

**Institut für Kultur- und Medienmanagement**  
Freie Universität Berlin  
WE8/ Fachbereich Philosophie und Geisteswissenschaften  
Habelschwerdter Allee 45  
14195 Berlin

Internet:  
[www.ikm.fu-berlin.de](http://www.ikm.fu-berlin.de)  
[www.bmps.ikm.fu-berlin.de](http://www.bmps.ikm.fu-berlin.de)  
[www.zad.ikm.fu-berlin.de](http://www.zad.ikm.fu-berlin.de)  
[www.kolleg-empowerment.de](http://www.kolleg-empowerment.de)  
[www.kuma.ikm.fu-berlin.de](http://www.kuma.ikm.fu-berlin.de)  
[www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/  
weo8/kompetenzzentrum.de](http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/weo8/kompetenzzentrum.de)  
sowie [www.fu-berlin.de](http://www.fu-berlin.de)

e-Mail: [kultur@ikm.fu-berlin.de](mailto:kultur@ikm.fu-berlin.de)  
Tel.: 030/ 838 525 - 70 | Fax: - 63

IKM-Alumni „Branded for life“  
e-Mail: [alumni@ikm.fu-berlin.de](mailto:alumni@ikm.fu-berlin.de)

**Sprechstunden in der Vorlesungszeit:**  
Fabeckstraße 25, Silberlaube  
– **Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar**  
montags 15-16 Uhr, KL 25/333,  
Tel.: 030/ 838-525 71  
– **Dipl.-Päd. Dagmar Boeck**  
(Studienfachberatung)  
mittwochs 10-11 Uhr  
und nach Vereinbarung, KL 25/335,  
Tel.: 030/ 838-525 72  
e-Mail: [dboe@ikm.fu-berlin.de](mailto:dboe@ikm.fu-berlin.de)

**Institutssekretariat:**  
**Marion Wagner**  
Fabeckstraße 25, KL 25/339  
Tel. 030/ 838- 525 70  
[kultur@ikm.fu-berlin.de](mailto:kultur@ikm.fu-berlin.de)

**Zuständiges Prüfungsbüro I:**  
**Cornelia Marzi**, JK 29/137,  
Tel.: 030/ 838-540 07

Weitere Informationen unter:  
[www.ikm.fu-berlin.de](http://www.ikm.fu-berlin.de)  
sowie während unserer Sprechzeiten.

[www.ikm.fu-berlin.de](http://www.ikm.fu-berlin.de)

Redaktionsschluss: 8. April 2016

**FREIE UNIVERSITÄT BERLIN**

**Fachbereich Philosophie und Geisteswissenschaften**

**Institut  
für  
Kultur  
und  
Medienmanagement**

**Masterstudiengang  
Arts and Media Administration**

**Kommentiertes  
Vorlesungsverzeichnis**

**Sommersemester 2016**

Vorlesungsbeginn: 18. April 2016

Vorlesungsende: 23. Juli 2016

Vorlesungsfrei: 01.05., 16.05.

<b>INHALT</b>	—
Vorwort	2
Das Institut	3
Lehrveranstaltungen	4
Blockseminare	13
Praxisprojekt-Seminare	21
Dozenten Sommersemester 2016	25
Dozentenstamm	26
Förderer und Freunde	27
Kooperationspartner	28
Forschung / Förderung am IKM	29
BMPS-Seminare / IKM-Akademie	29
Nachgeordnete Einrichtungen am	—
IKM: BMPS, ZAD, KUMA, CICC	30
Kontakt, Sprechstunden	36

**VORWORT**

Das Sommersemester 2016 steht über die traditionellen Schwerpunktsetzungen (Marketing, Kommunikation) hinaus ganz im Zeichen des 25-jährigen Jubiläums des Studiengangs Kultur- und Medienmanagement. Das bedeutet: große Projekte, eine facettenreiche Feier sowie natürlich internationaler Austausch. Am 7. Mai werden wir im Löwenpalais feiern, am 9. Juni beginnt das dreiteilige szenische Projekt „Berlin Apokalypse: Hölle – Weg – Erde“, und noch vor den Vorlesungen und Seminaren eröffnen wir die Spring-/Summer-Academy mit einer vierzehntägigen Exkursion nach China. Mit den „Spreepark/Kulturpark“- und den „Kunstherbst für Kids“-Projekten setzen wir unsere urbanen Interventionen zwischen Kunst, Kultur und Stadtentwicklung am Standort Berlin fort. Blick und Aktivitäten des IKM bleiben also in festem Wissen um die Herkunft auf die Zukunft ausgerichtet. Sehr herzlich begrüßen wir unsere neuen Dozenten Annette Kulenkampff, Juliane Schulze und Andreas Richter. In diesem Sinn lassen Sie uns beginnen.

*Ihr*

*Prof. Dr. Klaus Siebenhaar*

**DAS INSTITUT**

Direktor:  
**Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar**  
Stellvertreter:  
**Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann**  
Honorarprofessoren:  
**Prof. Dr. Rolf Budde, Prof. Dr. Ulrich Eckhardt, Prof. Ernst Elitz, Prof. Knut Föckler, Prof. Monika Grütters, Prof. Dr. Jan Hegemann, Prof. Dr. Bernhard Lorentz, Prof. Dr. Christoph Stölzl**  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter:  
**Dipl.-Vw. Achim Müller** (Drittmittel)  
**Dr. Steffen Damm** (Drittmittel)  
Geschäftsführerin:  
**Dipl.-Päd. Dagmar Boeck**  
Institutssekretariat:  
**Marion Wagner**  
Studentische Mitarbeiterin:  
**Panagiota Averinou B.A.**  
**N.N.**

**WEITERE EINRICHTUNGEN AM IKM**

**BerlinMediaProfessionalSchool (BMPS)**  
Direktorium:  
**Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Ernst Elitz, Moritz Müller-Wirth M.A., Dr. Thomas Steg**  
Wissenschaftlicher Koordinator:  
**Dr. Steffen Damm**  
Tel.: 030/ 838- 525 69  
e-Mail: bmps@ikm.fu-berlin.de  
**Empowerment-Kolleg:**  
Leitung: **Dipl.-Päd. Dagmar Boeck**  
Koordination: **Dirk Schulz M.A.**  
Tel.: 030/ 838- 525 65  
**Zentrum für Audience Development (ZAD)**  
Leitung: **Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dipl.-Vw. Achim Müller** (geschäftsführend),  
**Dr. Thomas Schmidt-Ott, Dr. Matthias Henkel**  
Tel.: 030/ 838- 580 80  
e-Mail: zad@ikm.fu-berlin.de

Zentrum für Kulturmanagement in China (KUMA) —  
 Leitung: Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, —  
 Dr. Uwe Nitschke —  
 Koordination: Mona Stehle —  
 Tel.: 030/ 838- 580 79 —  
 e-Mail: kuma@zedat.fu-berlin.de —

Creative Industries Competence Center (CICC) —  
 Leitung: Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar —  
 Koordination: Meliha Coşkun-Yıldar M.A. —  
 e-Mail: ikm@bahcesehir.edu.tr —

**LEHRVERANSTALTUNGEN**

Die Seminare finden wöchentlich zur angegebenen Zeit in der Silber- bzw. Rostlaube statt. Abweichende Orte sind vermerkt. Der Seminarbeginn versteht sich als c.t.-Zeit, sofern nicht anders angegeben.  
*Abkürzungen: V - Vorlesung / HS - Hauptseminar / Ü - Übung / C - Colloquium/ PPS - Praxisprojekt-Seminar / BS - Blockseminar*  
 Unsere medienbezogenen Seminare bieten wir unter dem Dach der BerlinMedia-ProfessionalSchool (BMPS) gebündelt an. Eine Übersicht finden Sie auf Seite 32. Die Seminare sind ebenfalls mit „BMPS-Seminar“ gekennzeichnet.

