

**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

**Informationen zum  
Bewerbungsverfahren:**  
[www.fu-berlin.de](http://www.fu-berlin.de)

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

Redaktionsschluss: 29.09.2015

# FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

Fachbereich Philosophie und Geisteswissenschaften

## Institut für Kultur und Medienmanagement

Masterstudiengang  
Arts and Media Administration

Kommentiertes  
Vorlesungsverzeichnis

Wintersemester 2015/2016

Vorlesungsbeginn: 12. Oktober 2015  
Vorlesungsende: 15. Februar 2016  
Vorlesungsfrei: 21.12.2015 – 02 .01.2016

<b>INHALT</b>	—
Vorwort	2
Das Institut	3
Lehrveranstaltungen	4
Blockseminare	13
Praxisprojektseminare	21
Dozenten Wintersemester 2015/2016	25
Dozentenstamm	26
Förderer und Freunde	28
Kooperationspartner	28
Forschung / Förderung am IKM	29
BMPS-Seminare	29
IKM-Akademie	30
Nachgeordnete Einrichtungen am	—
IKM: BMPS, ZAD, KUMA	30
Kontakt, Sprechstunden	36

**VORWORT**

Mit dem Wintersemester 2015/16 beginnen auch die speziellen Projekte zum 25-jährigen Jubiläum des IKM in 2016. Im Zentrum wird ein großes Kunst- und Theaterprojekt zu unserem Standort „Berlin“ stehen. Selbstverständlich wird das IKM auch auf die besondere Flüchtlingssituation mit eigenen Programmen reagieren. Darüber hinaus bilden natürlich die großen internationalen Kooperationen mit den USA und China einen Schwerpunkt des wie immer vielfältigen Programms zu Kultur und Medien. Traditionsgemäß gilt den neuen Dozenten – Thorsten Albertz, Jürgen Braasch, Stephen Brown, Markus Spillmann und Annette Kulenkampff – ein besonderer Willkommensgruß, dem Stamm der Kolleginnen und Kollegen, uns allen gemeinsam also, wünschen wir ein bewegtes und produktives Semester.

*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**  
Wissenschaftliche Mitarbeiter:  
**Dipl. Vw. Achim Müller (Drittmittel)**  
**Dr. Steffen Damm (Drittmittel)**  
Geschäftsführerin:  
**Dipl.-Päd. Dagmar Boeck**  
Institutssekretariat:  
**Marion Wagner**  
Studentische Mitarbeiter:  
**Panagiota Avgerinoun B.A.**

**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 —

**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 29. Die Seminare sind ebenfalls mit „BMPS-Seminar“ gekennzeichnet.

**Montag**  
 —  
 —  
 — 09-11 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17899)  
 — HS: **Management der Strukturen: Einführung ins Theater- und Museumsmanagement** (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
 — Pflichtseminar  
 —  
 — Theater und Museen bilden historisch bedingt Kerninstitutionen des Non-profit-Kulturbetriebs. In Struktur, Dimensionierung und Komplexität der managerialen Prozesse sind sie in ihrer organisatorisch-institutionellen Verfasstheit mit mittelständischen Unternehmen vergleichbar. Da Theater wie Museen allerdings zumeist noch im Rahmen des öffentlichen Dienstes organisiert sind, stellen sie besondere Herausforderungen im Hinblick auf Planung und Steuerung dar. Das Seminar widmet sich neben der notwendigen kulturgeschichtlichen Einführung ausgewählter Museen und Theater den Problemen des operativen Managements.  
 —  
 — 11 s.t.-13.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17897)  
 — V: **Theorie und Praxis des Kulturmanagements** (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
 — Pflichtseminar  
 —  
 — Das Seminar mit temporärem Vorlesungscharakter dient nicht nur der Einführung in die disziplinäre Identität und wichtigsten Aufgabefelder des Faches Kulturmanagement, sondern auch der vertiefenden Erörterung einzelner Problemstellungen. Dabei wird es vor allem um thematische Schwerpunkte wie Theorie und Praxis managerialen Handelns, Organisationsentwicklung und -kultur oder auch Unternehmensführung und Führungsstiltheorien gehen. In jedem Fall werden neben dem propädeutischen Charakter die Anwendungsbereiche bzw. Fallstudien Berücksichtigung finden.  
 — Zur Einführung: Werner Heinrichs:  
 — Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung. Darmstadt 1999; Klaus Siebenhaar (Hg.):  
 — Karriereziel Kulturmanagement. Nürnberg 8/2003

14-16 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 28650)  
 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.

16-18 Uhr (Raum KL 32/102 (LV 17950))  
**IKM-Akademie**  
 HS: **Theorie und Praxis des Kuratorischen**  
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Der kunstwissenschaftlich und museologisch präzise definierte Begriff des Kurators als Hüter, Entwickler und Forscher der musealen Sammlung weitet sich zu Beginn des 21. Jahrhunderts zum universalen und globalen Dachbegriff für alle mit Ausstellung und Präsentation verbundenen Überlegungen und Tätigkeiten. Als „curational turn“ oder „Theorien des Kuratorischen“ sind die damit einhergehenden Diskurse längst dem Kunstfeld oder Ausstellungswesen entwachsen und mäandern durch alle Disziplinen. Das Seminar wird sowohl kultur- und kunstgeschichtlich die Begriffskarriere des „Kuratorischen“ nachzeichnen, vor allem aber ausgehend von Harald Szeemann die Figur und das Selbstverständnis des unabhängigen Kurators analysieren und diskutieren.

18-20 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17898)  
 HS: **Musikwirtschaft**  
 (Hon.-Prof. Dr. Rolf Budde)  
 Pflichtseminar  
 Die Lehrveranstaltung versucht, als Wegweiser durch das für Außenstehende oft undurchsichtige Labyrinth im Bereich der Musikwirtschaft zu dienen. Dies soll durch eine möglichst klare Beschreibung der im Musikbusiness tätigen Personen erfolgen: Künstler, Autor, Produzent, Tonträgerhersteller, Vertrieb, Manager, Musikverleger, Verwertungsgesellschaft etc.. Zur Vertiefung werden Vertreter der einzelnen Berufsgruppen im Rahmen des Seminars eingeladen. Einen Schwerpunkt bildet die Erläuterung der traglichen Grundlagen der Branche wie Verlags-, Lizenz-, Künstler- und Bandübernahmeverträge anhand aktueller Beispiele.

