alle diskursiven Abhandlungen verstanden werden, die das Wesen, die Voraussetzungen oder die immanenten Gesetzmäßigkeiten von Kunst theoretisch bestimmen.

Ziel des Seminars ist es, den Studierenden ausgewählte kunsttheoretische Positionen vorzustellen und sie zu diskutieren. Dabei soll es sowohl darum gehen, die Zeitgebundenheit der Positionen kennen- und einschätzen zu lernen als auch darum, ihre Bedeutung für die Hervorbringung von (neuer) Kunsttheorie zu erkennen. Das Seminar versucht, Bezugssysteme, Kontinuitäten und Brüche innerhalb der Kunsttheorie aufzudecken und ihre Bedeutung für die heutige Kunstphilosophie zu erhellen.

Das Seminar arbeitet mit Primärtexten, weshalb Marco Schüllers Arbeitsbuch „Texte zur Ästhetik“ zur Anschaffung empfohlen wird.

Literaturempfehlungen:

Bertram, Georg W. (2011) Kunst. Eine philosophische Einführung, 3. Aufl., Stuttgart.

Kultermann, Udo (1987): Kleine Geschichte der Kunsttheorie, Darmstadt.

Liessmann, Konrad Paul (1999): Philosophie der modernen Kunst: eine Einführung, Wien.

Majetschak, Stefan (Hrsg.) 2005): Klassiker der Kunstphilosophie. Von Platon bis Lyotard, München.

Reicher, Maria E. (2005): Einführung in die philosophische Ästhetik, Darmstadt.

Schneider, Norbert (2014): Theorien moderner Kunst. Vom Klassizismus bis zur Concept Art, Köln, Weimar, Wien.

Schüller, Marco (Hrsg.) (2013): Texte zur Ästhetik: eine kommentierte Anthologie, Darmstadt.

Dieses Seminar ist Pflicht für die Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Seminar Kunsttheorie und an zwei Seminaren einer Fachrichtung erforderlich. 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 2 (Pflichtmodul)

Literaturwissenschaft II: Deutscher Existenzialismus? Literatur nach 1945

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Di 12.15 – 13.45 Uhr Raum 5.005

„Wir müssen uns Sisyphos als einen glücklichen Menschen vorstellen“, schrieb Albert Camus (1913-1960) in seinem Essay „Der Mythos des Sisyphos“ im Jahr 1942, mitten in einem Krieg, der nicht nur Europa, sondern die ganze Welt spaltete. Camus, oft als Existenzialist bezeichnet, griff darin Fragen auf, die für den Europäer bereits am Ende des 19. Jahrhunderts virulent und nun sichtbar geworden **waren**: Wie lassen sich die Handlungen des Menschen erklären, die seine Welt zerstören? Gibt es, jenseits der Natur, eine Gewissheit? Wie fremd ist sich der Mensch, welchen Sinn hat er?

Diesen Fragen geht das Seminar anhand ausgewählter Texte deutschsprachiger Literatur nach 1945 nach. Camus' Fragen werden anhand der literarischen Figur des Antihelden untersucht, wie sie in den Dramen- und Prosatexten von Camus selbst (Der Fremde), von Wolfgang Borchert (Draußen vor der Tür), Heinrich Böll (Wanderer, kommst Du nach Spa ... , Ansichten eines Clowns), Wolfgang Hildesheimer (Tynset), Max Frisch (Ich bin nicht Stiller) oder Ingeborg Bachmann (Malina) vorkommt.

Die meisten der Autoren, die das Seminar betrachtet, waren auch Mitglieder der Gruppe 47, die kurz nach Kriegsende von Hans Werner Richter gegründet wurde, und die ein klares, wenn auch ambivalentes Bild vom Literaturbetrieb der Nachkriegszeit zeichnet: Schuldigwerden im Nationalsozialismus, Verdrängung in der Bundesrepublik, Auseinandersetzung des Individuums mit sich selbst. In den Texten wird auch die Rolle des Ich-Erzählers und die Form der Erzählung zu beleuchten sein, die oft konkrete Erfahrungen der Autoren fiktionalisieren.

Eine Literaturliste mit der genauen Primärliteratur wird in den Semesterferien in Moodle eingestellt.

Einführende Lektüre:

Andreotti, Marion (2009): Die Struktur der modernen Literatur. Neue Wege in der Textinterpretation. Erzählprosa und Lyrik, 4., vollst. neu bearb. u. aktual. Aufl., Stuttgart / Wien.

Böttiger, Helmut (2012): Die Gruppe 47. Als die deutsche Literatur Geschichte schrieb.

Camus, Albert (1942/2013): Der Mythos des Sisyphos, Reinbek.

Richter, Hans Werner (1986): Im Etablissement der Schmetterlinge, München.

Schnell, Ralf (2003): Geschichte der deutschsprachigen Literatur seit 1945, 2. überarb. und erw. Aufl., Stuttgart u. a.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Seminar Kunsttheorie und an zwei Seminaren einer Fachrichtung erforderlich. 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 2 (Pflichtmodul)

Kunst- und Bildwissenschaft I: Museumspädagogik vor Ort

Prof. Dr. Christiane Schmidt-Maiwald

Seminar Di 14.15 - 17.45 Uhr, 14-täglich Raum 5.005
im Wechsel mit Issues of Culture and Tourism
Beginn: 24.10.2017

Das Seminar baut auf das Grundlagenseminar der Kunstwissenschaft auf und bietet Gelegenheit, sich Kunstwerken im Original in einem ersten Schritt über unterschiedliche methodische Ansätze zu nähern, um dann mit Blick auf unterschiedliche Zielgruppen (schulischer + außerschulischer Kontext) Wege der Vermittlung kennenzulernen, zu erproben und kritisch zu reflektieren. Gleichzeitig werden der Ausstellungsraum sowie museumsdidaktische Aspekte diskutiert.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Seminar Kunsttheorie und an zwei Seminaren einer Fachrichtung erforderlich. 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 7 (Wahlmodul)

Issues of Culture and Tourism - Creating the cultural tourism product

Lena Weuster M.A.

Seminar Di 14.15 - 17.45 Uhr, 14 täglich Raum 5.005
im Wechsel mit Kunst- und Bildwissenschaft I
Beginn: 07.11.2017

Tourism is one of the major forces of the world economy that has undergone a lot of changes and developments in the last decades. The emergence of cultural tourism has marked one of the most significant milestones that illustrates a change in the tourist interest and behavior. For example, there has been a growing discussion about a turn, a driving shift towards less tangible tourism assets and towards more actively involved forms of tourism consumption. Consequently tourists are more and more seeking for cultural experiences.

There are different typologies of cultural tourists (Pröbstle 2013), who have distinctive motivations when looking for cultural experiences. For example, there are those who are going to a museum just because "they are in the city anyway" and those who visit a certain destination only because of a cultural site. In the same way, cultural tourism can have various interpretations. In this seminar, we do not only look at cultural tourism as a means to "visit heritage sites and experience/consume tangible heritage products". Rather, the concept of cultural tourism in this seminar also implies the notion that "culture is the whole way of life" (Williams 1958). In this regard we look at different aspects of the expression of culture which inheres tangible (e.g. artifacts, museum exhibitions; landmarks) as well as intangible (rituals, ceremonies; lifestyles) resources. Furthermore we go more into depth with the ways to use those cultural resources to create cultural tourism products taking an international perspective.

At the end of the seminar the students will have a deep understanding of the challenges and opportunities that can emerge during the development of cultural tourism products. Furthermore they will gain insight into the different perspectives and interests of all actors that must be considered while commodifying cultural/heritage resources. The students will use international case study examples to illustrate and critically analyze cultural tourism products in different national contexts.

Literatureempfehlungen:

DuCros, Hilary / Bob McKercher (2015): Cultural Tourism 2nd Edition. Abingdon Oxon.

