

## Kulturmanagement

### S *Konzert, Oper, Theater. Zur Kulturgeschichte der Darstellenden Künste*

**Prof. Dr. Steffen Höhne**

Studierende im M.A. Kulturmanagement

Modulsignaturen: Kulturwissenschaft 1 (MA KuMa 4): Seminar Theorie der Moderne; Friedolin -Nr.: 120823

Mi. 15:15-16:45 Uhr | Hochschulzentrum am Horn, Seminarraum 1  
Beginn 06.04.2016

Das Seminar beschäftigt sich aus einer kulturhistorischen und institutionsgeschichtlichen Perspektive mit der Entstehung und Herausbildung, der Ausdifferenzierung und Transformation sowie den aktuellen Herausforderungen von Institutionen der Hochkultur. Dabei werden auch Produktions- Distributions- und Rezeptionsformate und -prozesse wie Statuszuweisungen gegenüber Kunst und Künstlern in den Blick genommen.

### V *Kulturpolitik: Kulturpolitik in Zentraleuropa*

**Prof. Dr. Steffen Höhne**

Studierende im B.A. Interkulturelles Musik- und Veranstaltungsmanagement

Modulsignaturen: B.A. IMV: Modul Grundlagen Kulturwissenschaft/ -politik (BA IMV P3); M.A. KuMa: Profil OME (MA KuMa 06 mit Hausarbeit); Friedolin -Nr.: 120824

Mi. 13:15-14:45 Uhr | Hochschulzentrum am Horn, Seminarraum 1  
Beginn 06.04.2016

Die Vorlesung bietet zunächst einen Überblick über wichtige kulturpolitische Entwicklungen in Zentraleuropa nach 1945. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Kulturpolitik in der DDR und der ČSSR. Ferner werden Theoriemodelle, Konzepte und Diskurse vorgestellt, die zur Erklärung von Kulturpolitik relevant erscheinen und deren Verankerung in Politik, Gesellschaft und Wirtschaft berücksichtigen.

### S *Kulturbetriebswirtschaftslehre*

**Kerstin Gerth**

**Frank Siegmund**

Studierende im M.A. Kulturmanagement

Modulsignaturen: Modul Kulturökonomie 1 (MA KuMa 1): Kulturbetriebswirtschaftslehre; Friedolin -Nr.: 120825

Fr. 09:15-10:45 Uhr | Hochschulzentrum am Horn, Seminarraum 1  
Beginn 08.04.2016

Im Rahmen dieses Seminars soll eine eigene Geschäftsidee im Kulturbereich zum Business-Plan ausgearbeitet werden. Es geht um die zentralen Inhalte eines Business-Plans wie Geschäftsidee und Unternehmensziele, Produkt- bzw. Dienstleistung, Markt und Wettbewerb, Marketing und Vertrieb, Management und Team, Organisation, Umsetzungsplan, Chancen und Risiken sowie den Finanzplan. Diese werden anhand von Beispielen erläutert, bevor es in die Erarbeitung eines eigenen Business-Plans geht. Sie werden in Gruppen Ihre eigene Idee in einem Businessplan

verarbeiten und zum Ende des Semesters Ihre Geschäftsidee präsentieren und den fertigen Businessplan abgeben.

BS *Theatermanagement (Teil 1)*

**Carsten Dufner (MDR)**

Studierende im M.A. Kulturmanagement

Modulsignaturen: Modul *Kulturökonomie 2* (MA KuMa 2): Kulturpolitik und -management in Institutionen; Friedolin - Nr.: 120826