#### Dienstag

09-11 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17910)  
 HS: **Management in Wirtschaftsunternehmen: Akteure, Strukturen, Herausforderungen**  
 (Lorenz Savelsberg)  
 13.10. – 01.12.2015  
 Hervorragende Unternehmen benötigen qualifizierte Führungskräfte und marktgerechte Strukturen. Im Seminar werden die personalen und fachlichen Voraussetzungen für erfolgreiche Unternehmen in einer komplexen Umwelt vorgestellt. Ausgehend von der Unternehmensphilosophie und der Strategie ausgewählter Unternehmen, werden die Bereiche Portfoliomanagement, Personalmanagement, Erfolgsfaktoren und Risiken, Integrierte Kommunikation und Marketing sowie die Finanzen und Infrastruktur als Schlüsseldimensionen analysiert und bewertet. Ziel des Seminars ist es, eine konkrete Vorstellung der veränderten Anforderungen an das moderne Management zu gewinnen und herauszufinden, welches Können, welche Konzepte und Einstellungen künftig über Erfolg oder Misserfolg entscheiden werden.

11-13 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17914) \_\_\_\_\_  
 Ü: **Grundlagen empirischen Arbeitens** \_\_\_\_\_  
 (Achim Müller) \_\_\_\_\_  
 Pflichtseminar \_\_\_\_\_

Die inhaltlich zweigeteilte, praxisorientierte \_\_\_\_\_  
 Lehrveranstaltung führt in die Methoden der \_\_\_\_\_  
 empirischen Sozialforschung ein und vermit- \_\_\_\_\_  
 telt für Kulturmanager relevante Grund- \_\_\_\_\_  
 kenntnisse. Der erste Teil leitet die Notwen- \_\_\_\_\_  
 digkeit empirischer Forschung aus dem \_\_\_\_\_  
 Informationsbedarf im Kulturmanagement ab \_\_\_\_\_  
 und behandelt, an welche dieser Informa- \_\_\_\_\_  
 tionen man konkret mit Fragebögen, Beobach- \_\_\_\_\_  
 tungen, Inhaltsanalysen oder anderen Erhe- \_\_\_\_\_  
 bungsinstrumenten gelangen kann. Im zwei- \_\_\_\_\_  
 ten Teil der Veranstaltung wird auf praktische \_\_\_\_\_  
 Fragen eingegangen: Was sind die Planungs- \_\_\_\_\_  
 schritte 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 erkenntnisstiften- \_\_\_\_\_  
 den Informationen für kulturmanageriale \_\_\_\_\_  
 Entscheidungen? Das Ziel des Seminars liegt \_\_\_\_\_  
 explizit darin, die Teilnehmer auf eine \_\_\_\_\_  
 Umsetzung der erlangten Kenntnisse im \_\_\_\_\_  
 Rahmen von Besucherforschungsprojekten \_\_\_\_\_  
 vorzubereiten. \_\_\_\_\_

14-16 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17907) \_\_\_\_\_  
 HS: **Geschichte und Theorie der Massen-** \_\_\_\_\_  
**medien vom 19. bis 21. Jahrhundert** \_\_\_\_\_  
 (Dr. Steffen Damm) \_\_\_\_\_  
 Pflichtseminar \_\_\_\_\_

Das Seminar gibt einen Überblick über die \_\_\_\_\_  
 Entwicklungsgeschichte und theoretischen \_\_\_\_\_  
 Grundlagen massenmedialer Vermittlungsfor- \_\_\_\_\_  
 men vom frühen 19. bis zum beginnenden 21. \_\_\_\_\_  
 Jahrhundert. Neben der Aufarbeitung techni- \_\_\_\_\_  
 scher Voraussetzungen stehen v.a. die \_\_\_\_\_  
 Rezeption von Massenmedien sowie die \_\_\_\_\_  
 gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ihrer \_\_\_\_\_  
 Entstehung und Verbreitung im Mittelpunkt. \_\_\_\_\_  
 Nach einer begrifflichen Einführung und \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ einem historischen Exkurs zu Buch und Zeitung \_\_\_\_\_  
 werden u.a. die Massenmedien Panorama, \_\_\_\_\_  
 Film, Telefon, Hörfunk, Fernsehen sowie die \_\_\_\_\_  
 aktuellen Kommunikationsverhältnisse einer \_\_\_\_\_  
 eingehenden Analyse unterzogen. Beispiele für \_\_\_\_\_  
 die Verarbeitung von Massenmedien durch \_\_\_\_\_  
 Bildende Kunst und Literatur bilden den \_\_\_\_\_  
 Abschluss des Seminars. Zur vorbereitenden \_\_\_\_\_  
 Lektüre wird empfohlen: Niklas Luhmann, Die Realität \_\_\_\_\_  
 der Massenmedien, 2. erw. Aufl., Opladen 1996. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ **BMPS-Seminar** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ 16 s.t.-17.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17900) \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ HS: **Transformationsprozesse in kommerziellen** \_\_\_\_\_  
**und öffentlich-rechtlichen Medien – von der** \_\_\_\_\_  
**analogen in die digitale Welt** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ (Hon.-Prof. Ernst Elitz) \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ Pflichtseminar \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Die Kenntnis der Medienstrukturen ist eine \_\_\_\_\_  
 wichtige Voraussetzung für die Arbeit des \_\_\_\_\_  
 Kulturmanagers. Die Medien transportieren \_\_\_\_\_  
 Informationen aus den Kulturinstituten in die \_\_\_\_\_  
 Öffentlichkeit, sie wecken Aufmerksamkeit, sie \_\_\_\_\_  
 treten als Kooperationspartner, Sponsoren und \_\_\_\_\_  
 als eigene Kulturproduzenten auf. Sie sind \_\_\_\_\_  
 Arbeitgeber für Künstler und Kulturfachleute. \_\_\_\_\_  
 Die Methoden der Kommunikation unterliegen \_\_\_\_\_  
 angesichts der Transformation der Medien aus \_\_\_\_\_  
 der analogen in die digitale Welt grundlegen- \_\_\_\_\_  
 den Veränderungen. Das Seminar gibt einen \_\_\_\_\_  
 Überblick über den aktuellen Stand und die \_\_\_\_\_  
 Perspektiven dieser Umbrüche bei Zeitungen, \_\_\_\_\_  
 Radio, Fernsehen und in sozialen Netzwerken. \_\_\_\_\_  
 Chefredakteure, Verlagsmanager, Film- und \_\_\_\_\_  
 Fernsehproduzenten und Manager aus den \_\_\_\_\_  
 social networks geben Einblick in ihre Arbeit \_\_\_\_\_  
 und diskutieren mit den Studierenden die \_\_\_\_\_  
 Strategien, mit denen sie in der digitalen Welt \_\_\_\_\_  
 Marktanteile und Aufmerksamkeit gewinnen \_\_\_\_\_  
 wollen. Welche Chancen und Risiken ergeben \_\_\_\_\_  
 sich in dieser Umbruchsituation für die \_\_\_\_\_  
 Kulturindustrie? Kann sie ihre Kommunikation \_\_\_\_\_  
 auch unabhängig von den großen Medien- \_\_\_\_\_  
 organisationen durch eigene Online- \_\_\_\_\_  
 Aktivitäten oder über soziale Netzwerke betrei- \_\_\_\_\_  
 ben? Ist sie Gewinner oder Verlierer in diesem \_\_\_\_\_  
 Transformationsprozess? \_\_\_\_\_