Mowforth, Martin / Ian Munt (2016): Tourism and Sustainability. Development, globalisation and New Tourism in the Third world. 4th Edition. London.

Pröbstle, Yvonne (2014): Kulturtouristen - eine Typologie. Springer VS.

Smith, Melanie / Greg Richards (2013): The Routledge Handbook of Cultural Tourism. Oxon.

Smith, Melanie / Mike Robinson (2005): Cultural Tourism in a Changing World. Available on: <http://www00.unibg.it/dati/corsi/44108/50648-smith-robinson-proofs.pdf>.

Richards, Greg (2015): Tourism Trends: The Convergence of Culture and Tourism. Available on: https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism.

Richards, Greg (2003): What is Cultural Tourism? Available on: https://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism.

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

Mittwoch

Modul 1 (Pflichtmodul)

Kulturtheorie der Moderne

Prof. Dr. Anja Hartung-Griemberg

Vorlesung/Seminar Mi 8.15 - 9.45 Uhr Raum 5.005

Welche Vorstellungen, welche Konzepte und welche Vorstellungen verbinden sich **mit** den Begriffen Kultur, Ästhetik und kulturelle Bildung? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt der Lehrveranstaltung, die als Kombination von Vorlesung und Übung konzipiert ist. Anhand ausgewählter Theorien werden zentrale Positionen von der Antike bis zur Postmoderne vorgestellt und anhand von Beispielen diskutiert.

Literaturempfehlungen:

Böhme, Hartmut / Peter Matussek / Lothar Müller (2002): Orientierung Kulturwissenschaft, 2. Aufl., Reinbek b. Hamburg.

Fuchs, Max (2008): Kultur Macht Sinn. Einführung in die Kulturwissenschaft, Wiesbaden.

Hansen, Klaus P. (2003): Kultur und Wissenschaft, 3. Aufl., Tübingen u. Basel.

Hofmann, Martin Ludwig / Tobias F. Korta / Sibylle Niekisch (2004/2006): Culture Club. Klassiker der Kulturtheorie, Frankfurt/N.

Müller, Klaus E. (2003): Das Unbehagen mit der Kultur. In: Müller, Klaus E. (Hrsg.): Phänomen Kultur. Perspektiven und Aufgaben der Kulturwissenschaften. Bielefeld, S.13-47.

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 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 13 (Pflichtmodul)

Teamlabor Kulturbetrieb

Koordination: Ellen Heidelberger

Übung Mo 10.15 - 11.45 Uhr Raum 5.005 und 5.006

Kulturmanagement bezeichnet einer allgemeinen Definition zufolge einen Komplex von Steuerungsaufgaben zur Hervorbringung und Sicherung kultureller Angebote in arbeitsteiligen Systemen. Dazu braucht es Ideen, Ressourcen, Verfahren, Techniken - und ein Team. Das Teamlabor Kulturbetrieb, zu dem sich jeweils vier bis fünf Studierende 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. Der Transfer in die Praxis des Kulturbetriebs kann dann in der Eigenregie der Studierenden im Teamlabor erfolgen. 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 Einführung in das Kulturmanagement auf Schloss Kapfenburg 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 1. Semesters Pflicht.

Modul 9 (Pflichtmodul)

Grundlagen der Kulturfinanzierung

Prof. Dr. Thomas Knubben

Seminar Mi 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005

Die Finanzierung kultureller Aufgaben ist zum Kernthema im Kulturmanagement geworden. Dies hängt zunächst mit dem problematischen Zustand der öffentlichen Haushalte zusammen, über die noch immer der größte Teil der nicht-kommerziellen Kulturangebote finanziert wird - ein Zustand, der mittlerweile höchst kritisch geworden ist und 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, Merchandising und Licensing. Möglichkeiten zur Steigerung von Umsätzen, Merchandising und Licensing sowie Public-Private-Partnership.

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

Literaturempfehlungen:

Gerlach-March, Rita (2010): Kulturfinanzierung, 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).

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 (Fallanalyse) beantragt werden.

Modul 1 (Pflichtmodul)

Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts I

Prof. Dr. Clemens Klünemann

Vorlesung Mi 14.15 - 17.45 Uhr, 14-täglich Raum 5.005
 im Wechsel mit Kulturpolitik II
 Beginn am 25.10.2017

In dieser Vorlesung geht es um einen Zugang zu markanten Themen und Aspekten der kulturellen Entwicklungen und Strömungen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhundert. Dabei wird sich der Blick auf das europäische kulturelle Erbe des 19. Jahrhunderts richten und dessen Rezeption in der Kunst und Kultur des wilhelminischen Zeitalters sowie der Weimarer Republik analysieren. Die Bedeutung von Kunst und Kultur für die Propagandazwecke des nationalsozialistischen Regimes werden ebenso thematisiert wie ihr Potential zum Widerstand. Anhand konkreter Beispiele wie Friedrich Sieburgs *Gott in Frankreich ?* oder Le Corbusiers Plan zur Umgestaltung von Paris wird die Verführbarkeit der Intellektuellen gezeigt, woran die Notwendigkeit einer engen Verknüpfung ästhetischer Fragen mit politischen, (mentalitäts-)geschichtlichen und wirtschaftlichen Aspekten umso deutlicher wird.

Literaturempfehlungen:

Blom, Philipp (2009): Der taumelnde Kontinent. Europa 1900-1914, München.

Blom, Philipp (2014): Die zerrissenen Jahre. 1918-1933, München.

François, Etienne und Schulze, Hagen (Hrsg.; 2001): Deutsche Erinnerungsorte, München

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

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

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 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)

Kulturpolitik II

Prof. Dr. Thomas Knubben

Seminar Di 14.15 – 17.45 Uhr 14-täglich Raum 5.005
im Wechsel mit Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts I
Beginn am 08.11.2017

Andere Länder, andere Kulturpolitiken. So sehr allenthalben von Globalisierung und einer unvermeidbar erscheinenden Angleichung der Lebensstile weltweit die Rede ist, so sehr behaupten sich doch unterschiedliche historische, rechtliche, finanzielle und mentale Strukturen in der Gestaltung der Kulturpolitik und des Kulturmanagements in den verschiedenen Ländern. Unterschiedliche Auffassungen von den kulturellen Aufgaben des Staates und den Anteilen privater Träger können dabei ebenso zum Tragen kommen wie Differenzen in der mal zentralistischen, mal föderalistischen Gestaltung der Kulturpolitik. Auch wenn sich manche Strukturen als außerordentlich zählebig erweisen und Übertragungen zumeist nur modifiziert erfolgen können, bietet die Kenntnis unterschiedlicher Kulturverständnisse und Verfahrensweisen doch auch Ansatzpunkte und Hilfestellungen zur Weiterentwicklung der eigenen Verhältnisse. In den Blick genommen werden durch Vergleichsuntersuchungen u. a. die kulturpolitischen Bedingungen und Ansätze in der Schweiz und Österreich, in Frankreich, in den skandinavischen Ländern sowie im angelsächsischen Raum.

Literaturempfehlungen:

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

Ratzenböck, Veronika / Katharina Okulski / Xenia Kopf (2012): Cultural policy landscapes. A guide to eighteen Central and South Eastern European countries, Wien (pdf: <http://www.kulturdokumentation.org>).

Dokumentation des Europarates im Internet: culturalpolicies.net.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden. Die Studierenden des 1. Semesters können jedoch wählen, ob Sie das Seminar in diesem Wintersemester oder erst im Wintersemester 2018/19 besuchen möchten.

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.

Kompaktveranstaltungen

Einführung in das Studium des Kulturmanagements

Kompaktseminar 17. bis 19. Oktober 2017 Schloss Kapfenburg

Das Einführungsseminar findet als Kompaktveranstaltung in der ersten Semesterwoche statt. Am Dienstag, 17. Oktober, fahren wir mit PKWs zur Kapfenburg (oberhalb von Lauchheim bei Aalen), wo wir bis Donnerstag, den 19. Oktober in der Internationalen Musikakademie zu Gast sind.