Blockveranstaltung | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1

Termine: Fr. 29.04.2016 16:00-21:00 Uhr, Sa. 30.04.2016 9:00-16:00 Uhr,

Fr. 08.07.2016 16:00-21:00 Uhr, Sa. 09.07.2016 9:00-16:00 Uhr

***Programmgestaltung und Dramaturgie als elementarer Bestandteil der Profilierung von Künstlern und Veranstaltungen***

Das Profil eines Künstlers, einer Konzertreihe oder eines Festivals wird wesentlich durch dessen / deren Repertoire geprägt, durch „richtige“ Programmgestaltung und „gute“ Dramaturgie. Im besten Falle ist die Programmierung nicht austauschbar, ist kein bloßer Ausweis dafür, dass das gängige Repertoire auf Abruf vorhanden ist, sondern ist Ergebnis eines künstlerischen Wollens und einer klaren Botschaft. Die Programmgestaltung ist somit auch Teil des (Selbst-) Marketings eines Künstlers. Die Frage, ob ein Künstler in der Lage ist, ein bestimmtes Repertoire zu bewältigen, spielt eine immer geringere Rolle, im Gegensatz zu der, ob sich seine Persönlichkeit in dem Repertoire wiederfindet, ob der Künstler als „authentisch“ empfunden wird. Das Seminar soll der Frage nachgehen, wie Künstler ihr Profil finden und damit eine „Marke“ werden können. Und wie Musikmanager zu diesem Profilieren beitragen bzw. das Profil des Künstlers mit dem Profil des jeweiligen Orchesters, der jeweiligen Festspiele etc. zusammenpasst.

BS *Theatermanagement (Teil 2)*

**Frank Martin Widmaier**

Studierende im M.A. Kulturmanagement

Modulsignaturen: Modul *Kulturökonomie 2* (MA KuMa 2): Kulturpolitik und -management in Institutionen; Friedolin - Nr.: 120827

Blockveranstaltung | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1

Termine: Fr. 08.04.2016 13:00-19:00 Uhr, Sa. 09.04.2016 9:00-16:00 Uhr

Fr. 27.05.2016 13:00-19:00 Uhr, Sa. 28.05.2016 9:00-16:00 Uhr

Die Lehrveranstaltung Theatermanagement widmet sich Strukturen und Prozessen des Theaterbetriebs. Analysiert werden Grundlagen des Managements in den Bereichen Finanzen, Personal, Marketing und Vertrieb, Planung, Disposition, Organisation und Kommunikation vor dem Hintergrund eines künstlerischen Betriebes. Verschiedene Rechtsträgermodelle werden verglichen und evaluiert. Die Spezifika des Bühnengesetzes und dessen Anwendung in der Organisation von Theaterbetrieben sowie konkrete Untersuchungen verschiedener Hausprofile in ihrer jeweiligen politischen Umgebung werden Thema sein. Anhand der Untersuchungsergebnisse werden exemplarisch Spielpläne, Leitbilder und Strategien entwickelt und analysiert. Fallbeispiele erläutern, welche Komplexität Theatermanagement in seiner Praxis hat, wenn eine Symbiose

zwischen künstlerischen und wirtschaftlich-organisatorischen Aspekten am jeweiligen konkreten Ort hergestellt werden soll. Die aktuelle und zukünftige Umsetzung von politischem Kulturauftrag, sich veränderten Publikumswünschen und ökonomisch-dispositioneller Effizienz im Theaterbetrieb ist Ausgang und Ziel der Curriculums.

Literatur: H. Röper, Theatermanagement, Köln und Weimar 1999.  
Thomas Schmidt, Theatermanagement : Eine Einführung, Wiesbaden, 2012

BS *Rechtspraxis*

**Pascal Charles Amann**

Studierende im B.A. Interkulturelles Musik- und Veranstaltungsmanagement

Modulsignaturen: B.A. IMV: Basismodul Kulturrecht (BA IMV 4): Ausgewählte Probleme des Kultur- und Veranstaltungsrechts; M.M.E.: Modul Rechtspraxis im Kulturbereich IV.2; Friedolin -Nr.: 120828