**LEHRVERANSTALTUNGEN**

17.45-19.15 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17901) \_\_\_\_\_  
HS: **Rechtliche Grundlagen im kulturellen und** \_\_\_\_\_  
**medialen Kontext II** \_\_\_\_\_  
(Hon.-Prof. Dr. Jan Hegemann) \_\_\_\_\_  
Pflichtseminar \_\_\_\_\_  
Teilnahme nur für das 3. Semester \_\_\_\_\_

Die auf zwei Semester angelegte Vorlesung \_\_\_\_\_  
soll den Studierenden die rechtlichen \_\_\_\_\_  
Rahmenbedingungen der Arbeit im Kultur- \_\_\_\_\_  
und Medienmanagement vermitteln. \_\_\_\_\_  
Teil 2 der Vorlesung wird besondere Rechts- \_\_\_\_\_  
gebiete behandeln: Urheber- und Verlags- \_\_\_\_\_  
recht, Recht der Neuen Medien, Presse- und \_\_\_\_\_  
Äußerungsrecht, Bühnentarifrecht. \_\_\_\_\_

19.30 s.t.-21.30 Uhr und 22.01.2016, \_\_\_\_\_  
Raum KL 32/102 (LV: 17902) \_\_\_\_\_  
HS: **PR im Profit- und Non-profit-Bereich** \_\_\_\_\_  
(Hon.-Prof. Monika Grütters) \_\_\_\_\_  
Pflichtseminar \_\_\_\_\_

Das Berufsbild Öffentlichkeitsarbeit hat sich \_\_\_\_\_  
in Deutschland sowohl in Profit- wie in Non- \_\_\_\_\_  
profit-Unternehmen nachdrücklich etabliert, \_\_\_\_\_  
aber auch immer wieder gewandelt. Das \_\_\_\_\_  
Verhalten eines Unternehmens in der \_\_\_\_\_  
Gesellschaft spricht für ein sich ständig ver- \_\_\_\_\_  
änderndes Selbstverständnis deutscher \_\_\_\_\_  
Unternehmen im globalen Markt. Die \_\_\_\_\_  
Unternehmenskommunikation, und in dem \_\_\_\_\_  
Kontext vor allem die Öffentlichkeitsarbeit, \_\_\_\_\_  
legen über diesen Prozess beredtes Zeugnis \_\_\_\_\_  
ab. „Tue Gutes und rede darüber“ – dieses \_\_\_\_\_  
Motto gilt eben für alle, für Kulturverant- \_\_\_\_\_  
wortliche genauso wie für Unternehmer: \_\_\_\_\_  
Denn die Leistungen eines (Kultur-) Betriebs \_\_\_\_\_  
erreichen nur in dem Maß ihre Zielgruppen, \_\_\_\_\_  
wie sie durch eine professionelle Öffentlich- \_\_\_\_\_  
keitsarbeit begleitet und bekannt gemacht \_\_\_\_\_  
werden. Die Formulierung eines \_\_\_\_\_  
Unternehmensselbstverständnisses und sei- \_\_\_\_\_  
ner Ziele nach innen und außen ist die \_\_\_\_\_  
Voraussetzung einer guten PR, die dann mit \_\_\_\_\_  
Hilfe einschlägiger Instrumentarien umge- \_\_\_\_\_  
setzt werden muss. Nach Klärung wesentli- \_\_\_\_\_  
cher Grundlagen zur PR (Begriff, Geschichte, \_\_\_\_\_  
ethische Richtlinien, Tätigkeitsfelder) und \_\_\_\_\_  
einer Einführung in die Instrumentarien sol-

**LEHRVERANSTALTUNGEN**

\_\_\_\_\_ len Beispiele aus der Praxis dargestellt und \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ erläutert werden. Der Erfolg des Seminars \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ fußt auf der Mitarbeit der Teilnehmer. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Donnerstag**

\_\_\_\_\_ 10-15 Uhr und n.V., Raum KL 32/102 (LV: 17915) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ **Empowerment-Kolleg** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (Dagmar Boeck, Dirk Schulz) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Das Empowerment-Kolleg ist ein interaktives \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Forum, das sich die Vermittlung künstleri- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ scher, journalistischer und technischer \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Kenntnisse und Fertigkeiten zur Eigenermäch- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ tigung der Nachwuchsgeneration sowie die \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ systematische Vermittlung von Medienkom- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ petenz in Theorie und Praxis zum Ziel gesetzt \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ hat. Studierende des Instituts für Kultur- und \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Medienmanagement werden im Rahmen des \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Kollegs nach einer theoretischen Einführung \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ zu „Medienbotschaftern“ ausgebildet, die \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ anschließend u.a. im Rahmen des Empower- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ ment-Projekts „New School“ aktiv werden: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Schülern werden Kenntnisse sowie die techni- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ schen Fertigkeiten vermittelt, um unter- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ schiedliche Themen aus ihrem Umfeld ästhe- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ tisch, künstlerisch und medial aufbereiten zu \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ können. Es geht dabei um eine neue Form \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ generationenübergreifender Medienkompe- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ tenz. Das Team des Empowerment-Kollegs \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ erarbeitet zudem die Magazinsendung \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ „Kultinger“ mit regelmäßiger Ausstrahlung \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ im TV-Programm des Berliner Senders „Alex“ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ sowie größere IKM-Spezialprojekte. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ n.V. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ **IKM Akademie: Grundlagen der audiovisuel-** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ **len Sprache – Film – und Mediengestaltung** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (Dirk Schulz) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (LV: 17923) \_\_\_\_\_

16-18 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17903) —  
 Ü: **Lektorat / Redaktion** —  
 (Dagmar Boeck) —  
 —  
 Im Kultur- und Medienmanagement Tätige —  
 sind früher oder später mit der Produktion —  
 von Kommunikationsmitteln befasst. Das —  
 Erstellen verschiedenster Texte und —  
 Publikationen – Berichte, Gutachten, —  
 Konzepte, Dokumentationen, Studien, —  
 Broschüren etc. – erfordert Vertrautheit im —  
 Umgang mit zielgruppenspezifischen —  
 Fragestellungen und Anforderungen ebenso —  
 wie praktisches Know-how. Ziel des Seminars —  
 ist es, in der Praxis relevante Textsorten beur- —  
 teilen, erstellen und redigieren zu lernen bzw. —  
 Kenntnisse hierüber zu vertiefen. Zudem wer- —  
 den Grundkenntnisse des Verlagsmanage- —  
 ments einschließlich aktueller Entwicklungs- —  
 tendenzen und Herausforderungen vermit- —  
 telt. Von den Teilnehmern wird die Bereit- —  
 schaft erwartet, sich die Fertigkeiten redaktio- —  
 nellen Arbeitens auch in Vor- bzw. Nachberei- —  
 tung der Sitzungen vertiefend anzueignen. —  
 —  
 n.V. (LV: 17942) —  
 C: **Grundlagen und Techniken wissenschaftli-** —  
**chen Arbeitens** —  
 (Dr. Steffen Damm, Achim Müller) —  
 Teilnahme nur für 3. Semester —  
 —  
 Voraussetzung und Basis wissenschaftlichen —  
 Arbeitens ist die Kenntnis und Beherrschung —  
 grundlegender Vorgehensweisen und —  
 Techniken. Das Colloquium vermittelt einen —  
 gezielten, anwendungsorientierten Überblick —  
 zu methodischen Problemstellungen, zur —  
 Themenfindung, Recherche und Quellen- —  
 befragung, Stil- und Formfragen sowie zu —  
 Aufbau und Systematik der wichtigsten —  
 Formate wissenschaftlicher Arbeiten im —  
 Rahmen von Studium und von typischen —  
 akademischen Arbeitsbereichen. —