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

Am Rande dieses Kompaktseminars besteht in der einladenden Atmosphäre der Kapfenburg für alle Studienanfänger Gelegenheit, sich untereinander kennen zu lernen und auch mit den Lehrenden ins Gespräch zu kommen.

Die Kosten für Übernachtung und Verpflegung werden größtenteils vom Institut getragen, doch ist von Seiten der Studierenden ein Eigenanteil von 80 € erforderlich.

Literaturempfehlungen:

Hausmann, Andrea (2011): Kunst- und Kulturmanagement. Kompaktwissen für Studium und Praxis, 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 für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 13 (Pflichtmodul)

Selbstständig auf eigenen Beinen Existenzgründung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Stephan Bock

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 26.10.2017 10.45 – 18.00 Uhr

Fr 27.10.2017 09.00 – 16.15 Uhr

Do 14.12.2017 10.45 – 18.00 Uhr

Die Zahl der Selbständigen und Freiberufler in der Kultur- und Kreativwirtschaft wächst kontinuierlich. Eine überzeugende Geschäftsidee ist die Grundlage jeder Existenzgründung, unabhängig davon, ob die Selbstständigkeit gezielt als Arbeitsform gewählt oder aus der Not heraus geboren wurde. Ob diese langfristig auch tragfähig ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab. So von einer eingehenden Marktanalyse mit Bedarfs-, Zielgruppen- und Konkurrenzanalyse, einem umfassenden Finanzkonzept mit Kapitalbedarfs- und Finanzierungsplan sowie einer Umsatz- und Rentabilitätsvorschau und nicht zuletzt von der Persönlichkeit des Existenzgründers. Auch spielt die Auswahl der passenden Rechtsform eine wichtige Rolle.

In dem Seminar werden die einzelnen Schritte der Existenzgründung behandelt, einschließlich der Markterschließung und der erforderlichen formalen Schritte. Daneben erarbeiten die Teilnehmer*innen ein erstes Gründungskonzept; dies wird am dritten Seminartag vorgestellt und besprochen. Auch erhalten sie Tipps für staatliche Förderprogramme.

Inhalte:

- Motive der Existenzgründung und Persönlichkeit des Existenzgründers
- Das Gründungskonzept:
 - Beschreibung des Existenzgründungsvorhabens
 - Marktanalyse und Geschäftsentwicklung
 - Markterschließung
 - Kapitalbedarfs- und Finanzierungsplan
 - Umsatz- und Rentabilitätsvorschau
 - Finanzplanung Gründungsphase
 - Finanzplanung Existenzaufbauphase
- Kriterien für die Wahl der Rechtsform
- Staatliche Fördermöglichkeiten

Literaturempfehlungen

Langholz, Jens (2011): Existenzgründung im Kulturbetrieb, Wiesbaden.

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

Schwarz, Erich / Rita Dummer / Ines Krajger (2007): Von der Geschäftsidee zum Markterfolg – Marktorientierte Produktentwicklung für innovative Gründer und Jungunternehmer, Wien.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 14 (Pflichtmodul)

Projektmanagement

Ellen Heidelberger M.A.

Kompaktseminar Raum 5.005 / Raum 2.213

Do 02.11.2017 9.30 - 17.30 Uhr

Fr 03.11.2017 9.30 - 17.30 Uhr

Fr 01.12.2017 9.30 - 17.30 Uhr

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 (2011): Kultur-Projektmanagement. Kultur- und Organisationsprojekte erfolgreich managen, Wiesbaden.

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

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 12 (Wahlmodul)

Kulturbetrieb III - Musikbetrieb

Paul Woog

Kompaktseminar

Sa 11.11.2017	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.006
Sa 16.12.2017	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Sa 20.01.2018	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005

In diesem Seminar wird ein Überblick über die Musikwirtschaft als Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft gegeben. Insbesondere das Branchenumfeld der Tonträger- und Live-Entertainmentbranche wird detailliert betrachtet und das Zusammenwirken privatwirtschaftlicher, öffentlicher und gemeinnütziger Aktivitäten im Zielmarkt.

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 (Pop/Unterhaltungsbereich)(Klassik), Zweit und Drittverwertung (Einführung, Musik & Werbung, Musik im Film, Filmmusik, Musikvideo, Musik und Radio, Merchandising), Musikjournalismus, Internationaler Musikmarkt, Weltmusik in Deutschland, Verbände und Verwaltung, Neue Wertschöpfungsmodelle. Literatur hierfür wird auf Nachfrage zur Verfügung gestellt bzw. bekannt gegeben.

Zum Abschluss des Seminares werden die Wertschöpfungsmöglichkeiten herausgearbeitet, die sich in Zusammenhang mit der Auswertung von Musik ergeben und welche Anforderungen an moderne Musikunternehmen und ihre Mitarbeiter gestellt werden.

Literaturempfehlungen:

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

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

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.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme an einem Seminar und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung erforderlich.

Modul 10 (Pflichtmodul)

Grundlagen des Kulturmarketings

Dr. Tom Schöbeler

Kompaktseminar	Raum 5.005
Fr 17.11.2017	9.00 - 17.00 Uhr
Do 07.12.2017	9.00 - 17.00 Uhr
Do 25.01.2018	9.00 - 17.00 Uhr

Jeder Kulturbetrieb benötigt Rezipienten. Kultur als prosumtiver Prozess lebt vom Zusammenspiel zwischen Produzent und Konsument. Was ist eine Theatervorstellung, eine Ausstellung, ein Denkmal ohne Publikum, ohne Betrachter? Was ist ein Buch ohne Leser, ein Musikstück ohne Zuhörer? Ist es überhaupt ein Kunstwerk, wenn es niemand wahrnimmt?

Wahrnehmung heißt heute auch Erlebnis. Kultureller Konsum kann vieles sein: Unterhaltung, Bildung, gemeinsames Erleben, Distinktion, Reflexion oder einfach nur Spaß. Sicher ist, dass es ein Erlebnis ist, zumeist ein gemeinschaftliches, für viele Menschen etwas Besonderes, Auratisches, Einzigartiges, Bewegendes. Doch Aufführungen, Ausstellungen, Konzerte usw. sind auch handelbare Güter, Produkte und Dienstleistungen. Ob angebots- oder nachfrageorientiert, ein moderner Kulturbetrieb muss sein Gut an den Mann oder die Frau bringen, mit seinem Publikum kommunizieren, in einen Austausch treten, es überzeugen, organisieren, binden, pflegen. Kultur steht heute, mehr denn je, in einem Wettbewerb. Wettbewerb nicht etwa nur untereinander. Das auch. Aber vielmehr zu den zahllosen anderen Möglichkeiten, seine Zeit zu verbringen und sein Geld auszugeben.

Alle Aktivitäten, die von einem Kulturbetrieb auf sein Publikum gerichtet sind, sind Marketing. Das Marketing gestaltet sämtliche Austauschprozesse mit dem bestehenden und potenziellen Publikum, aber auch mit der interessierten Öffentlichkeit, den Medien, der Politik, sogar den Mitarbeitern. Marketing ist also nicht nur Kommunikation. Es ist alles, was getan werden muss, um das Kulturgut zur Rezeption zu führen.

Kulturmarketing ist damit auch eine zentrale Aufgabe des Kulturmanagements. Es ist eine Führungsaufgabe und ein strategischer Prozess. Denn klar ist auch: Ohne Besucher verliert insbesondere der öffentlich geförderte Kulturbetrieb seine Legitimation.

Das Seminar gibt einen umfassenden Überblick über das, was Kulturmarketing ist (und nicht ist), wie es im Kulturbetrieb verankert sein sollte, welche strategischen Entscheidungen und operativen Maßnahmen notwendig sind, um den modernen (um nicht zu sagen: den exzellenten) Kulturbetrieb möglich zu machen.