**Montag**  
 —  
 —  
 —  
**09-11 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 899)**  
 — HS: **Management der Finanzen: Zur Praxis privater und privatwirtschaftlicher Kulturförderung**  
 — (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
 — Pflichtseminar  
 —  
 — In Zeiten reduzierter öffentlicher Kulturbudgets werden Fragen einer ergänzenden privaten und privatwirtschaftlichen Finanzierung überlebensnotwendig für kleine wie große Kultureinrichtungen. Das Seminar wird eine ebenso systematische wie praxisorientierte Einführung zu Fragen des Sponsoring, Fundraising sowie der projektbezogenen Drittmittelförderung bieten. Ziel soll es sein, die wesentlichen philosophischen, konzeptionell-strategischen und operativen Aspekte nicht-öffentlicher Förderungsformen in ihren Chancen, aber auch Grenzen erkennen und abschätzen zu lernen. Es wird auf keinen Fall um „Kochrezepturen“ für ein erfolgreiches Beschaffungsmarketing gehen, vielmehr soll und muss der Blick für die notwendigen organisatorisch-managerialen, rechtlichen und individuellen Rahmenfaktoren geschärft werden.  
 —  
 —  
**11 s.t.-13.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 897)**  
 — HS: **Kultur- und Medienmarketing**  
 — (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
 — Pflichtseminar  
 —  
 — Der Ausgangspunkt eines jeden Marketingmanagements ist nicht die Frage, „wie man Leistungen verkauft, sondern die Frage, was man leisten und anbieten soll“ (Philip Kotler). Mit dieser allgemeingültigen Aussage zum Marketingprozess ist zugleich das Spannungsfeld und Konfliktfeld zu den Anforderungen eines kulturspezifischen Marketings benannt – zumal, wenn der Non-profit-Bereich des Kulturbetriebs im Mittelpunkt steht. Das Seminar will entsprechend sowohl die philosophischen Grundlagen, die einzelnen Instrumente und konkreten Handlungsstrategien eines zeit-

gemäßigen Marketingparadigmas als auch die besonderen Anwendungsbedingungen des Kulturmarketings vermitteln. Neben den theoretischen Explikationen wird es am Beispiel u.a. von Theatern und Museen mittels praxisnaher Feldforschungen, Fallbeispielen und Expertengesprächen um einen fundierten Einblick und Überblick zu Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung eines avancierten Marketing-Managements gehen.  
Zur ersten Einführung: Armin Klein, Kulturmarketing, München 2001.

**14-16 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 28624)  
HS: **Debatten zur Kultur- und Medientheorie** (Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann)

In diesem Lektürekurs sollen exemplarische Texte zur Kultur- und Medientheorie seit Beginn des 20. Jahrhunderts vorgestellt und diskutiert werden. Von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen wird erwartet, dass sie die Texte nicht nur lesen, sondern auch bereit sind, diese vor dem Plenum vorzustellen und dadurch eine – hoffentlich rege – Diskussion anzuzetteln. Die Grundlagentexte finden sich in: Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, München (6. Aufl.) 2008. Weitere Literaturhinweise in der 1. Sitzung.

**16-18 Uhr** (Raum KL 32/102 (LV: 17944))  
HS: **Kulturpolitik: Theorie, Positionen, Akteure** (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
Pflichtseminar

Mit Kultur Politik zu machen, gehört zu den ältesten Phänomenen staatlich organisierter Menschheitsgeschichte. Kulturpolitik als systematisches und institutionalisiertes staatliches und gesellschaftliches Handeln entwickelt sich erst im Zug von Aufklärung und Moderne. Das Seminar widmet sich sowohl der historischen wie aktuell-zukünftigen Perspektive kulturpolitischen Denkens und Handelns. Dazu gibt es in der Fokussierung auf die deutsche Kulturpolitik im polaren Spannungsverhältnis von Diktatur und Demokratie eine ausführliche Dokumentensammlung, die die textbasier-

te Grundlage für die Darstellung und Analyse gegenwärtiger kulturpolitischer Überlegungen und Diskurse bildet.

**18-20 Uhr** (Raum KL 32/102 (LV: 17907))  
HS: **Die Erlebnisgesellschaft** (Dr. Steffen Damm)

Gerhard Schulzes Untersuchung „Die Erlebnisgesellschaft“ (1992) interpretiert die bundesdeutsche Gesellschaft der späten achtziger Jahre als eine Formation, die sich durch den Wandel der objektiven Lebensumstände vom „Können“ auf das „Sein“ hin orientiert. Unser Weltverhalten ist innenorientiert und zugleich erlebnisrational. Auf der Grundlage von Schulzes Kultursoziologie geht das Seminar der Frage nach, inwieweit seine Befunde einer Analyse der bundesdeutschen Gegenwart zu Beginn des 21. Jahrhunderts zuträglich sein können. Sowohl theoretisch als auch anhand konkreter Beispiele (u.a. aus den Bereichen Erlebnisgastronomie und -konsum) sollen die aktuellen Kennzeichen und Bedingungen innenorientierten Handelns untersucht und diskutiert werden. Zur vorbereitenden Lektüre empfiehlt sich der Grundlagentext (4. Aufl., Frankfurt/M. 1993); ferner: Gerhard Schulze, „Die beste aller Welten. Wohin bewegt sich die Gesellschaft im 21. Jahrhundert?“, München/Wien 2003.

**20-22 Uhr bzw. n.V.**, Raum KL 32/102 (LV: 17920)

HS: **Opernmanagement** (Ronny Unganz)

Beginn: 06.06., bis 18.07.

Das Seminar wird praxisnah Führungs- und Steuerungsprozesse des Opernbetriebs vermitteln und dabei neben den organisationalen Aufbau- und Ablaufprozessen den Blick auf das Finanzmanagement fokussieren (Budgetierung, Controlling). Die Sachverhalte werden jeweils im Kontext allgemeiner Fragen nach einem „guten Kulturmanagement“ reflektiert, auf das sich alles, wenn auch häufig unausgesprochen, rückbezieht.

Dienstag —

09-11 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 910) —  
 HS: **Management in Wirtschaftsunternehmen.** —  
**Akteure, Strukturen, Herausforderungen II** —  
 (Lorenz Savelsberg) —  
 Beginn: 19.04. bis 31.05. —

Das Management von Wirtschaftsunternehmen ist eine komplexe Aufgabe, die durch die Globalisierung noch verschärft wird. Unternehmen brauchen Wachstum und müssen Gewinne machen, damit das Überleben langfristig sichergestellt werden kann. Geld allein ist jedoch kein Garant für dauerhaften Erfolg. Es sind die Menschen, die nach wie vor über das Schicksal und Wohlergehen der Firmen entscheiden. Sie haben es verdient, gut geführt zu werden. Wie aber macht man das? Kann man Führung lernen? Das Seminar befasst sich in Fortsetzung des Wintersemesters mit dem „magischen Dreieck“ von Personal, Finanzen und Management, wobei die Informationswirtschaft – wie das Öl im Motor – dafür sorgt, dass alle Teile reibungslos zusammenarbeiten können. Es geht also um Strukturen und Personen. Wer erfolgreich wirtschaften will, muss beide Felder entwickeln, sonst drohen folgenreiche Überraschungen. —

11-13 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 914) —  
 Ü: **Aspekte empirischen Arbeitens II** —  
 (Achim Müller) —

Die inhaltlich zweigeteilte, praxisorientierte Veranstaltung führt in die Methoden der empirischen Sozialforschung ein und vermittelt für Kulturmanager relevante Grundkenntnisse. Der erste Teil leitet die Notwendigkeit empirischer Forschung aus dem Informationsbedarf im Kulturmanagement ab und behandelt, an welche dieser Informationen man konkret mit Fragebögen, Beobachtungen, Inhaltsanalysen oder anderen Erhebungsinstrumenten gelangen kann. Im zweiten Teil der Veranstaltung wird auf praktische Fragen eingegangen: Was sind die Planungsschritte einer Erhebung, und —