— **BLOCKSEMINARE** —  
 —  
 — Die Blockseminare finden i.d.R. —  
 — Freitag/Samstag bzw. Samstag/Sonntag im —  
 — Raum KL 32/ 102 statt; andere Seminarzeiten —  
 — bzw. -orte außerhalb der Universität sind —  
 — gesondert vermerkt. —  
 —  
 — **Termine für die verbindliche Anmeldung:** —  
 — 12.-14.10. (Aushang vor Raum KL 25/339) —  
 —  
 —  
 — Sa./So., 17./18.10.2015, 10-17 Uhr (LV: 17930) —  
 — Ü: **Die Privatsammlung ein Asset?** —  
 — **Überlegungen zur wirtschaftlichen Nutzung** —  
 — **einer Kunstsammlung** —  
 — (Thorsten Albertz) —  
 —  
 — In einem diversifizierten Portfolio ist eine —  
 — Kunstsammlung ein luxuriöses, sehr risi- —  
 — kofreudiges Asset (Vermögenswert), dessen —  
 — Wertsteigerung allerdings nur sehr bedingt —  
 — kalkulierbar ist – vor allem für eine —  
 — Sammlung aktueller Kunst. Dennoch steigt —  
 — die Zahl der Kunstsammler kontinuierlich, der —  
 — Markt wächst. Das Seminar gibt einen —  
 — Überblick über private Sammlungen und —  
 — behandelt Fragen nach der Nutzung von —  
 — Kunst in der PR und dem Marketing. Die —  
 — Studierenden werden aktiv in das Seminar —  
 — eingebunden und entwickeln beispielsweise —  
 — kreative Ideen zur aktiven Nutzung von —  
 — Sammlungen. —  
 —  
 —  
 — Fr./Sa., 23./24.10.2015, 10-17 Uhr (LV: 17913) —  
 — HS: **Planung und Rechnungslegung öffentli-** —  
 — **cher 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.

Do./Fr., 29./30.10.2015, 10-17 Uhr (LV: 17921)  
**HS: Stiftungsmanagement**  
 (Hon.-Prof. Dr. Bernhard Lorentz)

Bürgerschaftliches Engagement, unternehmerische Verantwortung und Öffentlich-Private Partnerschaften sind zentrale Schlagworte der öffentlichen Diskussion um das Wirken nicht-staatlicher Akteure in der Gesellschaft. Vor dem Hintergrund eines sich verändernden Staates nimmt die Wahrnehmung des privaten gesellschaftlichen Engagements u.a. auch in den Bereichen Bildung, Wissenschaft und Kultur massiv zu. Wie stark ist diese Entwicklung wirklich? Welche wichtigen Trends bestimmen sie? Wer sind die entscheidenden Akteure? Wie wirken Stiftungen erfolgreich und welche Rolle können sie spielen? Das Seminar führt in das Thema ein, gibt einen Überblick über die deutsche und europäische Landschaft und behandelt die wichtigsten methodischen Möglichkeiten des Sektors. An ausgewählten Fallbeispielen werden in Case Studies die erworbenen theoretischen Fähigkeiten unmittelbar erprobt.

Do./Fr., 05./06.11.2015, 10-17 Uhr (LV: 17918)  
**Ü: Management der Finanzen**  
 (Christian K. Knischewski)  
 Pflichtseminar  
 Teilnahme nur für das 3. Semester

Das Seminar dient – in Korrelation zu „Rechnungswesen, Controlling“ – der praxisorientierten Vertiefung des kaufmännischen Rechnungswesens. Unter fachkundiger Anleitung werden die wichtigsten Frage- und Problemstellungen noch einmal dargestellt und im konkreten Anwendungszusammenhang diskutiert.

Fr./Sa., 06./07.11.2015, 10-17 Uhr (LV: 17913)  
**HS: Planung und Rechnungslegung öffentlicher Haushalte (Kameralistik)**  
 (Jürgen Braasch)  
 Siehe Seite 13

Sa./So., 14./15.11.2015, 10-17 (LV: 17927)  
**BS: Galeriemangement**  
 (Silvia Bonsiepe, Sebastian Klemm)

Wie plant und realisiert man Ausstellungen? Beeinflussen Kunstkritiker und Kuratoren das Kunstgeschäft? Welche Folgen hat die Teilnahme an einer Kunstmesse? Was macht Berlin als Standort attraktiv? In dieser Übung werden Grundfragen der Vermittlung und Vermarktung zeitgenössischer bildender Kunst erörtert, um einen Einblick in die Entscheidungsprozesse der Galeristen zu geben. Anhand von Beispielen aus der Praxis werden die Arbeitsfelder der Galeristen vorgestellt: Auswahl der Künstler, Planung und Durchführung von Ausstellungen, Preisgestaltung, Messeteilnahmen, Webpage, Öffentlichkeitsarbeit.

Fr./Sa., 04./05.12.2015, 10-17 Uhr (LV: 17922)  
**BS: Rechnungswesen und Controlling**  
 (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 werden 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 aufgez. In einem 2. Teil wird Controlling als strategische Managementaufgabe zur Führung und Steuerung eines Unternehmens dargestellt.