Literaturempfehlungen:

Berkemeier-Feuerhahn, Sigrid und Nadine Ober-Heilig (2014): Kulturmarketing. Theorien, Strategien und Gestaltungsinstrumente, Stuttgart.

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

Klein, Armin (2011)(Hrsg.): Kompendium Kulturmarketing. Handbuch für Beruf und Praxis, München.

Klein, Armin (2011): Der exzellente Kulturbetrieb. 3. akt. Aufl., Wiesbaden.

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 Modulklausur beantragt werden.

Modul 4 (Wahlmodul)

Recht III - Medien- und Urheberrecht

Prof. Dr. Ralf Kitzberger

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 16.11.2017 9.00 - 17.00 Uhr

Do 23.11.2017 9.00 - 17.00 Uhr

Do 30.11.2017 9.00 - 17.00 Uhr

„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.

Kultur und Recht (2013), 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 9 (Pflichtmodul)

Vertiefung I Kulturfinanzierung

Prof. Dr. Thomas Knubben

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 11.01.2018 9.30 - 17.00 Uhr

Fr 12.01.2018 9.30 - 17.00 Uhr

Do 01.02.2018 9.30 - 17.00 Uhr

Die Finanzmittel für Kulturprojekte werden immer knapper, Strategien und Techniken der Mittelbeschaffung daher immer wichtiger. Öffentliche Mittel können nur noch als eines von mehreren Elementen der Kulturfinanzierung betrachtet werden. Das Seminar befasst sich daher mit der Finanzierung durch private Drittmittel, also Sponsoring und Fundraising. Es kontrastiert zunächst diese beiden Strategien der Mittelbeschaffung und verfolgt anschließend die jeweiligen Grundlagen, Anforderungen und Einsatzformen. Nach einer Analyse der Sponsoring- und Spendenmärkte und Erläuterung der jeweiligen rechtlichen Gegebenheiten werden Methoden und Instrumente erörtert, um in einem weiteren Schritt an ausgewählten Fallbeispielen die Konzeption, Kalkulation und Umsetzung von Fundraisingprojekten einzuüben.

Literaturempfehlungen:

Bortoluzzi Dubach, Elisa / Hansrudolf Frey (2011): Sponsoring. Der Leitfaden für die Praxis, 5. Aufl., Bern, Stuttgart, Wien.

Buss, Peter (2012): Fundraising. Grundlagen, System und strategische Planung, Bern, Stuttgart, Wien.

Frohne, Julia / Brigitte Norwidat-Altmann / Oliver Scheytt (2015): Kultursponsoring. Leitfaden für kreative Allianzen, Wiesbaden.

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.

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 (Fallanalyse) beantragt werden.

Modul 13 (Pflichtmodul)

Gesellschaftsrecht

Prof. Dr. Simone Grimm

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 18.01.2018 9.00 - 14.30 Uhr

Fr 19.01.2018 8.15 - 14.15 Uhr

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 für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 5 (Wahlmodul)

Diskurs im Kulturbetrieb I

Koordination: Lena Weuster M.A.

Ring-Seminar Raum 5.005

Das Seminar behandelt aktuelle Fragestellungen und Debatten des Kunst- und Kulturdiskurses. Um verschiedene Positionen auszuleuchten, laden die Lehrenden zu ausgewählten Themen jeweils Vertreter aus dem Kulturbetrieb ein. Den Studierenden obliegt es, die Fragestellung im Vorfeld zu analysieren, eigene Positionen zu entwickeln, den Abend zu moderieren und zu dokumentieren.

Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme am Seminar und die Vorbereitung einer Veranstaltung erforderlich.

Modul 14 (Pflichtmodul)

Kultur vor Ort: Rottweil

Prof. Dr. Thomas Knubben

Tagesexkursion am Mittwoch, den 07. Februar 2018

Rottweil bezeichnet sich als die älteste Stadt in Baden-Württemberg. Dies bezieht sich auf den Umstand, dass bereits die Römer an der Kreuzung wichtiger Verbindungsstraßen ein Militärlager angelegt haben, aus dem sich bald ein Verwaltungszentrum mit dem Status eines *municipium* entwickelte. Auch als Reichsstadt hat Rottweil über Jahrhunderte eine wichtige Rolle gespielt und sich nach dem Anschluss an Württemberg seine Stellung als Verwaltungs- und Bildungszentrum lange bewahren können. In der jüngeren Vergangenheit haben sich die Positionen jedoch merklich verschoben: Bildungs- und Verwaltungsreformen haben zum Verlust von Zentraleinrichtungen geführt, Nachbarstädte haben ihre Attraktivität gesteigert, Rottweil musste sich quasi neu erfinden. Das ist in den letzten Jahren zunehmend gelungen. Zur ältesten Stadt gesellte sich der höchste Turm Deutschlands, in dem neue Aufzugstechnologien für die ganze Welt getestet werden, und für das kommende Jahr ist die längste Hängebrücke Europas in Planung, die den neuen Turm mit der Altstadt verbinden soll. Geschichte, Kunst, Kultur und Tourismus sind Eckmomente dieser Stadtentwicklung, in der sich strategisches Denken und Bürgerengagement in bemerkenswerter Form paaren und in vielen bemerkenswerten kulturellen Einrichtungen und Aktivitäten ihren Ausdruck finden.

Das detaillierte Programm wird im Laufe des Wintersemesters vorliegen.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Veranstaltungsangebot für Studierende im 3. Semester

Montag

Modul 8 (Wahlveranstaltung)

Vertiefung II Kulturbetriebssteuerung

Dr. Petra Schneidewind

Seminar Mo 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.006

Das Seminar baut auf den Kenntnissen der Vertiefung I (SoSe 2017) auf. Sowohl operative als auch strategische Instrumente des Controllings sollen in kleinen Fallbeispielen bzw. Fallanalysen eingesetzt werden. Neu eingeführt wird das Instrument der Balanced Scorecard und Fragen des Qualitätsmanagements in Kulturbetrieben.

Durch Literaturrecherchen soll ein Überblick erarbeitet werden, welche Controllingansätze in unterschiedlichen Kulturbetrieben bestehen.

Übungen zum Datenmanagement mit Hilfe von Excel sind ebenfalls Bestandteil des Seminars.

Literaturhinweise:

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.

Schneidewind, Petra (2000): Entwicklung eines Theatermanagementinformationssystem, Frankfurt/M.

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

Modul 3 (Pflichtmodul)

Kulturpolitik I

Dr. Patrick Glogner-Pilz

Seminar Mo 14.15 – 15.45 Uhr Raum 5.005

In Deutschland gibt es – mit Ausnahme der Kulturinfarkt-Diskussionen – kaum kulturpolitische Auseinandersetzungen, die über einen engen Kreis von Akteuren und Wissenschaftlern hinaus geführt und wahrgenommen werden. Das öffentliche Interesse an Kulturpolitik ist – jenseits von Skandalen und Mammutprojekten wie der Elbphilharmonie – 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 also im kulturellen Umfeld arbeiten will, wird nicht umhin können, 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 Akteuren sowie den kulturtheoretischen Diskurs gerichtet, da der Bereich Kultur juristisch nur schwach normiert ist und somit immer wieder neu konkretisiert werden muss.

Einen weiteren 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.

Der Text kann bei Frau Moser 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.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden. Die Studierenden des 1. Semesters können jedoch wählen, ob Sie das Seminar in diesem Wintersemester oder erst im Wintersemester 2018/19 besuchen möchten.

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.