— wie erfolgt deren Umsetzung? Wie wertet man —  
 — erhobene Daten schließlich computergestützt —  
 — aus? Welche „Stolpersteine“ ergeben sich bei —  
 — Nutzung und Interpretation der gewonnenen —  
 — Daten? Wie gelangt man von Daten zu —  
 — erkenntnistiftenden Informationen für kul- —  
 — turmanageriale Entscheidungen? Das Ziel des —  
 — Seminars liegt explizit darin, die Teilnehmer —  
 — auf eine Umsetzung der erlangten Kenntnisse —  
 — im Rahmen von Besucherforschungsprojekten —  
 — vorzubereiten. —

— **BMPS-Seminar** —  
 — **14-16 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 924) —  
 — Ü: **DISRUPTIVE AFFAIRS – Neue Denksätze** —  
 — **für Kommunikatoren im Zeitalter digitaler** —  
 — **Transformation** —  
 — (Dr. Gunnar Bender) —  
 — Beginn: 19.04. bis 31.05. —

— Querdenken. Andere Wege gehen. Sich selbst —  
 — immer wieder antreiben. Darum geht es, wenn —  
 — wir von disruptivem Denken in der —  
 — Kommunikation sprechen. Doch nutzen —  
 — Kommunikationsprofis bereits dieses Potenzial, —  
 — von dem wir hier ausgehen? Oder haben sie —  
 — neuerdings gar das Gefühl, dass ihre Erfolge —  
 — ausbleiben, weil in ihrer Organisation alles zu —  
 — langsam geht und sich zu wenig bewegt? —  
 — Gefangen zu sein, in einer Arbeitsweise, die —  
 — niemanden mehr begeistert und in der neue —  
 — Wege nicht honoriert werden? Das Seminar —  
 — gibt Antworten, wie Kommunikatoren heute —  
 — sicherstellen können, dass sich der Erfolg ihrer —  
 — Arbeit auch im Zeitalter des rasanten digitalen —  
 — Wandels einstellt. Es wird aufgezeigt, warum —  
 — Kommunikationsprofis gerade jetzt eine —  
 — Querdenkerrolle einnehmen sollten, um erfolg- —  
 — reich sein zu können. —

— Anschließend, ab 07.06. bis 19.07. —  
 — Raum KL 32/102 (LV: 17 942) —  
 — Ü: **Freie Orchester – Notnagel oder** —  
 — **Modellprojekte** —  
 — (Andreas Richter) —

— Die Orchesterlandschaft ist in Bewegung. —  
 — Allein in Deutschland sind in den letzten 20 —  
 — Jahren 37 staatlich geförderte Orchester ver- —

schwunden. Gleichzeitig hat sich ein neuer Typus Orchester etabliert, freie Orchester, die in der Regel von Musikern gegründet und auch getragen werden. Aus der Not geboren oder ernstzunehmende Alternative? In dem Seminar werden Geschäftsmodelle, Profilbildung und Arbeitsweise freier Orchester erarbeitet wie auch das Marktumfeld: Veranstalter, Festivals, Stiftungen und öffentliche Einrichtungen.

**BMPS-Seminar**

16 s.t.-17.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 900)

HS: **Kultur erfolgreich kommunizieren.**

**Strategien von Künstlern, Kulturinstitutionen und Feuilletons in der digitalen Welt**

(Prof. Ernst Elitz)

Die Digitalisierung bietet Künstlern, Kulturinstitutionen und Feuilletonredakteuren neue Kommunikationsmöglichkeiten für die Publikumsbindung und die Erschließung neuer Zielgruppen. Sie stellt aber auch viele Player im Kulturbereich vor Verständnis- und Umsetzungsschwierigkeiten. Sie bedürfen dafür einer professionellen Beratung und Betreuung. Das Seminar dient einer Bestandsaufnahme über den aktuellen Stand der Digitalisierungsstrategien im Kulturbereich und diskutiert, ob und wie die Umsetzung analoger Kommunikation auf die digitale Ebene erfolgreich vorangetrieben werden kann und welche Unterstützung Autoren, Künstler etc. dabei brauchen. Die Diskussion wird mit Praktikern aus unterschiedlichen Genres geführt, mit Kulturjournalisten, Museums- und Theatermanagern, Künstleragenturen, Serienproduzenten, Musikmanagern etc. Auch Erkundungen und Gespräche vor Ort sind vorgesehen.

18 s.t.- 19.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17901)

HS: **Recht im Kontext kultureller und medialer Prozesse I**

(Prof. Dr. Jan Hegemann)

Pflichtseminar

Die Lehrveranstaltung soll den Studierenden die rechtlichen Rahmenbedingungen der Arbeit im Kultur- und Medienmanagement vermitteln. Teil 1 der Vorlesung behandelt die allgemeinen rechtlichen Aspekte: Verfassungsrechtliche Verankerung von Kunst-, Presse- und Medienfreiheit, allgemeine Grundlagen des Zivilrechts einschließlich des Vereins-, Gesellschafts- und Vertragsrechts, Grundzüge des Arbeitsrechts, Grundzüge des Verwaltungsrechts. Teil 2 wird besondere Rechtsgebiete behandeln: Urheber- und Verlagsrecht, Recht der Neuen Medien, Presse- und Äußerungsrecht, Bühnentarifrecht.

**Donnerstag**

09.30-11.30 Uhr

Raum JK 31/239 (LV: 17923)

HS: **Management der Netzwerkökonomie**

(Christoph Keese)

09.06., 16.06., 30.06., 07.07.

Disruptive Innovationen verändern Märkte und stellen besonders Medienunternehmen vor große Herausforderungen. Im Seminar werden die Bedingungen und Folgen disruptiver Entwicklungen untersucht und Strategien erarbeitet, mit denen Qualitätsjournalismus im Netz nachhaltig ermöglicht und finanziert werden kann. Am Beispiel zahlreicher praktischer Fälle, insbesondere des Wandels der Axel Springer SE zu einem digitalen Verlag, werden die theoretischen Grundlagen anschaulich gemacht. Seminarziel ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, selbstständig Strategien zu erarbeiten.

Pflichtlektüre: Clayton M. Christensen: The

Innovator's Dilemma; Eric Ries: The Lean Startup

**BMPS-Seminar** —  
**10-16 Uhr** und n.V., Raum JK 31/239 (LV: 17915) —  
**Empowerment-Kolleg** —  
 (Dagmar Boeck et al.) —

Das Empowerment-Team des IKM wird im —  
 Sommersemester mit Schulklassen der —  
 Jahrgangsstufe 5-6 ein Medienkompetenz- —  
 projekt zum Schwerpunktthema „(Neue) —  
 Heimat“ realisieren. Dabei arbeiten wir —  
 sowohl mit deutschen als auch geflüchteten —  
 Kindern (u.a. aus Osteuropa). Ziel des —  
 Projektes ist es, den Schülern ein Bewusstsein —  
 für den Umgang mit Medien zu vermitteln —  
 und dabei gleichzeitig durch ein selbstständig —  
 realisiertes TV-Projekt auf inhaltlicher und —  
 sozialer Ebene einen interkulturellen —  
 Austausch zu schaffen. Neben den traditionel- —  
 len Kulturtechniken (Storytelling/Narration, —  
 Recherche, Storyboard) und des Journalismus —  
 sollen der (selbst-)reflexive Umgang mit —  
 Medien und ihren Techniken (Kameraführung, —  
 Kameraeinstellungen, Montage) theoretisch —  
 wie praktisch vermittelt werden. —  
 Gemeinsam mit dem Medieninnovationszen- —  
 trum Babelsberg (MIZ) —