Sa./So., 12./13.12.2015, 10-17 Uhr (LV: 17917)  
**HS: Management von Kunsthallen**  
 (Prof. Gereon Sievernich)

Der Martin-Gropius-Bau Berlin ist international eines der bekanntesten Ausstellungshäuser. Auf 7000 Quadratmetern Ausstellungsfläche, verteilt auf drei Etagen werden jedes Jahr 15-20 wechselnde Ausstellungen gezeigt. Die Besucherzahlen pro Jahr liegen zwischen 450.000 und 700.000. Schwerpunkte sind die Bereiche Bildende Kunst (aus allen Epochen), Archäologie und Fotografie. Kulturhistorische Ausstellungen gehören ebenso zum Konzept. Veranstaltungen (Wort, Film) ergänzen die Ausstellungen. Der Martin-Gropius-Bau besitzt keine eigene Sammlung. 2001 wurde der Martin-Gropius-Bau in die Obhut des Bundes übernommen – als einer der Leuchttürme. Im Seminar wird über alle Aspekte gesprochen, die zum Betrieb eines national und international so bedeutenden und einflussreichen Hauses notwendig sind – praxisnah und an Fallbeispielen: Programmplanung und Vermarktung der Projekte, Budgetierung und Anträge an Förderinstitute wie Hauptstadt-kulturfonds und Kulturstiftung des Bundes, Sponsorengewinnung und -verträge, Werbung und Pressearbeit. Die Teilnehmer erhalten einen umfassenden Einblick in die Funktionsweise des Hauses.

Fr./Sa., 08./09.01.2016, 10-17 Uhr (LV: 17945)  
**HS: Medienökonomie im 21. Jahrhundert**  
 (Markus Spillmann)  
 Pflichtseminar

Ziel des Seminars ist es, dass die Studierenden die wichtigsten Treiber für den ökonomischen Wandel im Medienmarkt kennenlernen und ein Verständnis für die daraus resultierenden

Probleme/Herausforderungen entwickeln und wie mit ihnen umgegangen werden kann. Sie verstehen Erlös- und Ausgabenseite eines Mediums kennen, und wie die verschiedenen Parameter beeinflusst werden können bzw. beeinflusst werden (endogene/exogene Steuerungsfaktoren). Sie sind fähig, eine Bilanz eines Medienhauses zu lesen und zu deuten bzw. erkennen Schwachpunkte und Stärken eines Portfolios, einer Strategie.

**American Lectures**

Do.-So., 14.-17.01.2016, jeweils 10-17 Uhr  
 Alle in englischer Sprache

(LV: 17940)

**HS: Fundraising**  
 (Frances Q. Tschinkel)

Neben einer grundlegenden Einführung in die amerikanische Fundraisingphilosophie und -praxis werden exemplarische Konzepte erfolgreicher Fundraisingstrategien vermittelt.

(LV: 17932)

**BS: Non-profit-Leadership**  
 (James Abruzzo)

James Abruzzo berät seit vielen Jahren amerikanische Non-profit-Institutionen. In dem Workshop werden erfolgreiche Management-Strategien und -Modelle im Non-profit-Bereich vorgestellt und diskutiert.

(LV: 17933)

**HS: Internationales Theatermanagement**  
 (Stephen A. Brown)

Das Seminar wird Programmplanung und Ablauforganisation großer angloamerikanischer Theater- und Opernhäuser vorstellen, um einen Kernbereich des Kultur- und Theatermanagements auf der Grundlage internationaler Standards prozessual zu vermitteln.

**BMPS-Seminar** \_\_\_\_\_  
 Fr./Sa., 29./30.01.2016, 10-17 Uhr (LV: 17909) \_\_\_\_\_  
 HS: **ZEIT-Seminar: Grundlagen journalistischen** \_\_\_\_\_  
**Arbeitens I** \_\_\_\_\_  
 (Moritz Müller-Wirth) \_\_\_\_\_  
 Nur für das 1. Semester, Pflichtseminar \_\_\_\_\_

Über insgesamt vier Semester wird die \_\_\_\_\_  
 Arbeitsweise von Zeitungsunternehmen \_\_\_\_\_  
 (Redaktion und Verlag, Print und Online) am \_\_\_\_\_  
 Beispiel der Wochenzeitung DIE ZEIT behan- \_\_\_\_\_  
 delt: Ist Print ein Auslaufmodell? Wie lassen \_\_\_\_\_  
 sich analoge Inhalte gewinnbringend digitali- \_\_\_\_\_  
 sieren (i-pad u.a.). Müssen Redaktion und \_\_\_\_\_  
 Verlag enger zusammenarbeiten und ist \_\_\_\_\_  
 dadurch die journalistische Unabhängigkeit \_\_\_\_\_  
 gefährdet? In diesem Semester bilden Social- \_\_\_\_\_  
 Media-Strategien einen Schwerpunkt . \_\_\_\_\_  
 Außerdem werden Grundlagen journalisti- \_\_\_\_\_  
 schen Arbeitens am Beispiel der Nachricht und \_\_\_\_\_  
 dem Wesen der Überschrift behandelt. \_\_\_\_\_

Sa./So., 30./31.01.2016, 10-17 Uhr (LV: 17928) \_\_\_\_\_  
 Ü: **Festivalmanagement** \_\_\_\_\_  
 (Ilona Schmiel) \_\_\_\_\_

Das Seminar zeigt Strategien zu einer \_\_\_\_\_  
 Profilierung und eindeutigen Positionierung \_\_\_\_\_  
 von Marken im europäischen Festivalkontext \_\_\_\_\_  
 auf. Aspekte der künstlerischen Planung, der \_\_\_\_\_  
 Vermarktung und der Sponsorenakquisition \_\_\_\_\_  
 sowie der politischen Lobbyarbeit werden in \_\_\_\_\_  
 diesem komplexen Zusammenhang exempla- \_\_\_\_\_  
 risch erläutert. Ebenso wird der Frage nachge- \_\_\_\_\_  
 gangen, welche Aspekte sich auf ganzjährige \_\_\_\_\_  
 Kulturbetriebe im Konzertbereich übertragen \_\_\_\_\_  
 lassen. \_\_\_\_\_

Sa./So., 06./07.02.2016, 10-17 Uhr (LV: 17916)

Ü: **Vertriebsmanagement**

(Rainer Glaap)

Teilnahme nur für das 3. Semester

Pflichtseminar

Vertrieb ist die gern unterschätzte Königs-  
 disziplin des modernen Marketingmanage-  
 ments. Eine genre- und produktgerechte  
 Organisation des Ticketing ist zugleich das  
 Herzstück erfolgreicher Verkaufsstrategien.  
 Der Workshop wird deshalb anhand exem-  
 plarischer Fälle die technischen wie strategi-  
 schen Grundlagen eines zeitgemäßen  
 Ticketing und auf dem Kultur- und  
 Entertainmentmarkt vermittelt.