Dienstag

Modul 2 (Pflichtmodul)

Literaturwissenschaft II: Deutscher Existenzialismus? Literatur nach 1945

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Di 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005

„Wir müssen uns Sisyphos als einen glücklichen Menschen vorstellen“, schrieb Albert Camus (1913-1960) in seinem Essay „Der Mythos des Sisyphos“ im Jahr 1942, mitten in einem Krieg, der nicht nur Europa, sondern die ganze Welt spaltete. Camus, oft als Existenzialist bezeichnet, griff darin Fragen auf, die für den Europäer bereits am Ende des 19. Jahrhunderts virulent und nun sichtbar geworden waren: Wie lassen sich die Handlungen des Menschen erklären, die seine Welt zerstören? Gibt es, jenseits der Natur, eine Gewissheit? Wie fremd ist sich der Mensch, welchen Sinn hat er?

Diesen Fragen geht das Seminar anhand ausgewählter Texte deutschsprachiger Literatur nach 1945 nach. Camus' Fragen werden anhand der literarischen Figur des Antihelden untersucht, wie sie in den Dramen- und Prosatexten von Camus selbst (Der Fremde), von Wolfgang Borchert (Draußen vor der Tür), Heinrich Böll (Wanderer, kommst Du nach Spa ..., Ansichten eines Clowns), Wolfgang Hildesheimer (Tynset), Max Frisch (Ich bin nicht Stiller) oder Ingeborg Bachmann (Malina) vorkommt.

Die meisten der Autoren, die das Seminar betrachtet, waren auch Mitglieder der Gruppe 47, die kurz nach Kriegsende von Hans Werner Richter gegründet wurde, und die ein klares, wenn auch ambivalentes Bild vom Literaturbetrieb der Nachkriegszeit zeichnet: Schuldigwerden im Nationalsozialismus, Verdrängung in der Bundesrepublik, Auseinandersetzung des Individuums mit sich selbst. In den Texten wird auch die Rolle des Ich-Erzählers und die Form der Erzählung zu beleuchten sein, die oft konkrete Erfahrungen der Autoren fiktionalisieren.

Eine Literaturliste mit der genauen Primärliteratur wird in den Semesterferien in Moodle eingestellt.

Einführende Lektüre:

Andreotti, Marion (2009): Die Struktur der modernen Literatur. Neue Wege in der Textinterpretation. Erzählprosa und Lyrik, 4., vollst. neu bearb. u. aktual. Aufl., Stuttgart / Wien.

Böttiger, Helmut (2012): Die Gruppe 47. Als die deutsche Literatur Geschichte schrieb.

Camus, Albert (1942/2013): Der Mythos des Sisyphos, Reinbek.

Richter, Hans Werner (1986): Im Etablissement der Schmetterlinge, München.

Schnell, Ralf (2003): Geschichte der deutschsprachigen Literatur seit 1945, 2. überarb. und erw. Aufl., Stuttgart u.a.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Seminar Kunsttheorie und an zwei Seminaren einer Fachrichtung erforderlich. 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 2 (Pflichtmodul)

Kunst- und Bildwissenschaft I: Museumspädagogik vor Ort

Prof. Dr. Christiane Schmidt-Maiwald

Seminar Di 14.15 - 17.45 Uhr, 14-täglich Raum 5.005
im Wechsel mit Issues of Culture and Tourism
Beginn: 24.10.2017

Das Seminar baut auf das Grundlagenseminar der Kunstwissenschaft auf und bietet Gelegenheit, sich Kunstwerken im Original in einem ersten Schritt über unterschiedliche methodische Ansätze zu nähern, um dann mit Blick auf unterschiedliche Zielgruppen (schulischer + außerschulischer Kontext) Wege der Vermittlung kennenzulernen, zu erproben und kritisch zu reflektieren. Gleichzeitig werden der Ausstellungsraum sowie museumsdidaktische Aspekte diskutiert.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Seminar Kunsttheorie und an zwei Seminaren einer Fachrichtung erforderlich. 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 7 (Wahlmodul)

Issues of Culture and Tourism - Creating the cultural tourism product

Lena Weuster M.A.

Seminar Di 14.15 - 17.45 Uhr, 14 täglich Raum 5.005
im Wechsel mit Kunst- und Bildwissenschaft I
Beginn: 07.11.2017

Tourism is one of the major forces of the world economy that has undergone a lot of changes and developments in the last decades. The emergence of cultural tourism has marked one of the most significant milestones that illustrates a change in the tourist interest and behavior. For example, there has been a growing discussion about a turn, a driving shift towards less tangible tourism assets and towards more actively involved forms of tourism consumption. Consequently tourists are more and more seeking for cultural experiences.

There are different typologies of cultural tourists (Pröbstle 2013), who have distinctive motivations when looking for cultural experiences. For example, there are those who are going to a museum just because "they are in the city anyway" and those who visit a certain destination only because of a cultural site. In the same way, cultural tourism can have various interpretations. In this seminar, we do not only look at cultural tourism as a means to "visit heritage sites and experience/consume tangible heritage products". Rather, the concept of cultural tourism in this seminar also implies the notion that "culture is the whole way of life" (Williams 1958). In this regard we look at different aspects of the expression of culture which inheres tangible (e.g. artifacts, museum exhibitions; landmarks) as well as intangible (rituals, ceremonies; lifestyles) resources. Furthermore we go more into depth with the ways to use those cultural resources to create cultural tourism products taking an international perspective.

At the end of the seminar the students will have a deep understanding of the challenges and opportunities that can emerge during the development of cultural tourism products. Furthermore they will gain insight into the different perspectives and interests of all actors that must be considered while commodifying cultural/heritage resources. The students will use international case study examples to illustrate and critically analyze cultural tourism products in different national contexts.

Literatureempfehlungen:

DuCros, Hilary / Bob McKercher (2015): Cultural Tourism 2nd Edition. Abingdon Oxon.

Mowforth, Martin / Ian Munt (2016): Tourism and Sustainability. Development, globalisation and New Tourism in the Third world. 4th Edition. London.

Pröbstle, Yvonne (2014): Kulturtouristen - eine Typologie. Springer VS.

Smith, Melanie / Greg Richards (2013): The Routledge Handbook of Cultural Tourism. Oxon.

Smith, Melanie / Mike Robinson (2005): Cultural Tourism in a Changing World. Available on: <http://www00.unibg.it/dati/corsi/44108/50648-smith-robinson-proofs.pdf>.

Richards, Greg (2015): Tourism Trends: The Convergence of Culture and Tourism. Available on: https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism.

Richards, Greg (2003): What is Cultural Tourism? Available on: https://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism.

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

Mittwoch

Modul 1 (Pflichtmodul)

Kulturtheorie der Moderne

Prof. Dr. Anja Hartung-Griemberg

Vorlesung/Seminar Mi 8.15 - 9.45 Uhr Raum 5.005

Welche Vorstellungen, welche Konzepte und welche Vorstellungen verbinden sich **mit** den Begriffen Kultur, Ästhetik und kulturelle Bildung? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt der Lehrveranstaltung, die als Kombination von Vorlesung und Übung konzipiert ist. Anhand ausgewählter Theorien werden zentrale Positionen von der Antike bis zur Postmoderne vorgestellt und anhand von Beispielen diskutiert.

Literaturempfehlungen:

Böhme, Hartmut / Peter Matussek / Lothar Müller (2002): Orientierung Kulturwissenschaft, 2. Aufl., Reinbek b. Hamburg.

Fuchs, Max (2008): Kultur Macht Sinn. Einführung in die Kulturwissenschaft, Wiesbaden.

Hansen, Klaus P. (2003): Kultur und Wissenschaft, 3. Aufl., Tübingen u. Basel.

Hofmann, Martin Ludwig / Tobias F. Korta / Sibylle Niekisch (2004/2006): Culture Club. Klassiker der Kulturtheorie, Frankfurt/N.

Müller, Klaus E. (2003): Das Unbehagen mit der Kultur. In: Müller, Klaus E. (Hrsg.): Phänomen Kultur. Perspektiven und Aufgaben der Kulturwissenschaften. Bielefeld, S.13-47.