— **BLOCKSEMINARE** —  
 — Die Blockseminare finden i.d.R. —  
 — Freitag/Samstag bzw. Samstag/Sonntag im —  
 — Raum KL 32/ 102 statt; andere Räume oder —  
 — Seminarorte außerhalb der Universität bzw. —  
 — Seminarzeiten sind gesondert vermerkt. —  
 — **Termine für die verbindliche Anmeldung:** —  
 — 18./19.04. (Aushang KL 25/339) —  
 — — —  
 — **Fr, 22.04, 11-18 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV 17949) —  
 — **HS: Die documenta als Managementaufgabe** —  
 — (Annette Kulenkampff) —  
 — Die documenta ist die Weltausstellung zeit- —  
 — genössischer Kunst, die als internationales —  
 — und globales Ereignis alle fünf Jahre stattfin- —  
 — det. Das Seminar fokussiert auf die Aufbau- —  
 — und Ablauforganisation des mehrjährigen —  
 — Vorbereitungsprozesses und umfasst dabei —  
 — die Kernfragen von Führung und Steuerung —  
 — komplexer Prozesse. —  
 — — —  
 — **BMPS-Seminar** —  
 — **Fr/Sa, 29./30.04., 10-17 Uhr** —  
 — Raum KL 32/102 (LV: 17909) —  
 — **HS/C: ZEIT-Seminar: Aspekte journalistischen** —  
 — **Arbeitens** —  
 — (Moritz Müller-Wirth) —  
 — — —  
 — In diesem Semester widmet sich das Seminar —  
 — dem praktischen journalistischen Arbeiten. —  
 — Erläutert werden, wie stets auch von profi- —  
 — lierten Gästen, unterschiedliche Genres wie —  
 — Meldung, Interview, Reportage. Außerdem —  
 — wird anhand einer praktischen Übung das —  
 — Thema „Überschrift“ behandelt. —

**Fr/Sa, 06./07.05., 10-17 Uhr** \_\_\_\_\_  
 Raum KL 32/102 (LV: 17919) \_\_\_\_\_  
**BS: Strategische Verhandlungsführung** \_\_\_\_\_  
 (René Sittner) \_\_\_\_\_  
 Speziell für das 4. Semester \_\_\_\_\_

Angesichts der wachsenden Entscheidungs- \_\_\_\_\_  
 und Verhandlungsdynamik sowie des gleich- \_\_\_\_\_  
 zeitig wachsenden Drucks nach positiven \_\_\_\_\_  
 Entwicklungen trotz ungünstiger \_\_\_\_\_  
 Rahmenbedingungen gehören die Fähigkeit \_\_\_\_\_  
 und Qualifikation, ein positives Verhand- \_\_\_\_\_  
 lungsergebnis zu erzielen, zu den Kernkom- \_\_\_\_\_  
 petenzen erfolgreicher Führungskräfte und \_\_\_\_\_  
 Manager in jedem Tätigkeitsbereich. Das \_\_\_\_\_  
 Seminar beschäftigt sich u.a. mit den Phasen \_\_\_\_\_  
 eines Verhandlungsprozesses, Stil und \_\_\_\_\_  
 Rhetorik des Verhandeln, aber auch mit \_\_\_\_\_  
 Aspekten der Sozialpsychologie, mit besonde- \_\_\_\_\_  
 ren und interkulturellen Verhandlungs-situ- \_\_\_\_\_  
 ationen. \_\_\_\_\_

**BMPS-Seminar** \_\_\_\_\_  
**Fr/Sa, 20./21.05., 10-17 Uhr, Raum KL 32/102** \_\_\_\_\_  
 (LV: 17946) \_\_\_\_\_  
**Ü: Der souveräne Auftritt** \_\_\_\_\_  
 (Markus Förderl) \_\_\_\_\_  
 Speziell für das 4. Semester, Pflichtseminar \_\_\_\_\_

Ob in der Wirtschaft, der Politik, im \_\_\_\_\_  
 Wissenschaftsbetrieb oder im Kulturbereich – \_\_\_\_\_  
 der öffentliche Auftritt erscheint in einer \_\_\_\_\_  
 Mediengesellschaft als ein unverzichtbares, \_\_\_\_\_  
 immer wichtiger werdendes Kommunika- \_\_\_\_\_  
 tionsmittel, dessen Grundregeln sich keines- \_\_\_\_\_  
 wegs von selbst verstehen. Performance und \_\_\_\_\_  
 Storytelling rund ums eigene Medien-Ich wol- \_\_\_\_\_  
 len gelernt sein. Ausgehend von einer syste- \_\_\_\_\_  
 matischen Analyse öffentlicher Auftritte von \_\_\_\_\_  
 Wirtschaftsführern und CEOs sollen in diesem \_\_\_\_\_  
 Seminar die zentralen Elemente der öffentli- \_\_\_\_\_  
 chen Selbstdarstellung bzw. Außen-wahrneh- \_\_\_\_\_  
 mung (Klarheit und Aussagekraft, Foto- \_\_\_\_\_  
 Opportunity und visuelle Präsenz, Bühnen- \_\_\_\_\_  
 bild etc.) im Blick auf unterschiedliche gesell- \_\_\_\_\_  
 schaftliche Teilbereiche diskutiert und einge- \_\_\_\_\_  
 ordnet werden. Die Seminarteil-nehmer trai- \_\_\_\_\_  
 nieren mit kameragestützten Übungen auch \_\_\_\_\_  
 ihren eigenen öffentlichen Auftritt. \_\_\_\_\_

**Mi/Do, 25./26.05., 10-17 Uhr, Raum KL 32/102** \_\_\_\_\_  
 (LV: 17912) \_\_\_\_\_  
**Ü: Rhetorik, Public Speaking & freie Rede** \_\_\_\_\_  
 (Cherno Jobatey) \_\_\_\_\_  
 Speziell für das 4. Semester, Pflichtseminar \_\_\_\_\_

Das zweitägige Blockseminar vermittelt allge- \_\_\_\_\_  
 meine Grundlagen der Kunst der Freien Rede, \_\_\_\_\_  
 des „Verkaufen“ einer Geschichte. Jedes \_\_\_\_\_  
 Thema, sei es auch noch so komplex kann und \_\_\_\_\_  
 muss überzeugend „rübergebracht“ werden. \_\_\_\_\_  
 Sei es in der Wissenschaft, in Firmen auf \_\_\_\_\_  
 Bühnen wie auch vor Kameras. Neben der \_\_\_\_\_  
 Erarbeitung personenübergreifend anwendba- \_\_\_\_\_  
 rer Kriterien und Maßstäbe zur Bewertung von \_\_\_\_\_  
 vorgetragenen Reden, liegt ein wesentlicher \_\_\_\_\_  
 Fokus auf praktischen Übungen und der \_\_\_\_\_  
 mediengerechten Präsentation vorgefertigter \_\_\_\_\_  
 wie auch eigens erstellter Meldungen, deren \_\_\_\_\_  
 Wirkung in Feedback- Gesprächen bewertet \_\_\_\_\_  
 und zielgerichtet analysiert werden. \_\_\_\_\_

**Sa/So, 28./29.05., 10-17 Uhr, Raum KL 32/102** \_\_\_\_\_  
 (LV: 17 939) \_\_\_\_\_  
**HS: Festivalmarketing im internationalen** \_\_\_\_\_  
**Vergleich** \_\_\_\_\_  
 (Stefan Wollmann) \_\_\_\_\_