Blockveranstaltung | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1

Termine: Fr. 20.05.2016 14:00-19:00 Uhr, Sa. 21.05.2016, 09:00-15:00 Uhr

Kenntnisse über Grundbegriffe des Urheberrechts und der Vertragsgestaltung sind unerlässlich für eine Tätigkeit im Kultur- und/oder Musikmanagement. Das Seminar gibt neben einer allgemeinen Einführung in die Entstehung, Systematik und Begriffsdogmatik des Urheberrechts mit Exkursen in verwandte Rechtsgebiete einen Überblick über aktuelle Entwicklungen in der Gesetzgebung und Rechtsprechung - so auch im Hinblick die jüngsten Reformbestrebungen in Deutschland und Europa. Darüber hinaus sollen auch internationale Aspekte des Urheber-, Kunst- und Medienrechts, die auch eng mit der technologischen Entwicklung zusammenhängen, betrachtet werden. Die zunehmende Digitalisierung im Bereich der Kommunikation, Nutzung von Ton- und Bildkunstwerken ist ebenfalls ein Schwerpunkt des Seminars, verbunden mit der gemeinsamen Suche nach möglichen Überlebensstrategien etwa der Musikindustrie im Zeitalter der digitalen Informationsgesellschaft. Im zweiten Teil wird schwerpunktmäßig die praktische Arbeit eines Juristen in der Medien-(Musik-) Wirtschaft beleuchtet, mit einer Vielzahl von Beispielen aus dem Alltag zwischen Superstars und solchen, die es werden wollen. Mit konkreten Fall- und Vertragsbeispielen und der Besprechung einzelner Vertragsmustern soll das Problembewusstsein für den allgemeinen Aufbau und die erfolgreiche Gestaltung und Verhandlung von Verträgen geschärft werden, insbesondere im Hinblick auf Künstler- und Gastspiel- und sog. "Plattenverträgen".

BS *Kulturbranding*

**Dr. Ralph Philipp Ziegler**

Studierende im B.A. Interkulturelles Musik- und Veranstaltungsmanagement

Modulsignaturen: M.A. Kuma 27: Freies Modul; Friedolin -Nr.: 120829

Blockveranstaltung | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1

Termine: Fr. 24.06.2016 13:00-19:00 Uhr, Sa. 25.06.2016 09:00-16:00 Uhr

Kunst als Dimensionen und Grenzen sprengende dynamische Existenz einerseits und reglementierende Marketingmechanismen andererseits scheinen sich in ihren Urgründen zu widersprechen. Gleichzeitig entwickeln sich der Unterhaltungsmarkt, die Wahrnehmungsformate und die dazugehörige mediale Vermarktung zu einem intensiv von klassischen Verkaufsmodellen (zumindest kurz- bis mittelfristig erfolgreich) dominierten Marktfeld. Dabei erscheint gerade das

Markenprinzip, scheinbar das strengste und absoluteste Modell im Marketingbereich, als exzellentes Mittel, um Kultureinrichtungen, -projekte und -städte/-regionen nachhaltig erfolgreich und für kulturelle Belange sensibel zukunftstauglich zu machen. Für andere wiederum gilt das explizit nicht – Markenmanagement für die Kultur ist ein System bzw. Instrument mit erheblichem Potenzial, dessen Einsatz allerdings hohe Kompetenz und auch den Mut zur allgemeinen oder fallweisen Entscheidung gegen dieses aktuell fast zur Mode gewordene Prinzip erfordert.

BS *Kulturmarketing Teil 1 – Kultursponsoring in der Praxis* (Gemeinsam mit Kulturmarketing Teil 2)  
**Andreas Eckel**  
Studierende im M.A. Kulturmanagement

Modulsignaturen: Modul Kulturökonomie 1 (MA KuMa 1): Kulturmarketing; Friedolin -Nr.: 120830

Blockseminar | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1  
Termine: Fr. 22.04.2016 13:00-20:00 Uhr, Sa. 23.04.2016 09:00-16:00 Uhr

Kultursponsoring in der Praxis: Die verschiedenen Phasen der Sponsorenakquisition und -betreuung - Konzeption, Kontaktaufnahme zu möglichen Sponsoren, Angebotsabgabe, Verhandlung der Details, Vertragsgestaltung und "Manöverkritik" - werden systematisch und am Beispiel eines Festivals vorgestellt. Zur Einführung werden die Seminarteilnehmer gebeten, aus eigener Beobachtung oder persönlicher Erfahrung Sponsoringkonzepte vorzustellen, die sie für besonders bemerkenswert, gelungen oder fragwürdig halten.