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 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. Clemens Klünemann

Vorlesung Mi 14.15 - 17.45 Uhr, 14-täglich Raum 5.005
 im Wechsel mit Kulturpolitik II
 Beginn am 25.10.2017

In dieser Vorlesung geht es um einen Zugang zu markanten Themen und Aspekten der kulturellen Entwicklungen und Strömungen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhundert. Dabei wird sich der Blick auf das europäische kulturelle Erbe des 19. Jahrhunderts richten und dessen Rezeption in der Kunst und Kultur des wilhelminischen Zeitalters sowie der Weimarer Republik analysieren. Die Bedeutung von Kunst und Kultur für die Propagandazwecke des nationalsozialistischen Regimes werden ebenso thematisiert wie ihr Potential zum Widerstand. Anhand konkreter Beispiele wie Friedrich Sieburgs *Gott in Frankreich ?* oder Le Corbusiers Plan zur Umgestaltung von Paris wird die Verführbarkeit der Intellektuellen gezeigt, woran die Notwendigkeit einer engen Verknüpfung ästhetischer Fragen mit politischen, (mentalitäts-)geschichtlichen und wirtschaftlichen Aspekten umso deutlicher wird.

Literaturempfehlungen:

Blom, Philipp (2009): Der taumelnde Kontinent. Europa 1900-1914, München.

Blom, Philipp (2014): Die zerrissenen Jahre. 1918-1933, München.

François, Etienne und Schulze, Hagen (Hrsg.; 2001): Deutsche Erinnerungsorte, München

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

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

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 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)

Kulturpolitik II

Prof. Dr. Thomas Knubben

Seminar Di 14.15 – 17.45 Uhr 14-täglich Raum 5.005
im Wechsel mit Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts I
Beginn am 08.11.2017

Andere Länder, andere Kulturpolitiken. So sehr allenthalben von Globalisierung und einer unvermeidbar erscheinenden Angleichung der Lebensstile weltweit die Rede ist, so sehr behaupten sich doch unterschiedliche historische, rechtliche, finanzielle und mentale Strukturen in der Gestaltung der Kulturpolitik und des Kulturmanagements in den verschiedenen Ländern. Unterschiedliche Auffassungen von den kulturellen Aufgaben des Staates und den Anteilen privater Träger können dabei ebenso zum Tragen kommen wie Differenzen in der mal zentralistischen, mal föderalistischen Gestaltung der Kulturpolitik. Auch wenn sich manche Strukturen als außerordentlich zählebig erweisen und Übertragungen zumeist nur modifiziert erfolgen können, bietet die Kenntnis unterschiedlicher Kulturverständnisse und Verfahrensweisen doch auch Ansatzpunkte und Hilfestellungen zur Weiterentwicklung der eigenen Verhältnisse. In den Blick genommen werden durch Vergleichsuntersuchungen u. a. die kulturpolitischen Bedingungen und Ansätze in der Schweiz und Österreich, in Frankreich, in den skandinavischen Ländern sowie im angelsächsischen Raum.

Literaturempfehlungen:

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

Ratzenböck, Veronika / Katharina Okulski / Xenia Kopf (2012): Cultural policy landscapes. A guide to eighteen Central and South Eastern European countries, Wien (pdf: <http://www.kulturdokumentation.org>).

Dokumentation des Europarates im Internet: culturalpolicies.net.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden. Die Studierenden des 1. Semesters können jedoch wählen, ob Sie das Seminar in diesem Wintersemester oder erst im Wintersemester 2018/19 besuchen möchten.

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.

Kompaktveranstaltungen

Modul 13 (Pflichtmodul)

Teamlabor Kulturbetrieb - Teamlaborwoche für Drittsemester

Koordination: Dr. Petra Schneidewind

Übung Mo 16.10. - Fr 20.10.2017 jeweils 9.15 - 17.15 Uhr Raum 5.005 und 5.006

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. Schließlich werden die einzelnen Bausteine der einjährigen Arbeit zusammengesetzt, die am Ende den Businessplan ergeben sollen.

Die Studierenden präsentieren ihre Ergebnisse öffentlich am 07.11.2017 um 18.00 Uhr im Raum 5.005 der Pädagogischen Hochschule.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 3. Semesters Pflicht.

Modul 10 (Wahlveranstaltung)

Vertiefung II Kulturmarketing: Kundenmanagement und Database-Marketing

Ramon Manuel Schneeweiß M.A.

Kompaktseminar

26.10.2017	10.00 - 18.00 Uhr	Raum 5.006
01.12.2017	10.00 - 18.00 Uhr	Raum 5.006
08.12.2017	ganztags am Staatstheater in Darmstadt	

Im Jahr 2009 entschloss sich das Staatstheater Darmstadt, ein Kundenmanagementsystem aufzubauen, um langfristig in die Vorzüge verbesserter Kundenbeziehungen zu kommen. Die Einführung entsprechender Instrumente und Organisationsstrukturen stellte sich in der Praxis als ein Projekt von 10 Jahren heraus. In diesem Vertiefungsseminar beschäftigen wir uns anhand dieses Beispiels mit den Herausforderungen, die beim Aufbau von Instrumenten des Direktmarketings zu meistern sind. Was ist Kundenmanagement und welche Chancen bietet es? Welche Ressourcen sind für den Aufbau eines Kundenmanagementsystems erforderlich? Zusätzlich beschäftigen wir uns mit den rechtlichen und technischen Anforderungen von Database-Marketing und der Frage, wie die Daten in einer Kunden- und Vertriebsdatenbank für das Controlling genutzt werden können.

Die Fahrt nach Darmstadt muss von den Studierenden selbst organisiert werden; möglicherweise kann hierfür der PH-Bus zur Verfügung gestellt werden.

Literaturempfehlungen:

Bruhn, Manfred/Christian Homburg (Hrsg.) (2017): Handbuch Kundenbindungsmanagement. Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM, 9. Aufl., Heidelberg.

ECO Verband der Internetwirtschaft e. V. (Hrsg.) (2016): eco Richtlinie für zulässiges E-Mail-Marketing. Leitlinien für die Praxis, 6. Auflage, Köln, <https://certified-senders.eu/wpcontent/uploads/2016/09/Marketing-Richtlinie.pdf>.

Laube, Michael (2017): Einstieg in SQL, 1. Aufl., Bonn.

Logemann, Thorsten (Hrsg.) (2013): Praxishandbuch Kundendatenschutz. Leitfaden für Unternehmen bei datenschutzrechtlichen Fragestellungen im Umgang mit Kundendaten, Hamburg.

Schlemm, Vera (2003): Database Marketing im Kulturbetrieb. Wege zu einer individualisierten Besucherbindung im Theater, 1. Aufl., Bielefeld.

Stauss, Bernd/Wolfgang Seidel (2014): Beschwerdemanagement. Unzufriedene Kunden als profitable Zielgruppe, 5. Aufl., München.

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

Modul 9 (Wahlveranstaltung)

Kulturfinanzierung Vertiefung II: Konzeptionelle Impulse für die Nolde-Ausstellung in Heilbronn 2018

Prof. Dr. Thomas Knubben

Kompaktseminar Raum 5.005

Fr 27.10.2017 9.00 – 17.00 Uhr

Fr 09.11.2017 9.00 – 17.00 Uhr

Fr 17.11.2017 9.00 – 17.00 Uhr

Die Städtischen Museen Heilbronn zeigen in der Kunsthalle Vogelmann von 17.03. bis 17.06.2018 die Ausstellung „Emil Nolde. Farbenzauber. Eine Retrospektive auf Papier“. Sie widmen sich damit einem der bedeutendsten und beliebtesten deutschen Künstler des 20. Jahrhunderts. Insbesondere in seinen Aquarellen, auf die sich die Ausstellung konzentriert, hat Nolde eine expressive Leuchtkraft entfaltet und eine malerische Virtuosität entwickelt, die bis heute fasziniert. Neuere Forschungen zeigen aber auch, dass seine Positionierung im Dritten Reich erheblich problematischer gewesen ist, als dies in der Nachkriegszeit immer dargestellt wurde.