Festivalmarketing erfordert eine spezielle \_\_\_\_\_  
 Planung und strategische Überlegungen, ganz \_\_\_\_\_  
 besonders in einem immer kompetitiveren \_\_\_\_\_  
 Umfeld. Das Seminar wird deshalb praxisnah \_\_\_\_\_  
 und an Beispielen aus zwei der traditionsreich- \_\_\_\_\_  
 sten und wichtigsten europäischen \_\_\_\_\_  
 Kulturereignisse – der Wiener Festwochen und \_\_\_\_\_  
 der Berliner Festspiele – im internationalen \_\_\_\_\_  
 Maßstab Anforderungen und Bausteine eines \_\_\_\_\_  
 zeitgemäßen Marketings und Sponsorings ver- \_\_\_\_\_  
 mitteln. \_\_\_\_\_

**Sa/So, 10./11.06., 10-17 Uhr (LV: 17911)** —  
**HS: Planung und Rechnungslegung öffentlicher Haushalte (Kameralistik)** —  
 (Jürgen Braasch) —  
 Pflichtseminar —

Das Seminar führt in die Kameralistik ein und —  
 behandelt dabei am Beispiel verschiedener —  
 Kultureinrichtungen die Themen: Struktur des —  
 Haushalts, Rechtsgrundlagen, Haushaltsplan, —  
 Parlamentarische Beratung, —  
 Haushaltsgesetz, Haushaltskontrolle, Neues —  
 Kommunales Haushalts- und Rechnungs- —  
 wesen (kommunale Doppik). Außerdem wird —  
 ein Überblick über das Zuwendungsrecht —  
 (Institutionen und Projekte), geltende —  
 Zuwendungsbestimmungen und die —  
 Kontrollmechanismen gegeben. —

**Sa/So, 18./19.06., 10-17 Uhr, DHM (LV: 17943)** —  
**HS: Ausstellungsmanagement** —  
 (Ulrike Kretzschmar) —

Wie entsteht eine Ausstellung? Ziel des —  
 Seminars ist es, anhand von auch praktischen —  
 Beispielen die verschiedenen Phasen von der —  
 Themenfindung über die Vorbereitung bis zur —  
 Realisierung aufzuzeigen. Dabei werden bei- —  
 spielsweise nicht nur Personalbedarf, —  
 Kostenkalkulation und Katalogproduktion —  
 beleuchtet, sondern auch die Einwerbung von —  
 möglichen Drittmitteln erörtert, der sinnvolle —  
 Einsatz von Werbemaßnahmen sowie die —  
 Vielfältigkeit von Begleitprogrammen. —

**Fr/Sa, 24./25.06., 10-17 Uhr, Raum KL 32/ 102** —  
 (LV: 17 926) —  
**HS: Von der Europäischen Kulturkonvention** —  
**bis zum Lissabon-Vertrag** —  
 (Prof. Dr. Olaf Schwencke) —

Am Anfang der europäischen Nachkriegs- —  
 kulturpolitik steht der Europarat (gegr. 1949). —  
 Mit seiner Kulturkonvention 1954 beginnt —  
 eine aktive, allerdings noch ganz auf die —  
 Bewahrung des kulturellen Erbes ausgerich- —  
 tete Kulturpolitik in Europa. Erst mit der —

— Konferenz von Arc et Senans „Zukunft und —  
 — kulturelle Entwicklung“ 1972 bricht sich eine —  
 — neue, gesellschaftspolitisch orientierte —  
 — Kulturpolitik Bahn: auf der Basis eines nun —  
 — erweiterten Kulturbegriffs. Davon profitierte —  
 — auch die Europäische Gemeinschaft, die mit —  
 — der Direktwahl ihres Parlaments 1979 eine —  
 — eigene Kulturpolitik zu entwickeln begann. —  
 — Erst mit dem Vertrag von Maastricht 1992 —  
 — erlangte Kultur für die EU Rechtskraft. Ihre —  
 — Förderprogramme „Kultur 2000“, „Kultur —  
 — 2007“ sowie „2014“ sind gut dotiert und das —  
 — Programm „Kulturhauptstadt Europas“ —  
 — populär. Inzwischen liegt mit der —  
 — „Europäischen Kulturagenda im Zeichen der —  
 — Globalisierung“ 2007 ein umfassendes —  
 — Konzept europäischer Kulturpolitik vor. —

**Fr./Sa., 01./02.07., 10-17 Uhr, Raum KL 32/102** —  
 (LV: 17922) —

**HS: Rechnungswesen und Controlling I** —  
 (Peter Rothmann) —  
 Pflichtseminar —

Das Seminar richtet sich an Teilnehmer ohne —  
 — oder mit bereits wieder verblassten —  
 — Vorkenntnissen in diesen Bereichen. Die —  
 — Bedeutung dieser Themenbereiche für —  
 — Kulturmanager soll durch gemeinsames —  
 — Bearbeiten von Fallbeispielen und durch —  
 — Diskussionen erarbeitet werden. Dabei wer- —  
 — den die wichtigsten Begriffe der —  
 — Finanzbuchhaltung und der Kostenrechnung —  
 — dargestellt. Wichtige Buchungsbewegungen —  
 — sowie die Bedeutung und Durchführung —  
 — eines Jahresabschlusses sollen einen —  
 — Überblick zum Thema Finanzbuchhaltung —  
 — geben. Es werden Ziele und Aufgaben des —  
 — Kostenmanagements sowie wesentliche —  
 — Methoden/Systeme der Kostenrechnung und —  
 — deren Anwendbarkeit aufgezeigt. In einem 2. —  
 — Teil wird Controlling als strategische —  
 — Managementaufgabe zur Führung und —  
 — Steuerung eines Unternehmens dargestellt. —

**n.V., 10-17 Uhr**, Raum KL 32/102  
(LV: 17 922)  
**HS: Rechnungswesen und Controlling II**  
(Peter Rothmann)  
Pflichtseminar

Nachdem im ersten Teil des Seminars die wichtigsten Begriffe der Finanzbuchhaltung und der Kostenrechnung dargestellt wurden, geht es im Sommersemester um die Vertiefung dieser Themenbereiche durch gemeinsames Bearbeiten von Fallbeispielen und Diskussionen. Es werden Ziele und Aufgaben des Kostenmanagements sowie wesentliche Methoden/Systeme der Kostenrechnung und deren Anwendbarkeit aufgezeigt. Controlling als strategische Managementaufgabe zur Führung und Steuerung eines Unternehmens bildet einen weiteren Schwerpunkt.

**Mi, 06.07., 10-17 Uhr**, Raum JK 31/239  
(LV: 17905)  
**HS: Unternehmenskommunikation am Beispiel von BMW**  
(Maximilian Schöberl)

Internationale Unternehmen kommunizieren ebenso global wie national und regional. Sie folgen ihrer eigenen Agenda und müssen zugleich gesellschaftliche Trends und Themen aufgreifen. Das Seminar wird in Fortführung des Wintersemesters praxisnah die multiplen Herausforderungen in seinen organisatorischen, strategischen und operativen Zusammenhängen darstellen und vertiefend diskutieren.

**Fr/Sa, 08./09.07., 10-17 Uhr**, Raum KL 32/102  
(LV: 17913)  
**HS: Kulturverwaltung**  
(Volker Heller)

Der „klassische“ Kulturbetrieb in Deutschland lebt überwiegend von der Förderung der Öffentlichen Hand. Diese Förderung wird im Wesentlichen von Kulturverwaltungen der Länder und Kommunen gemanaged. Die Verwaltungen sind damit ein erheblicher

Einflussfaktor in der deutschen Kulturlandschaft. Umso wichtiger ist es für Kulturmanager, die Struktur, Funktionsweise und Betriebskultur dieser Organisationen zu kennen und zu verstehen.