**IKM Akademie:**

n.V. (LV: 17904)

BS: **Bilder-Sehen**

(Hon.-Prof. Dr. Christoph Stölzl)

„Man sieht nur, was man weiß“ – so lautet  
 ein alter Kunsthistoriker-Spruch, der vom  
 Selbstbewusstsein dieser Wissenschaft kün-  
 det. Wir alle wissen, dass man ihn auch um-  
 drehen kann: Man weiß nur, was man sieht.  
 Das gilt insbesondere in der Kulturgeschich-  
 te. Denn so präzise man Kultur mit den  
 Worten der Wissenschaft beschreiben kann,  
 so bewusst ist uns doch, dass die ästheti-  
 schen 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, aussagefähi-  
 gen Objekten von Architektur, Urbanistik,  
 Kunstwerken und Geschichtszeugnissen wol-  
 len wir unsere kulturhistorischen Erkennt-  
 nisse mit unvergesslichen Bildern verbinden.

n.V. (LV: 17905) \_\_\_\_\_  
 HS: **Unternehmenskommunikation** \_\_\_\_\_  
 (Maximilian Schöberl) \_\_\_\_\_

Effektive Kommunikation ist ein Werttreiber. \_\_\_\_\_  
 Sie ist einer der wichtigsten Einflussfaktoren \_\_\_\_\_  
 für die öffentliche Wahrnehmung eines \_\_\_\_\_  
 Unternehmens oder einer Organisation. \_\_\_\_\_  
 Anhand der BMW Group werden Struktur und \_\_\_\_\_  
 Grundsätze der Unternehmenskommunikation \_\_\_\_\_  
 dargestellt und in einen allgemeinen Rahmen \_\_\_\_\_  
 eingebettet. Die Herausforderungen der heuti- \_\_\_\_\_  
 gen Medienlandschaft werden ebenso thema- \_\_\_\_\_  
 tisiert wie die praktische Umsetzung von \_\_\_\_\_  
 Kommunikationsstrategien. Dabei soll bewusst \_\_\_\_\_  
 viel Raum für Fragen und den für die Praxis so \_\_\_\_\_  
 wichtigen Erfahrungsaustausch bleiben. \_\_\_\_\_

n.V. (LV 17949) \_\_\_\_\_  
 HS: **Die documenta als** \_\_\_\_\_  
**Kulturmanagemenaufgabe** \_\_\_\_\_  
 (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 kom- \_\_\_\_\_  
 plexer Prozesse. \_\_\_\_\_

n.V. (LV: 17912) \_\_\_\_\_  
 Ü: **Rhetorik und Public Speaking** \_\_\_\_\_  
 (Cherno Jobatey) \_\_\_\_\_  
 Teilnahme nur für das 3. Semester \_\_\_\_\_

Das Seminar vermittelt allgemeine Grund- \_\_\_\_\_  
 lagen der Moderation in den Medien, speziell \_\_\_\_\_  
 im Fernsehen. Neben der Erarbeitung perso- \_\_\_\_\_  
 nenübergreifend anwendbarer Kriterien und \_\_\_\_\_  
 Maßstäbe zur Bewertung von Moderations- \_\_\_\_\_  
 leistungen liegt ein wesentlicher Fokus auf \_\_\_\_\_  
 praktischen Moderationsübungen und der \_\_\_\_\_  
 mediengerechten Präsentation vorgefertigter \_\_\_\_\_  
 wie auch eigens erstellter Meldungen, deren \_\_\_\_\_  
 Wirkung in Feedback-Gesprächen bewertet \_\_\_\_\_  
 und zielgerichtet analysiert werden. \_\_\_\_\_

**PRAXISPROJEKTSEMINARE**

HS/PPS: **Exkursion New York / Las Vegas /** \_\_\_\_\_  
**Silicon Valley** (LV: 17929) \_\_\_\_\_  
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar) \_\_\_\_\_  
 Ziel der zehntägigen Exkursion nach New York, \_\_\_\_\_  
 Princeton und Las Vegas ist es, ausgewählte \_\_\_\_\_  
 Kultur-, Wissenschafts- und Wirtschaftsunter- \_\_\_\_\_  
 nehmen zu besuchen und dort intensiv den \_\_\_\_\_  
 „American Way of Culture“ zu studieren. Wir \_\_\_\_\_  
 werden unsere Workshops zu Fragen der \_\_\_\_\_  
 Kulturfinanzierung, der Kulturpolitik, des \_\_\_\_\_  
 Developments und Marketings wie in den \_\_\_\_\_  
 Jahren zuvor organisieren. Geplant sind \_\_\_\_\_  
 Colloquien und Diskussionsrunden u.a. mit der \_\_\_\_\_  
 NYU, dem Metropolitan Museum, dem MoMA, \_\_\_\_\_  
 der Brooklyn Academy of Music, der Carnegie \_\_\_\_\_  
 Hall, Off- und OffOff Broadway Bühnen, James \_\_\_\_\_  
 Abruzzo (Stratford Consulting Group) sowie \_\_\_\_\_  
 dem Business & Urban Development \_\_\_\_\_  
 Department der University of Nevada, ausge- \_\_\_\_\_  
 wählten Mega Ressorts in Las Vegas sowie der \_\_\_\_\_  
 Stanford University und Unternehmen im \_\_\_\_\_  
 Silicon Valley. \_\_\_\_\_

Die Teilnehmerzahl ist auf maximal zwölf begrenzt. \_\_\_\_\_

Hs/PPS: **Audience Development: Theatron** \_\_\_\_\_  
 (LV: 17931) \_\_\_\_\_  
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller) \_\_\_\_\_

Das IKM ist Forschungspartner in einem \_\_\_\_\_  
 Theaternetzwerk, das von der Europäischen \_\_\_\_\_  
 Union für fünf Jahre gefördert wird. \_\_\_\_\_  
 In dem Praxisprojekt werden verschiedene \_\_\_\_\_  
 Methoden der Besucherforschung an die \_\_\_\_\_  
 Voraussetzungen der zehn Partnertheater aus \_\_\_\_\_  
 sieben Staaten angepasst. Von der Konzeption \_\_\_\_\_  
 innovativer Forschungsansätze über die \_\_\_\_\_  
 Erhebung qualitativer und quantitativer Daten \_\_\_\_\_  
 in unterschiedlichen kulturellen Kontexten bis \_\_\_\_\_  
 zur Auswertung der Daten können alle Facetten \_\_\_\_\_  
 der Theatermarktforschung kennengelernt und \_\_\_\_\_  
 angewendet werden. \_\_\_\_\_

HS/PPS: **Wissenschaftliche Begleitung der Berliner Volkshochschulen** (LV: 17919)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller)

Kundenrelevanz und -zufriedenheit bedürfen im Kultur- und Bildungsbereich besonderer Anstrengungen und Konzepte, um die Balance zwischen notwendiger fachlicher Deutungshoheit und legitimer Erwartung bzw. Bedürfnisbefriedigung zu halten. Die Kooperation zwischen IKM und den Berliner Volkshochschulen lebt und vermittelt dies in all seiner Komplexität und Anspruchshaltung, die weit über empirische Verfahren und Marketingstrategien hinausgeht.