Das Seminar beschäftigt sich mit der Finanzierung dieser recht aufwändigen Ausstellung und entwickelt Konzepte und Ideen zur Gewinnung von Besuchern und damit auch zur Steigerung der Eigenerlöse als wesentliches Mittel zur Deckung der notwendigen Kosten. Das Seminar beginnt mit einer Besichtigung der Gegebenheiten vor Ort und einem Austausch mit den Ausstellungsmachern und wird dann im Institut in Ludwigsburg fortgesetzt.

Informationen zu den Städtischen Museen Heilbronn und zur Kunsthalle Vogelmann: www.museen-heilbronn.de.

Literaturempfehlungen:

Knubben, Thomas / Tilman Osterwold (Hrsg.) (1999): Emil Nolde. Ungemalte Bilder, Aquarelle 1938 bis 1945, Ostfildern-Ruit.

Krämer, Felix (Hrsg.) (2014): Emil Nolde. Retrospektive. Publikation zur Ausstellung im Städel Museum Frankfurt, München/London/New York.

Manfred Reuther (Hrsg.) (2010): Emil Nolde, Köln.

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

Modul 12 (Wahlmodul)

Kulturbetrieb III - Musikbetrieb

Paul Woog

Kompaktseminar

Sa 11.11.2017	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.006
Sa 16.12.2017	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005
Sa 20.01.2018	9.00 - 17.00 Uhr	Raum 5.005

In diesem Seminar wird ein Überblick über die Musikwirtschaft als Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft gegeben. Insbesondere das Branchenumfeld der Tonträger- und Live-Entertainmentbranche wird detailliert betrachtet und das Zusammenwirken privatwirtschaftlicher, öffentlicher und gemeinnütziger Aktivitäten im Zielmarkt.

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 (Pop/Unterhaltungsbereich)(Klassik), Zweit und Drittverwertung (Einführung, Musik & Werbung, Musik im Film, Filmmusik, Musikvideo, Musik und Radio, Merchandising), Musikjournalismus, Internationaler Musikmarkt, Weltmusik in Deutschland, Verbände und Verwaltung, Neue Wertschöpfungsmodelle. Literatur hierfür wird auf Nachfrage zur Verfügung gestellt bzw. bekannt gegeben.

Zum Abschluss des Seminares werden die Wertschöpfungsmöglichkeiten herausgearbeitet, die sich in Zusammenhang mit der Auswertung von Musik ergeben und welche Anforderungen an moderne Musikunternehmen und ihre Mitarbeiter gestellt werden.

Literaturempfehlungen:

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

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

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.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme an einem Seminar und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung erforderlich.

Modul 4 (Wahlmodul)

Recht III - Medien- und Urheberrecht

Prof. Dr. Ralf Kitzberger

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 16.11.2017 9.00 - 17.00 Uhr

Do 23.11.2017 9.00 - 17.00 Uhr

Do 30.11.2017 9.00 - 17.00 Uhr

„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.

Kultur und Recht (2013), 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 11 (Wahlmodul)

Vertiefung II Kommunikationsmanagement: Onlinestrategie für das Ludwigsburger Stadtjubiläum

Dr. Christiane Dätsch

Kompaktseminar	Raum 5.006
Do 07.12.2017	10.15 - 17.45 Uhr
Do 14.12.2017	10.15 - 17.45 Uhr
Do 18.01.2018	10.15 - 17.45 Uhr

Kommunikation, verstanden als professionelle PR von Kultureinrichtungen, verläuft im 21. Jahrhundert sowohl analog als auch digital. Die vielen neuen Möglichkeiten, Kunst und Kultur mittels Webseiten und bewegter Bilder, aber auch interaktiv mittels Social Media-Maßnahmen zu kommunizieren, erfordern jedoch eine reflektierte Auseinandersetzung mit diesen noch jungen Kommunikationsstrategien. Durch eine methodische Beschäftigung lassen sich positive wie negative Aspekte verschiedener Kommunikationsformen aufdecken und die Instrumente der Online-Kommunikation hinsichtlich ihrer Wirksamkeit und Relevanz für die Kulturarbeit richtig einschätzen.

Nach einer Einführung in das Thema setzen wir uns anhand eines Falls aus der Praxis mit den operativen Möglichkeiten der strategischen Anwendung und Umsetzung von Onlinekommunikation für ein Kulturereignis auseinander: dem Ludwigsburger Stadtjubiläum „Stadt werden! 2018“, das an die Verleihung des Stadtrechts im Jahr 1718 und Ludwigsburgs Erhebung zur dritten württembergischen Residenz erinnert. Ein Fokus wird dabei auf der Online-Strategie für das Projekt der Literaturtage Baden-Württemberg liegen, die 2018 in Ludwigsburg gastieren. Je nach Anzahl der Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmer kommen weitere Projekte des Stadtjubiläums als Fallbeispiele hinzu.

Im Rahmen der Ausarbeitung einer Onlinestrategie soll die Entstehung einer Website und der Nutzen von Social Media wie Blogs, Twitter, Foto- und Videosharing, Podcasts und Gaming reflektiert werden und einzelne Instrumente nach Möglichkeit probeweise auf den konkreten Fall angewendet werden. Am Ende der drei Seminartage steht die Präsentation der Strategie beim Kooperationspartner.

Infos zu den Kulturprojekten:

<http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.literaturtage-in-ludwigsburg-buecherwurm-trifft-leseratte.a45f6e41-7083-4d78-b1b4-83654ecdcab5.html>

<https://www.ludwigsburg.de/,Lde/14360068.html>

Literaturempfehlungen:

Huber, Melanie (2010): Kommunikation im Web 2.0. Twitter, Facebook & Co., 2. überarb. Aufl., Konstanz.

Janner, Karin / Christian Holst / Axel Kopp (Hrsg.) (2011): Social Media im Kulturmanagement. Grundlagen / Fallbeispiele, / Geschäftsmodelle / Studien, Heidelberg u.a.

Scheurer, Hans / Ralf Spiller (Hrsg.) (2010): Kultur 2.0. Neue Web-Strategien für das Kulturmanagement im Zeitalter von Social Media, Bielefeld.

Schindler, Marie-Christine / Tapio Lillier (2011): PR im Social Web. Das Handbuch für Kommunikationsprofis, Köln.

Zerfaß, Ansgar / Thomas Pleil (Hrsg.) (2017): Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web, 2. überarb. Aufl., Köln.

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

Modul 5 (Wahlmodul)

Diskurs im Kulturbetrieb IV

Koordination: Lena Weuster M.A.

Ring-Seminar Raum 5.005

Das Seminar behandelt aktuelle Fragestellungen und Debatten des Kunst- und Kulturdiskurses. Um verschiedene Positionen auszuleuchten, laden die Lehrenden zu ausgewählten Themen jeweils Vertreter aus dem Kulturbetrieb ein. Den Studierenden obliegt es, die Fragestellung im Vorfeld zu analysieren, eigene Positionen zu entwickeln, den Abend zu moderieren und zu dokumentieren.

Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme am Seminar und die Vorbereitung einer Veranstaltung erforderlich.

Modul 14 (Pflichtmodul)

Projekt I: Global Cultural Data - Fortsetzung

Prof. Dr. Thomas Knubben Termine n.V. Raum: 5.005

Alle reden pausenlos von Globalisierung, die meisten Waren sind von Weltmarktpreisen abhängig, jeder Milchbauer sieht sich weltweiter Konkurrenz ausgesetzt. Dem gegenüber zeigt sich der Kultursektor seltsam blind und weitgehend desinteressiert gegenüber globalen Entwicklungen und Dimensionen. Den Rahmen der kulturellen und kulturpolitischen Orientierung bestimmen weitgehend nationale Gegebenheiten und Datenlagen.