**Sa/So, 16./17.07., 10-17 Uhr**,  
Raum KL 32/102 (LV: 17 933)  
**HS: Orchestermanagement**  
(Gerald Mertens)

Deutschland verfügt mit gegenwärtig 133 öffentlich finanzierten Kulturorchestern und etlichen weiteren professionellen Ensembles zahlenmäßig über die dichteste Orchesterlandschaft der Welt. 24 deutsche Musikhochschulen sorgen für regelmäßigen Nachwuchs an Berufsmusikern, jedoch sind spezielle Studienangebote für professionelles Orchestermanagement nur selten zu finden. Das Seminar gibt einen umfassenden Überblick über das gesamte Spektrum dieser hochkomplexen Materie: die deutsche Orchesterlandschaft, aktuelle Situation der Ensembles (einschließlich Rundfunkklangkörper), Verbände und Organisationen, Rechts- und Organisationsformen von Orchesterbetrieben, Finanzierungsfragen, das aktuelle Tarifvertragsrecht mit Praxisbeispielen, Audience Development und Marketing, Arbeit mit Betriebs-, Personalrat und Orchestervorstand, Konfliktmanagement, Tücken der Kulturstatistik, Herausforderungen der Zukunft. Was verdienen Musiker und was kostet eigentlich ein Konzert? Literaturhinweise und ein Reader mit aktuellen Texten zum Nachlesen und Vertiefen runden die Veranstaltung ab.

**BMPS-Seminar**  
**Fr/Sa, 15./16.07., 10-17 Uhr**, Raum KL 32/102  
(LV: 17945)  
**Ü: 1+1=3 - Strategien der Filmfinanzierung**  
(Juliane Schulze)

Wie finanziert man einen Film? Welche Förderinstrumente und Finanzierungsmodelle gibt es in Deutschland und in Europa, die jeder Filmemacher kennen sollte? Wie

sieht der heutige Filmmarkt aus, und in welche Richtung entwickelt sich der Filmvertrieb? Warum koproduziert man mit europäischen Partnern? Was macht eigentlich ein Filmproduzent? Wie werden Projektideen schlussendlich zu einer profitablen Firma?

**21.-24.07., 10-17 Uhr (LV: 17904)**

**HS: Kleines Organon der Kulturgeschichte II**  
(Prof. Dr. Christoph Stölzl)

„Man sieht nur, was man weiß“ – so lautet ein alter Kunsthistoriker-Spruch, der vom Selbstbewusstsein dieser Wissenschaft kündigt. Wir alle wissen, dass man ihn auch umdrehen kann: Man weiss nur, was man sieht. Das gilt insbesondere in der Kulturgeschichte. Denn so präzise man Kultur mit den Worten der Wissenschaft beschreiben kann, so bewusst ist uns doch, dass die ästhetischen Qualitäten der Kulturzeugnisse nur mit Augen und (bei der Musik) Ohren begriffen werden können. Kulturgeschichte ist auch Geschichte der Sinne und ihrer im Lauf der Zeit wechselnden Idealvorstellungen und Leitbilder. Deshalb soll im Wintersemester die Theoriearbeit verbunden werden mit praktischen Übungen. In ausgewählten Museen und an ausgewählten, aussagefähigen Objekten von Architektur, Urbanistik, Kunstwerken und Geschichtszeugnissen wollen wir unsere kulturhistorischen Erkenntnisse mit unvergesslichen Bildern verbinden.

**C: Perspektiv- und Entwicklungsgespräche mit den Studierenden des Instituts**

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
Termine: n.V.

In diesem Forum haben die Studierenden die Möglichkeit, sich in persönlichen Einzelgesprächen mit dem Direktor des Instituts über ihre Perspektiven für den Einstieg in das Berufsleben wie auch die weitere Karriere zu beraten und verständigen.

**Doktoranden-Colloquium**

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
Termin: n. V.

**PRAXISPROJEKT-SEMINARE**

**IKM-Akademie**

Ü/PPS: **Berlin Apokalypse: Hölle – Weg – Erde.**

**Eine performative Recherche** (LV: 17925)

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar,  
Axel Wandtke, Janet Stornowski)

Ausgehend vom expressionistischen Dreischritt „Hölle – Weg – Erde“ wird es in diesem Projekt sowohl um den zeitgeschichtlichen als auch aktuellen Zusammenhang von apokalyptischen Visionen und lebensreformerischen, erneuerungssüchtigen Vorstellungen gehen. Zusammen mit der Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz wird an drei exponierten Berliner Orten (u.a. Kraftwerk Spreepark) eine künstlerisch-performative Auseinandersetzung mit der Dialektik von Untergang und Utopie stattfinden. Premiere: 9. Juli, 19 Uhr im Löwenpalais.

PPS: **KUNSTHERBST Berlin 2016 für Kids**

(LV: 17937)  
(Dagmar Boeck)

Das Kunstvermittlungsfestival bietet Berliner und Brandenburger Kindern die Möglichkeit, sich zusammen mit Künstlern, Kunstsammlern, Kunsthändlern und Kuratoren auf Entdeckungstour in die Welt der zeitgenössischen Kunst zu begeben. Die Kinder können Kunst unmittelbar an den Orten erfahren, wo sie entsteht und wo sie präsentiert wird. Außerdem werden die Kinder dazu eingeladen, selbst Kunst zu schaffen. Unter der Anleitung von Künstlern werden sie in Workshops, die in diesem Jahr in der Berlinischen Galerie stattfinden, ihre eigenen Kunstwerke erstellen. Anhand neuer Kunstvermittlungsformen, unter Einbeziehung neuer Medien, wird den Teilnehmern über einen spielerischen Zugang ein Wissen zur Produktion, Distribution, Kommunikation und Rezeption von zeitgenössischer Kunst und aktuellem Kunstbetrieb ermöglicht. Die Workshops und KunstTouren finden in Zusammenarbeit mit Berliner Kultureinrichtungen statt. Das Projekt wird gemeinsam mit dem Zentrum für Audience Development am IKM realisiert.



PPS: **Opernmanagement. NCPA – Stiftung** —  
**Oper in Berlin – IKM** —  
(LV: 17947) —  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar) —  
—  
Um den internationalen kulturellen Aus- —  
tausch und die Zusammenarbeit zwischen —  
China und Deutschland zu vertiefen, haben —  
das National Centre for the Performing Arts, —  
das Institut für Kultur- und Medienmanage- —  
ment und die Stiftung Oper Berlin eine stra- —  
tegische, auf die Zukunft gerichtete Partner- —  
schaft vereinbart. In diesem Rahmen findet —  
das Austauschprogramm —  
„Opernmanagement 2015“ statt mit dem Ziel, —  
internationale Interoperabilität der leitenden —  
Angestellten des NCPA und verwandten kul- —  
turellen Einrich-tungen zu fördern. —  
—