BS *Kulturmarketing Teil 2* (Gemeinsam mit Kulturmarketing Teil 1)  
**Simone Dollmann**  
Studierende im M.A. Kulturmanagement

Modulsignaturen: Modul Kulturökonomie 1 (MA KuMa 1): Kulturmarketing; Friedolin -Nr.: 120831

Blockseminar | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1  
Termine: Fr. 15.04.2016 13:00-20:00 Uhr, Sa. 16.04.2016 09:00-16:00 Uhr

Kommunikation (lat. *communicare* „teilen, mitteilen, teilnehmen lassen; gemeinsam machen, vereinigen“) Kommunikation und Marketing spielen eine immer wichtigere Rolle für Kulturbetriebe und Künstler und entscheiden maßgeblich über Erfolg und Misserfolg. Aber wie entwickelt man ein interessantes PR- und Marketingkonzept, wie sind die Abläufe, Strukturen und zeitlichen Vorläufe einer erfolgreichen Kampagne? Mit welchen Tricks arbeiten die Profis und wo sind die Stolperfallen für Anfänger.

Im Seminar werden Presse- und Marketingkonzepte aus dem Musik- und Kulturbetrieb vorgestellt, analysiert und diskutiert. Der letzte Teil des Seminars besteht aus einer angeleiteten Übung, in der die Studenten ein Marketingkonzept eigenständig erarbeiten sollen.

BS *Die GEMA. Einführung in die Arbeit der musikalischen Urheberrechtsgesellschaft*  
**Frau Britta Stoffels oder Herr Dr. Daniel Zur Weihen (GEMA)**  
**in Kooperation mit via nova – zeitgenössische Musik in Thüringen e.V.**  
Studierende im B.A. Interkulturelles Musik- und Veranstaltungsmanagement

Modulsignaturen: Basismodul Kulturwissenschaft (BA IMV 3) in Verbindung mit Ü *Projekt- und Veranstaltungsmanagement* bei Carsten Wernicke; Friedolin -Nr.: 120832

Blockveranstaltung | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1  
Termin: Do. 14.04.2016 14:00-16:00 Uhr

Thematisiert werden in diesem Blockseminar Fragen des Urheberschutzes, der GEMA-Mitgliedschaft, der Anmeldung von Werken und Veranstaltungen und der GEMA-Verteilung. Selbstverständlich können auch weitere Fragen gestellt und diskutiert werden.

Ü *Einführung in die BWL (Teil 2)*  
**Kerstin Gerth**  
Studierende im B.A. Interkulturelles Musik- und Veranstaltungsmanagement

Modulsignaturen: Basismodul Kulturökonomie 1 (BA IMV 1): Einführung in die BWL; Friedolin -Nr.: 120833

Do. 09.15-10.45 Uhr | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1  
Beginn 07.04.2016

Die in der Einführung BWL (Teil 1) dargestellten Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre wie Beschaffung/Einkauf und Supply Management, Produktion, Absatz und Marketing sowie Querschnittsfunktionen werden erneut aufgegriffen und vertieft: Konstitutioneller Rahmen von Unternehmen: Rechtsform, Unternehmenszusammenschlüsse und verbundene Unternehmen, Standort/Beschaffung, Internes Rechnungswesen: Kosten und Leistungsrechnung, sowie Finanzierung und Investition / Organisation und Personal.

Literatur: Ann-Kristin Achleitner und Jean-Paul Thommen: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. Wiesbaden 2006. Weitere Literaturhinweise wird es in der Veranstaltung geben.

Ü *Haushalts- und Rechnungswesen*  
**Kerstin Gerth**  
Studierende im B.A. Interkulturelles Musik- und Veranstaltungsmanagement

Modulsignaturen: Basismodul Kulturökonomie (BA IMV 1): Haushalts- und Rechnungswesen; Friedolin -Nr.: 120834

Do. 11:15 – 12:45 Uhr | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1  
Beginn 07.04.2016

In der Übung werden die Grundlagen des Haushalts- und Rechnungswesen behandelt, vor allem Grundlagen der doppelten Buchführung. Schwerpunkt sind: Buchhaltung, Haushaltswesen und betriebliches internes Rechnungswesen, Finanzierung, Aspekte der Privatisierung. Zu erbringende Leistungen: Klausur.