Das zweisemestrige Projekt will diese eingefahrene Perspektive sprengen. Es hat zum Ziel, aus internationalen Quellen elementare Daten zu globalen Dimensionen der Kultur zu versammeln und in Karten oder Grafiken aufzubereiten. Wie viele Opernhäuser gibt es eigentlich auf der Welt und wie viele davon stehen in Deutschland? In welchen Ländern werden die meisten Buchtitel produziert und wo am meisten Bücher gelesen? Welche Reichweite hat klassische Musik in der Welt? Wie viele Filme kommen jährlich weltweit ins Kino?

Das Projekt findet in Kooperation mit der Fakultät Gestaltung der Hochschule Würzburg-Schweinfurt statt. Die Aufgabe der Ludwigsburger Studierenden besteht vornehmlich in der Datenrecherche, -aufbereitung und -kommentierung. Die gestalterische Umsetzung in Karten und Grafiken soll durch Studierende aus Würzburg erfolgen. Ziel ist eine Online-Publikation, ggf. auch eine Buchveröffentlichung.

Literaturempfehlung:

Hartmann, Frank / Erwin K. Bauer (2002): Bildsprache, Otto Neurath, Visualisierungen, Wien.

Krämer, Walter/ Götz Trenkler (1996): Lexikon der populären Irrtümer. 500 kapitale Mißverständnisse, Vorurteile und Denkfehler von Abendrot bis Zeppelin, Frankfurt a.M.

Osterhammel, Jürgen / Niels P. Petersson (2012): Geschichte der Globalisierung. Dimensionen, Prozesse, Epochen, 5. Aufl., München.

Stolz, Matthias (2009): Deutschlandkarte. 101 unbekannte Wahrheiten, München.

Hänsgen, Dirk / Sebastian Lentz / Sabine Tzschäschel (Hrsg) (2010): Deutschlandatlas. Unser Land in 200 thematischen Karten, Darmstadt.

www.worldmapper.org

Die Teilnahme an *einem* Projekt ist für alle Studierenden Pflicht.

Modul 14 (Pflichtmodul)

Projekt II: Apps & Co. im Kulturtourismus: Digitale Strategien für die Vermarktung und Vermittlung von kulturellem Erbe

Lena Weuster M.A.

Termine n.V. Raum: 5.005

In der heutigen Zeit ist ein Leben ohne Smartphone kaum noch vorstellbar. Die Informationsbeschaffung, Kommunikation und Interaktion findet mittlerweile zu einem großen Teil mit Hilfe von mobilen Anwendungen, sogenannten „Apps“, statt. Diese Apps ermöglichen es unabhängig von Ort und Zeit Informationen abzurufen und zu teilen. In den letzten Jahren haben Apps auch im Kulturtourismus entscheidend an Bedeutung gewonnen. Dabei können sie unterschiedliche Funktionen der Vermittlung und Vermarktung haben: Sie können die Website von Kulturerbestätten ersetzen und aktuelle Informationen zum Leistungsangebot geben. Zeitgleich können sie den Zugang zu Informationen für ein immer anspruchsvolleres Publikum erleichtern, welches sich aktiv und spielerisch mit kulturellem Erbe auseinandersetzen möchte. Des Weiteren können komplexe Zusammenhänge oder nicht greifbare, immaterielle Kulturgüter durch mobile Anwendungen wie z. B. Virtual Tours oder Augmented Reality einfacher vermittelt und dadurch vom Besucher leichter genutzt und rezipiert werden. Im Hinblick auf die stetig steigende Relevanz von Apps im Tourismuskontext ist anzunehmen, dass Kulturanbieter, die langfristig am Markt erfolgreich sein wollen, nicht um deren Einsatz herumkommen.

In einem ersten Schritt, haben die Teilnehmer herausgearbeitet welche theoretischen Erkenntnisse zum Thema bisher vorliegen. Hierbei fokussierten sie sich auf die derzeitigen Anwendungsfelder im Kontext von deutschem Kulturerbe, um diese anschließend mit dem internationalen Markt vergleichen zu können. Anhand dieser Untersuchungen haben die Teilnehmern nun in diesem Teil des Projektseminars die Aufgabe, einen „Best-Practice“ Leitfaden zu entwickeln, der in der Praxis angewandt werden kann. Dieser Leitfaden wird anhand von qualitativen Methoden, wie z. B. Fallstudienanalysen, getestet. Im Anschluss werden Ergänzungen oder Änderungen vorgenommen um einen abschließenden praxistauglichen Leitfaden für den Einsatz von Apps zur touristischen Vermarktung und Vermittlung von Kulturerbe vorzulegen. Das Projekt soll in Kooperation mit ausgewählten Kulturerbestätten und Touristikern durchgeführt werden.

Literaturempfehlungen:

Christian Gries (2015): Digitale Strategien für Museen. Verfügbar unter: http://www.museumsverband-bw.de/fileadmin/user_upload/mvbw/pdfs/Tagungsvortraege/2017/Gries-Digitale_Strategien.pdf.

MFG Innovationsagentur Medien- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg (2016): Open Up! Museum - Wie sich Museen den neuen digitalen Herausforderungen stellen. Ein Leitfaden aus Baden Württemberg. Verfügbar unter: http://www.kultur-oeffnet-welten.de/media/material-downloads/opm_inn_web_fin1108.pdf.

Hausmann, Andrea / Neda Nouri-Fritsche / Lena Weuster (2015): Making Heritage Accessible: Usage and Benefits of Web-based Applications in Cultural Tourism. Verfügbar unter: http://iacudit.org/journal/volumes/v2n1/v2n1_19-30.pdf.

Hausmann, Andrea / Lena Weuster (2016): Possible marketing tools for heritage tourism: the potential of implementing information and communication technology, verfügbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2017.1334786>.

Die Teilnahme an *einem* Projekt ist für alle Studierenden Pflicht.

Modul 14 (Pflichtmodul)

Kultur vor Ort: Rottweil

Prof. Dr. Thomas Knubben

Tagesexkursion am Mittwoch, den 07. Februar 2018

Rottweil bezeichnet sich als die älteste Stadt in Baden-Württemberg. Dies bezieht sich auf den Umstand, dass bereits die Römer an der Kreuzung wichtiger Verbindungsstraßen ein Militärlager angelegt haben, aus dem sich bald ein Verwaltungszentrum mit dem Status eines *municipium* entwickelte. Auch als Reichsstadt hat Rottweil über Jahrhunderte eine wichtige Rolle gespielt und sich nach dem Anschluss an Württemberg seine Stellung als Verwaltungs- und Bildungszentrum lange bewahren können. In der jüngeren Vergangenheit haben sich die Positionen jedoch merklich verschoben: Bildungs- und Verwaltungsreformen haben zum Verlust von Zentraleinrichtungen geführt, Nachbarstädte haben ihre Attraktivität gesteigert, Rottweil musste sich quasi neu erfinden. Das ist in den letzten Jahren zunehmend gelungen. Zur ältesten Stadt gesellte sich der höchste Turm Deutschlands, in dem neue Aufzugstechnologien für die ganze Welt getestet werden, und für das kommende Jahr ist die längste Hängebrücke Europas in Planung, die den neuen Turm mit der Altstadt verbinden soll. Geschichte, Kunst, Kultur und Tourismus sind Eckmomente dieser Stadtentwicklung, in der sich strategisches Denken und Bürgerengagement in bemerkenswerter Form paaren und in vielen bemerkenswerten kulturellen Einrichtungen und Aktivitäten ihren Ausdruck finden.

Das detaillierte Programm wird im Laufe des Wintersemesters vorliegen.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.