— **DOZENTEN SoSe 2016** —  
—  
— **Dr. Gunnar Bender**, Berater und Autor —  
— **Prof. Ernst Elitz**, Publizist, Gründungsintendant —  
— Deutschlandradio (Deutschlandradio Kultur/ —  
— Deutschlandfunk) —  
— **Markus Förderl**, Publizist, Coach —  
— Managementberatung GmbH, München —  
— **Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann**, Direktor —  
— Institut für Kommunikationsgeschichte und —  
— angewandte Kulturwissenschaften, FU Berlin —  
— **Prof. Dr. Jan Hegemann**, Rechtsanwalt und —  
— Partner, Raue L.L.P. —  
— **Volker Heller**, Vorstand Zentral- und —  
— Landesbibliothek Berlin —  
— **Cherno Jobatey**, TV-Moderator, Journalist, —  
— Herausgeber Huffington Post —  
— **Christoph Keese**, Executive Vice President Axel —  
— Springer SE —  
— **Ulrike Kretzschmar**, Vizepräsidentin Deutsches —  
— Historisches Museum —  
— **Annette Kulenkampff**, Geschäftsführerin der —  
— documenta GmbH, Kassel —  
— **Gerald Mertens**, Geschäftsführer Deutsche —  
— Orchestervereinigung —  
— **Moritz Müller-Wirth**, Geschäftsführender —  
— Redakteur, Mitglied der Chefredaktion DIE ZEIT —  
— **Andreas Richter**, Kulturmanager, Inhaber Andreas —  
— Richter Cultural Consulting —  
— **Peter Rothmann**, Dipl. Kfm., Unternehmens- —  
— berater —  
— **Lorenz Savelsberg**, Dipl.-Päd., Geschäfts-führen- —  
— der Gesellschafter Rights ‘n Faces Marketing —  
— GmbH, Berlin —  
— **Maximilian Schöberl**, Leiter Konzernkommuni- —  
— kation und Politik BMW Group München —  
— **Juliane Schulze**, Direktorin peaceful fish —  
— **Prof. Dr. Olaf Schwencke**, MdB/MdEP a.D., —  
— Präsident Deutsches Komitee für kulturelle —  
— Zusammenarbeit in Europa —  
— **René Sittner**, Rechtsanwalt, Mediator —  
— **Prof. Dr. Christoph Stölzl**, Publizist, Rektor HfM —  
— „Franz Liszt“ Weimar, Senator für Wissenschaft, —  
— Forschung und Kultur a.D. —  
— **Ronny Unganz**, Geschäftsführender Direktor der —  
— Staatsoper Unter den Linden —  
— **Axel Wandtke**, Schauspieler und Regisseur, —  
— Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz —  
— **Marc Wohlrabe**, Inhaber Steinland Consult —  
— GmbH —  
— **Stefan Wollmann**, Leiter Marketing, Berliner —  
— Festspiele GmbH

## DOZENTENSTAMM

Weitere Lehrkräfte bieten in einem bestimmten  
Rhythmus einzelne Themenschwerpunkte an.

**Silvia Bonsiepe**, Inhaberin Galerie KLEMM'S GbR  
**Horst-Wolfgang Bremke**, Geschäftsführender  
Gesellschafter DOC.TV Programm GmbH  
**Prof. Dr. Rolf Budde**, Musikverleger  
**Astrid Dinda**, Inhaberin Astrid Dinda  
Kommuni-kation  
**Prof. Dr. Ulrich Eckhardt**, Intendant Berliner  
Festspiele GmbH a.D.  
**Dr. Rainer Esser**, Sprecher der  
Geschäftsführung DIE ZEIT  
**Prof. Knut Föckler**, Geschäftsführender  
Gesellschafter newturn. structuring brands &  
media, Beratung für Marken und Medien  
**Peter Gartiser**, Geschäftsführender  
Gesellschafter Metrum  
**Rainer Glaap**, Manager Operations Eventim  
Classical CTS Eventim AG  
**Prof. Monika Grütters**, MdB, Staatsministerin  
der Bundesregierung für Kultur und Medien  
**Dr. Matthias Henkel**, Mitglied Leitungsteam  
des Zentrums für Audience Development,  
Berater im Kultursektor  
**Sebastian Klemm**, Inhaber Galerie KLEMM'S  
GbR  
**Christian-K. Knischewski**, Wirtschaftsprüfer,  
Steuerberater, Knischewski & Boßlet GmbH  
**Jens Korte**, Inhaber New York German Press  
**Thomas Krüger**, Senator a. D., Präsident  
Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn  
**Andreas Lebert**, Publizist  
**Prof. Dr. Bernhard Lorentz**, Vizepräsident  
Stiftung neue Verantwortung, Visiting Scholar  
Stanford Center on Philanthropy and Civil  
Society  
**Uli Mayer-Johansen**, Mitglied des Vorstands  
MetaDesign AG  
**Michael Schindhelm**, Autor, Kulturberater,  
Theaterintendant; seit 2013 Berater der  
Zürcher Hochschule der Künste für internatio-  
nale Projekte.  
**Dr. Bernd Schmidt**, Intendant und Geschäfts-  
führer FriedrichstadtPalast  
Betriebsgesellschaft mbH

**Dr. Thomas Schmidt-Ott**, Director Arts & TUI  
Cruises GmbH  
**Ilona Schmiel**, Intendantin u. Geschäftsführerin  
Tonhalle Zürich  
**Dirk Schulz**, freier Medienschaffender  
**Prof. Gereon Sievernich**, Leiter Martin Gropius  
Bau, Berliner Festspiele GmbH  
**Dr. Thomas Steg**, Generalbevollmächtigter  
der Volkswagen AG, Leiter Außen- und  
Regierungsbeziehungen  
**Joachim E. Thomas**, Vorsitzender des Vorstandes  
der Vereinigung deutscher Stadionbetreiber (VdS)  
**Wolfgang Trostheide**, Steuerberater/  
Geschäftsführer, Knischewski & Boßlet GmbH  
**Detlef Untermann**, Geschäftsführender  
Gesellschafter Butterfly Communications

FÖRDERER UND FREUNDE  
**Ruth Cornelsen**, Verlegerin  
**Claus Bacher**, Rechtsanwalt und Notar  
**Dieter Beuermann**, Verleger  
**Günther Fannei**, Inhaber der FAB Gesellschaft für  
Kommunikation mbH  
**Prof. Lutz von Pufendorf**, Rechtsanwalt,  
Staatssekretär Kultur a.D.  
**Stifterverband der deutschen Wissenschaften**  
**Stiftung Preußische Seehandlung**  
**Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH** (Der  
Tagesspiegel)

KOOPERATIONSPARTNER

**KOOPERATIONSPARTNER** —  
 Der Studiengang kooperiert mit engagierten —  
 Partnern aus dem Kultur-, Medien-, —  
 Wirtschafts- und Verwaltungsbereich, die —  
 Know-how und Erfahrungen weitergeben —  
 sowie durch Praxisprojekte Einblicke in mögli- —  
 che Berufsfelder eröffnen, u.a. —  
 \_ Alex. Offener Kanal Berlin —  
 \_ ART + COM AG —  
 \_ Axel-Springer-Verlag / BILD App —  
 \_ Bahçeşehir Universität Istanbul, Fakultät für —  
 Kommunikationswissenschaften —  
 \_ Berlin Partner GmbH —  
 \_ Berliner Volksbank eG —  
 \_ Bertelsmann AG, Arvato —  
 \_ Bundesverband Deutscher Galerien und —  
 Editionen e.V. (BVDG) —  
 \_ CAFA. Central Academy of Fine Arts, Beijing —  
 \_ Club Commission, Berlin —  
 \_ Daimler Financial Services —  
 \_ Deutsches Historisches Museum Berlin —  
 \_ Edelman GmbH, New York, Hamburg —  
 \_ E-Plus Gruppe —  
 \_ Facebook —  
 \_ FTWild Kommunikation GmbH —  
 \_ Grün GmbH, Berlin —  
 \_ Have Communications, Kopenhagen —  
 \_ Kultursekretariat des Deutschen —  
 Bundestages —  
 \_ Kulturprojekte Berlin GmbH —  
 \_ Kunststiftung Starke —  
 \_ Martin-Gropius-Bau —  
 \_ Medieninnovatives Zentrum Babelsberg —  
 (MIZ) —  
 \_ Niedersächsisches Staatstheater Hannover —  
 \_ Senatskanzlei, Kulturelle Angelegenheiten —  
 \_ Senatsverwaltung für Stadtentwicklung —  
 und Umweltschutz —  
 \_ Senatsverwaltung für Wissenschaft, —  
 Forschung und Schule —  
 \_ DIE ZEIT —  
 \_ New York University, Dep. Visual and —  
 Performing Arts —  
 \_ Rutgers Business School Newark and New —  
 Brunswick —  
 \_ Staatstheater Karlsruhe —  
 \_ Theater Oberhausen —  
 \_ visit Berlin —