PPS: **Spring Academy / Summer Academy Berlin / Peking – Shanghai – Hangzhou** (LV: 17936)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Die Spring Academy / Summer Academy ist Teil der Zusammenarbeit zwischen dem Institut für Kultur- und Medienmanagement und der Central Academy of Fine Arts (CAFA). Gegenstand ist ein Forschungsprojekt mit Advanced Master Students zum Kunstbetrieb und zu dem Kunststandorten Beijing/ Shanghai und Berlin im Kontext der Kultur und Creative Industries.

PPS: **Stadtentwicklung und Kreativwirtschaft** (LV: 17948)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Marc Wohlrabe et. al.)

Seit Ende der neunziger Jahre steht das Paradigma der „Creative Cities“ im Zentrum globaler kultureller und urbaner Diskurse. Die theoretisch-methodischen Ansätze an den Schnittstellen von Urbanistik, Architektur, Kultursoziologie, Kultur- und Medienwissenschaften sind ebenso vielfältig wie (ideologisch) heterogen. In Zusammenarbeit mit

Interessenvertretern der Berliner Kulturwirtschaft soll ein zweisemestriges Forschungs- und Praxisprojekt entwickelt werden.

**Kulturmanagement in China (KUMA) Qualifizierungsprogramm für chinesische Nachwuchsführungskräfte aus dem Kulturbereich** (LV: 17 934)

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dagmar Boeck)

Das englischsprachige Qualifizierungsprogramm „Kulturmanagement in China“ fördert Nachwuchsführungskräfte im Bereich Kulturmanagement auf der Basis des interkulturellen Austausches. Konzipiert und durchgeführt wird es vom Institut für Kultur- und Medienmanagement der Freien Universität Berlin, der Central Academy of Fine Arts Beijing (CAFA), dem National Art Museum of China Beijing (NAMOC), mit Unterstützung des chinesischen Kulturministeriums. Neben der Vermittlung der zentralen Kulturmanagementparadigmen westeuropäischer Provenienz steht vor allem die reflektierte Theorie-Praxis-Vermittlung im Vordergrund. Nach einem mehrwöchigen Theoriekurs in Peking kommen die Teilnehmer für ein intensives, praxisorientiertes Programm nach Berlin. Sie erhalten einen Überblick über Kultursystem und -betrieb in Deutschland, ergänzt um ein zweiwöchiges Praktikum. Bei den Teilnehmern handelt es sich um bereits berufserfahrene Vertreter namhafter Kulturinstitutionen Chinas.

**IKM-Akademie**  
Ü/PPS: **Berlin. Ein multimediales Theater- und Kunstprojekt** (LV: 17925)

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

Zum 25-jährigen Jubiläum des IKM sollen in einem Theater- und Kunstprojekt in einer künstlerischen wie wissenschaftlichen Recherche „Berlin“ in seinen Mythen und Projekten erkundet und szenisch visualisiert

werden. Kooperationspartner ist die Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz, die gemeinsam erarbeiteten Theater- und Kunstproduktionen erstrecken sich über das Jahr 2016.

**Fest-Kultur 2016** (LV: 17926)  
(Dagmar Boeck)

Es gehört zu den guten Traditionen des Instituts, dass sich Lehrende, Lernende und die zahlreichen Kooperationspartner einmal im Jahr zu einer großen Feier treffen. Gute Tradition ist es auch, dass das Erstsemester das Fest für die Absolventen, die in diesem Rahmen verabschiedet werden, organisiert – von der Konzeption und Mittelbeschaffung bis hin zur logistisch-organisatorischen Umsetzung.

Ü: **Empowerment-Kolleg** (LV: 17 915)  
(Dagmar Boeck, Dirk Schulz)  
siehe Seite 12

PPS: **Kunsth Herbst Special: Ein Projekt mit Flüchtlingskindern** (LV: 17923)  
(Dagmar Boeck)

In Ergänzung des diesjährigen „Kunsth Herbst Berlin für Kids“ geben wir in einem „Kunsth Herbst Special“ Flüchtlingskindern die Möglichkeit, sich zusammen mit Künstlern auf Entdeckungsreise in die Welt der zeitgenössischen Kunst zu begeben.

n.V.  
V: **Die Moderne 1750 – 2015** (LV: 17944)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Ende Oktober/Anfang November ist im Martin-Gropius-Bau eine exklusive Veranstaltung zur westlichen Moderne in Verbindung mit der Würth- und Mondrian-Ausstellung für Flüchtlinge geplant.

DOZENTEN WS 2015/2016

- James Abruzzo, Co-Director, The Center for Nonprofit and Philanthropic Leadership, Newark
- Thorsten Albertz, Inhaber der Galerie Albertz Benda, New York
- Silvia Bonsiepe, Inhaberin Galerie KLEMM'S GbR
- Stephen A. Brown, Company Manager, The Metropolitan Opera, New York
- Jürgen Braasch, Kaufmännischer Geschäftsführer Niedersächsisches Staatstheater Hannover
- Prof. Dr. Rolf Budde, Musikverleger
- Prof. Ernst Elitz, Publizist, Gründungsintendant Deutschlandradio (Deutschlandradio Kultur/Deutschlandfunk)
- Rainer Glaap, Manager Operations Eventim Classical CTS Eventim AG
- Prof. Monika Grütters MdB, Staatsministerin der Bundesregierung für Kultur und Medien
- 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.
- Cherno Jobatey, Journalist
- Sebastian Klemm, Inhaber Galerie KLEMM'S GbR
- Kurt-Christian Knischewski, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Knischewski & Boßlet GmbH
- Annette Kulenkampff, Geschäftsführerin der documenta GmbH, Kassel
- Prof. Dr. Bernhard Lorentz, Sonderberater für Stiftungen und Zivilgesellschaft im Auswärtigen Amt
- Moritz Müller-Wirth, Geschäftsführender Redakteur, Mitglied der Chefredaktion DIE ZEIT
- Peter Rothmann, Dipl. Kfm., Unternehmensberater
- Lorenz Savelsberg, Dipl.-Päd., Geschäftsführender Gesellschafter Rights 'n Faces Marketing GmbH, Berlin
- Ilona Schmiel, Intendantin u. Geschäftsführerin Tonhalle-Gesellschaft Zürich
- Maximilian Schöberl, Leiter Konzernkommunikation und Politik BMW Group München
- Dirk Schulz, freier Medienschaffender
- Prof. Gereon Sievernich, Direktor Martin Gropius Bau, Berliner Festspiele GmbH

## DOZENTEN

### DOZENTENSTAMM

**Markus Spillmann**, SPILLMANN Publizistik  
Strategie Management GmbH, Zürich  
**Prof. Dr. Christoph Stölzl**, Publizist, Rektor  
HfM „Franz Liszt“ Weimar, Senator für  
Wissenschaft, Forschung und Kultur a.D.  
**Francis Q. Tschinkel**, freie  
Fundraisingberaterin  
**Axel Wandtke**, Schauspieler und Regisseur,  
Volksbühne am Rosa-Luxembzrg-Platz  
**Marc Wohlrabe**, Inhaber Steinland Consult  
GmbH

### DOZENTENSTAMM

Weitere Lehrkräfte bieten in einem bestimmten  
Rhythmus einzelne Themenschwerpunkte an.