Literatur: Adolf G. Coenenberg: Einführung in das Rechnungswesen: Grundzüge der Buchhaltung und Bilanzierung. Stuttgart 2009.

Ü *Rechtsgrundlagen im Kulturbereich (Teil 2)*

**André Stämmler**

Studierende im B.A. Interkulturelles Musik- und Veranstaltungsmanagement

Modulsignaturen: Basismodul Kulturrecht (BA IMV 4): Einführung in das Kulturrecht; Friedolin -Nr.: 120835

Do 17:15-18:45 Uhr | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1  
Beginn 07.04.2016

Im Seminar soll ein problemorientierter Umgang mit den Rechtsgrundlagen im Kulturbereich erfolgen, der durch praktische Übungen vertieft wird. Schwerpunkte im Sommersemester werden unter anderem die verfassungsrechtlichen Grundlagen der Kulturarbeit, allgemeines Vertragsrecht und Steuerrecht sein.

Ü *Projekt- und Veranstaltungsmanagement*

**Carsten Wernicke**

Studierende im B.A. Interkulturelles Musik- und Veranstaltungsmanagement

Modulsignaturen: Basismodul Kulturwissenschaft (BA IMV 3) in Verbindung mit BS Die GEMA. Einführung in die Arbeit der musikalischen Urheberrechtsgesellschaft; Friedolin -Nr.: 120836

Mi. 17:00-18:30 Uhr | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 2  
Beginn 06.04.2016

Die Übung befasst sich in Theorie und Praxis mit der Organisation und Durchführung von Projekten und Veranstaltung im Allgemeinen und dem Festival im Besonderen. In den Theorieeinheiten werden Fragenkomplexe rund um das Veranstaltungsmanagement behandelt: Von der Planung und Organisation über Finanzierungskonzepte und Öffentlichkeitsarbeit bis hin zur konkreten Durchführung, Abrechnung und Nachbereitung der Veranstaltungen.

Im Rahmen der Übung ist der Erwerb von Projektscheinen vorgesehen, hierfür ist eine Anmeldung vor Semesterbeginn erwünscht (E-Mail).

K *Kolloquium*

**Prof. Dr. Helen Geyer, Prof. Dr. Steffen Höhne, Prof. Dr. Michael Klaper, Prof. Dr. Albrecht von Massow, Prof. Dr. Martin Pfeleiderer, Prof. Dr. Tiago de Oliveira Pinto, Prof. Dr. Helmut Well, Prof. Dr. Christiane Wiesenfeldt**

Studierende der Magister- und Master-Studiengänge Musikwissenschaft und Kulturmanagement und Doktoranden

Modulsignaturen: M.A. MuWi: Modul Kolloquia (MA MuWi 03), M.A: KuMa: Modul Kulturwissenschaft 2 (MA KuMA 5): Kolloquium; Friedolin -Nr.: 120807

Termine: Do. 16.06.2016, 13:00–17:00 Uhr | hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1  
Weitere Termine siehe Aushang

Das Kolloquium ist primär für Studierende bestimmt, die ihre Masterarbeit oder Dissertation vorbereiten. Die regelmäßige Teilnahme wird dringend empfohlen. Von Kandidaten für die Master-Arbeit und von Doktoranden wird erwartet, dass sie ihre Arbeiten im Rahmen des Kolloquiums vorstellen.

S *Seminar Marktforschung für Kulturbetriebe – Durchführung einer Besucherbefragung zur Thüringer Landesausstellung 2016*

**Dr. Julia Glesner (Leiterin Stabsreferat Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing / Pressesprecherin)**

Modulsignaturen: M.A.KuMa: Freies Modul (MA KuMa 27)

Termine: Mi 06.04.2016 10:00–12:00 Uhr, Mi 13.04.2016 10:00–12:00 Uhr, Mi. 27.04.2016 10:00–12:00 Uhr | Stadtschloss Weimar, Burgplatz 4  
Weitere Termine nach Absprache

Der Bereich der Marktforschung stellt für Kulturbetriebe ein zentrales, wenngleich oftmals nur unzureichend abgedecktes Feld dar. Als zielgerichtete Informationsgewinnung über die eigenen Kunden, Wettbewerber u.ä. ermöglicht die Marktforschung mit qualitativer wie quantitativer Datenerfassung den Status Quo zu bestimmen. Gleichzeitig kann sie Potenziale für Verbesserungen verschiedener Art aufzeigen. Sie stellt die Grundlage für eine professionelle Marketingstrategie dar.