— **FORSCHUNG / FÖRDERUNG AM IKM**  
 —  
 — **ZAD: Migranten und Postmigranten im deut-**  
 — **schen Kulturbetrieb**  
 — (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
 —  
 — **ZAD: Besucherforschung Deutschland: Theater**  
 — (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller)  
 —  
 — **Kolleg „Digitale Öffentlichkeiten“**  
 — (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
 —  
 — **Storytelling im digitalen Zeitalter**  
 — (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar,  
 — Dr. Steffen Damm)  
 —  
 — **Creative Cities / Creative Cluster /**  
 — **Start-up-Kultur**  
 — (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
 —  
 — **BMPS-SEMINARE im SoSe 2016**  
 —  
 — **HS: Kultur erfolgreich kommunizieren.**  
 — **Strategien von Künstlern, Kulturinstitutionen**  
 — **und Feuilletons in der digitalen Welt**  
 — (Prof. Ernst Elitz)  
 — **PPS/Ü: Empowerment-Kolleg**  
 — (Dagmar Boeck, Dirk Schulz)  
 — **Ü: DISRUPTIVE AFFAIRS – Neue Denkansätze**  
 — **für Kommunikatoren im Zeitalter digitaler**  
 — **Transformation**  
 — (Dr. Gunnar Bender)  
 — **HS/Ü: ZEIT-Seminar: Grundlagen journalisti-**  
 — **schen Arbeitens II (Moritz Müller-Wirth)**  
 — **HS: Management der Netzwerkökonomie**  
 — (Christoph Keese)  
 — **Ü: Der souveräne Auftritt**  
 — (Markus Förderl)  
 — **Ü: 1+1=3 - Strategien der Filmfinanzierung**  
 — (Juliane Schulze)  
 —  
 — **IKM-Akademie im SoSe 2016**  
 — **Ü/PPS: Berlin Apokalypse: Hölle – Weg – Erde**  
 — (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar,  
 — Axel Wandtke)

NACHGEORDNETE EINRICHTUNGEN

**BerlinMediaProfessionalSchool (BMPS)**

[www.bmps.fu-berlin.de](http://www.bmps.fu-berlin.de) / [www.ikm.fu-berlin.de](http://www.ikm.fu-berlin.de)

Die BMPS ist ein unabhängiges, transdisziplinär arbeitendes Kompetenzzentrum mit

Einbindung in den universitären Kontext, starker medienpraktischer Vernetzung und internationaler Ausrichtung am Medienstandort Berlin.

Ein Kreis von medienwissenschaftlich forschenden und lehrenden Hochschullehrern der Freien Universität Berlin sieht sich dabei den Schwerpunkten verpflichtet:

\_ Forum. Dialog und Diskussion zwischen

Medienwissenschaft und Medienpraxis

\_ Forschung. Grundlagenforschung und angewandte Forschung

\_ Förderung. Nachwuchsförderung und professionelle Weiterbildung

**ZUSATZZERTIFIKAT**

**Journalismus und Medienproduktion für Studierende des Studiengangs Arts and Media Administration**

Im Rahmen der **BERLINMEDIAPROFESSIONALSCHOOL** können die Studierenden am IKM seit dem Wintersemester 2009/10 eine neue spezielle Zusatzqualifikation erwerben, die ausgewählte journalistische Medienangebote des IKM mit den filmpraktischen und bürgerjournalistischen Übungen des Empowerment-Kollegs der BMPS verbindet. Die Qualifikation befähigt bei erfolgreicher Teilnahme sowohl zur journalistischen Praxis (Video- und Online-Journalismus) als auch zur kulturell-medialen Bildungsarbeit (Audience-Development-Programme, Medienkompetenz im schulischen Kontext u. ä.). An der Schnittstelle zwischen Kultur, Journalismus und ästhetischer Erziehung wird damit eine zukunftsweisende Qualifizierung offeriert, die in den unterschiedlichsten Berufsfeldern ein Alleinstellungsmerkmal repräsentiert.

— Voraussetzungen für die Ausstellung des

— Zusatzzertifikats *Journalismus und*

— *Medienproduktion* sind:

— \_ die Teilnahme an folgenden Seminaren:

— •**ZEIT-Seminar** bei Moritz Müller-Wirth über 4

— Semester (insges. 8 SWS)

— •**BS: Formatentwicklung im Fernsehen**

— über 1 Semester (insg. 1 SWS)

— •**BS: Kommunikation** über 2 Semester (insg. 2

— SWS)

— •**Ü: Empowerment-Kolleg** über 2 Semester

— (insg. 4 SWS)

— \_ Teilnahme an **Medien- und Techniktraining**

— (Kamera, Schnitt) und

— \_ projektbezogene Tätigkeiten im Rahmen des

— **Empowerment-Kollegs** über 2 Semester.

— Insgesamt: 15 SWS, die im Rahmen der

— Gesamtzahl der zu erbringenden SWS

— angerechnet werden.

— **ZENTRUM FÜR AUDIENCE DEVELOPMENT (ZAD)**

— [www.zad.fu-berlin.de](http://www.zad.fu-berlin.de) / [www.ikm.fu-berlin.de](http://www.ikm.fu-berlin.de)

— Das ZAD ist eine transdisziplinäre, anwen-

— dungsorientierte Einrichtung des IKM mit der

— Aufgabe einer dauerhaften systematisierenden

— Verbindung von Kulturmanagement-

— forschung und universitär fundierter künstleri-

— scher Vermittlungsarbeit. Das ZAD integriert

— Strategien der Publikumsforschung, des

— Marketing, der Kulturvermittlung und kulturel-

— len Bildung mit Aspekten der Organisations-

— lehre (Führung und Steuerung von Kulturein-

— richtungen). Im Mittelpunkt der Arbeit stehen

— empirische Studien zur Kulturmarktforschung,

— Analysen zur Nachfrage- und Besucherorientie-

— rung von Kulturinstitutionen, Präsentationen

— von Best-Practice-Beispielen zukunftsweisender

— Kulturvermittlung in allen künstlerischen

— Genres sowie die Entwicklung eigener Konzepte

— des Audience Development.

## NACHGEORDNETE EINRICHTUNGEN

---

### ZENTRUM FÜR KULTURMANAGEMENT IN CHINA (KUMA)

[www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/kuma/](http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/kuma/)

KUMA fungiert als Dachmarke für alle kulturmanagerialen Programme und Projekte des IKM mit chinesischen Partnern und Organisationen und gründet auf drei Säulen:

\_ Qualifizierungsprogramm für chinesische Nachwuchsführungskräfte aus dem Kulturbereich

\_ Spezialprojekten, z.B. mit Alumni des Qualifizierungsprogramms bzw. deutsch-chinesischen Arbeitsgruppen

\_ Beratung und Aufbau von Studiengängen

\_ Qualifizierungs-/Austauschprogramme mit chinesischen Kulturinstitutionen, z.B. NCPA

Partner sind u.a.: Central Academy of Fine Arts (CAFA), Beijing, National Art Museum of China (NAMOC), chinesisches Kulturministerium, Theaterakademie Shanghai, Cable 8 Beijing, National Centre for the Performing Arts (NCPA)

### CREATIVE INDUSTRIES COMPETENCE CENTER (CICC)

<http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/weo8/kompetenzzentrum>

Das fungiert als Dach für die deutsch-türkischen Projekte des IKM. Ziele des CICC sind:

1. Ausbau bzw. Entwicklung von Forschungsaktivitäten in den Forschungsthemen

Audience Development, empirische Forschung, Creative Classes, Creative Industries.

2. Auf- und Ausbau wissenschaftlicher Beziehungen z.B. durch eine Zusammenarbeit in Forschungszusammenhängen, mit der Entwicklung von Austauschprogrammen für wissenschaftlichen Nachwuchs etc..

3. Förderung des Austauschs durch deutsch-türkische Projekte und Etablierung von Herbst- und Frühjahrsakademien.

Partner sind u.a.: Fachbereich für Kommunikation der Bahçeşehir Universität Istanbul, Adana.

---