Nach einer Einführung in Ziele und Methoden der Marktforschung soll das Instrument der Kundenbefragung in einem Praxisprojekt zur Thüringer Landesausstellung 2016 erprobt werden. Dazu soll ein Fragebogen konzipiert werden, auf dessen Basis die Probanden zu befragen sind. Im Anschluss an die Erhebungsphase sind die gewonnenen Daten auszuwerten und mit Hilfe verschiedener Parameter zu analysieren. Zum Abschluss sind aus diesen Erkenntnissen Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Zur Landesausstellung:

Knapp 100 Jahre nach der Abdankung der letzten Thüringer Monarchen stellt 2016 erstmals eine kulturhistorische Landesausstellung jene ruhmreiche und faszinierende Herrscherfamilie in den Mittelpunkt, die die Geschichte Thüringens, Deutschlands und Europas über 400 Jahre lang gestaltete und prägte: die Ernestiner aus dem Haus Wettin.

Die Klassik Stiftung Weimar und die Stiftung Schloss Friedenstein in Gotha zeigen vom 24. April bis 28. August 2016 unter dem Titel »Die Ernestiner. Eine Dynastie prägt Europa« auf insgesamt 4.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche die Geschichte der Herrscherfamilie der Ernestiner, die die Geschichte Thüringens, Deutschlands und Europas über 400 Jahre lang gestaltete und prägte. Bis heute finden sich Ernestiner in den Königshäusern Europas, etwa in Belgien oder Großbritannien. Die Thüringer Landesausstellung soll die einst so mächtige, heute fast vergessene Dynastie wieder in das öffentliche Bewusstsein rücken. An den Originalschauplätzen Ernestinischen Wirkens werden das politische, höfische und kulturelle Leben, die Prachtentfaltung vom Spätmittelalter bis weit über den Barock hinaus und die Blüte der Kultur und Forschung im 18. und 19. Jahrhundert unter den Häusern Sachsen-Weimar-Eisenach, Sachsen-Gotha-Altenburg und Sachsen-Coburg und Gotha sowie weiteren Linien vorgestellt: Im Neuen Museum und im Stadtschloss Weimar sowie im Herzoglichen Museum und in Schloss Friedenstein in Gotha werden hochkarätige Exponate aus mehr als vier Jahrhunderten thüringischer und europäischer Kulturgeschichte präsentiert.

Der Kurs erlaubt den Teilnehmerinnen und Teilnehmer gleichzeitig tiefe Einblicke in zwei führende Thüringer Kulturinstitutionen. Führungen durch die Ausstellung sind Teil des Seminarprogramms.

Zeitplan:

Die Planung und Durchführung der Befragung wird sehr zeitintensiv und erfordert ein hohes Maß an zeitlicher Flexibilität. Eine zusätzliche Hausarbeit zur Erlangung der Nachweise entfällt damit.

Die theoretischen Sitzungstermine finden mittwochs im Stadtschloss Weimar, Burgplatz 4, statt. Der erste Termin findet am Mittwoch, 6. April, der zweite Termin am Mittwoch, 13. April, der

dritte Termin am Mittwoch, 27. April, jeweils 10 bis 12 Uhr statt. Alle weiteren Termine werden in der ersten Sitzung besprochen.

Die Veranstaltungen für die Wahlpflichtmodule in Jena finden Sie auf den Seiten der jeweiligen Institute:

Wahlpflichtmodule Interkulturelle Wirtschaftskommunikation: <http://www.iwk-jena.de/>

Wahlpflichtmodule Volkskunde (Master): <http://www2.uni-jena.de/philosophie/vkkg/>

Wahlpflichtmodule Medienmanagement im VLZ der Bauhaus-Universität Weimar