**Dr. Gunnar Bender**, Executive Vice President  
Corporate Communications, Arvato AG  
**Horst-Wolfgang Bremke**, Geschäftsführender  
Gesellschafter DOC.TV Programm GmbH  
**Astrid Dinda**, Inhaberin Astrid Dinda  
Kommunikation  
**Dr. Rainer Esser**, Sprecher der  
Geschäftsführung DIE ZEIT  
**Markus Förderl**, Publizist, Coach  
**Peter Gartiser**, Geschäftsführender  
Gesellschafter Metrum Managementbera-  
tung GmbH, München  
**Prof. Heiner Georgsdorf**, Kunstpädagoge,  
Ausstellungsmacher und documentaroadie,  
Vorsitzender des Kuratoriums der Arnold-  
Bode-Stiftung  
**Dr. Matthias Henkel**, Mitglied Leitungsteam  
des Zentrums für Audience Development  
**Guido Herrmann**, Prokurist/ Verwaltungs-  
direktor FriedrichstadtPalast Betriebs-  
gesellschaft mbH  
**Günter Jucho**, Geschäftsführender  
Gesellschafter Jucho & Collegen, Deutsche  
Industrieanleihengesellschaft GmbH & Co KG  
**Christoph Keese**, Executive Vice President  
Axel Springer SE  
**Stefan Kiwit**, geschäftsführender  
Gesellschafter Exit-Media GmbH  
**Jens Korte**, Inhaber New York German Press  
**Ulrike Kretzschmar**, Vizepräsidentin  
Deutsches Historisches Museum

### DOZENTENSTAMM

**Thomas Krüger**, Senator a. D., Präsident  
Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn  
**Alexander Lang**, Regisseur und Schauspieler  
**Andreas Lebert**, Publizist, Chefredakteur ZEIT  
Wissen  
**Ralf Luchter**, Senior-Projektmanager T-Systems  
Enterprise Service GmbH/Deutsche Telekom AG  
**Uli Mayer-Johanssen**, Mitglied des Vorstands  
MetaDesign AG  
**Gerald Mertens**, Geschäftsführer Deutsche  
Orchestervereinigung  
**Jim Pegues**, Economic Development Officer of Las  
Vegas  
**Iris Korinna Scheffler**, Direktorin Sprüth Magers  
Berlin  
**Kerstin Schilling**, Leiterin der Abteilung  
Schlossmanagement, Stiftung Preußische  
Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg  
**Dr. Bernd Schmidt**, Intendant und  
Geschäftsführer FriedrichstadtPalast  
Betriebsgesellschaft mbH  
**Dr. Thomas Schmidt-Ott**, Director Arts &  
Entertainment, TUI Cruises GmbH  
**Prof. Dr. Olaf Schwencke**, MdB/MdEP a.D.,  
Präsident Deutsches Komitee für kulturelle  
Zusammenarbeit in Europa  
**René Sittner**, Rechtsanwalt, Mediator  
**Birgit Spielmann**, freie Kommunikationsberaterin  
**Dr. Thomas Steg**, Generalbevollmächtigter  
der Volkswagen AG, Leiter Außen- und  
Regierungsbeziehungen  
**Alice Ströver**, Geschäftsführerin Freie Volksbühne  
e.V.  
**Joachim Thomas**, Geschäftsführer Olympia-  
stadion Berlin GmbH  
**Ronny Unganz**, Geschäftsführender Direktor der  
Staatsoper Unter den Linden  
**Detlef Untermann**, Geschäftsführender  
Gesellschafter Butterfly Communications  
**Stefan Wollmann**, Leiter Marketing und  
Kommunikation, Berliner Festspiele GmbH

**FREUNDE UND FÖRDERER  
KOOPERATIONSPARTNER**

<b>FÖRDERER UND FREUNDE</b>	—
<b>Ruth Cornelsen</b> , Verlegerin	—
<b>Claus Bacher</b> , Rechtsanwalt und Notar	—
<b>Dieter Beuermann</b> , Verleger	—
<b>Günther Fannei</b> , Inhaber der FAB Gesellschaft für Kommunikation mbH	—
<b>Prof. Lutz von Pufendorf</b> , Rechtsanwalt, Staatssekretär Kultur a.D.	—
<b>Stifterverband der deutschen Wissenschaften</b>	—
<b>Stiftung Preußische Seehandlung</b>	—
<b>Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH</b> (Der Tagesspiegel)	—
—	—
—	—
<b>KOOPERATIONSPARTNER</b>	—
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	—
_ Daimler Financial Services	—
_ Deutsches Historisches Museum Berlin	—
_ Edelman GmbH, New York, Hamburg	—
_ E-Plus Gruppe	—
_ Facebook	—
_ FTWild Kommunikation GmbH	—
_ Have Communications, Kopenhagen	—
_ Kultursekretariat des Deutschen Bundestages	—
_ Kulturprojekte Berlin GmbH	—
_ Kunststiftung Starke	—
_ Martin-Gropius-Bau	—
_ Senatskanzlei, Kulturelle Angelegenheiten	—
_ Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Schule	—

**KOOPERATIONSPARTNER  
FORSCHUNG / FÖRDERUNG AM IKM  
BMPS-SEMINARE**

—	_ DIE ZEIT
—	_ New York University, Dep. Visual and Performing Arts
—	_ Rutgers Business School Newark and New Brunswick
—	_ Nds. Staatstheater Hannover
—	_ Staatstheater Karlsruhe
—	_ Theater Oberhausen
—	_ visit Berlin
—	—
—	—
—	<b>FORSCHUNG / FÖRDERUNG AM IKM</b>
—	—
—	<b>ZAD: Migranten und Postmigranten im deut- schen Kulturbetrieb</b>
—	(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)
—	—
—	<b>ZAD: Besucherforschung Deutschland: Theater</b>
—	(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller)
—	—
—	<b>Kolleg „Digitale Öffentlichkeiten“</b>
—	(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)
—	—
—	<b>Storytelling im digitalen Zeitalter</b>
—	(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Steffen Damm)
—	—
—	<b>Creative Cities / Creative Cluster / Start-up-Kultur</b>
—	(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)
—	—
—	<b>BMPS-SEMINARE im WS 2015/16</b>
—	—
—	<b>HS: Transformationsprozesse in kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medien – Von der analogen in die digitale Welt</b>
—	(Prof. Ernst Elitz)
—	<b>Empowerment-Kolleg</b>
—	(Dagmar Boeck, Dirk Schulz)
—	<b>Ü: Grundlagen der audiovisuellen Sprache – Film- und Medien-Gestaltung</b>
—	(Dirk Schulz)
—	<b>BS: ZEIT-Seminar: Grundlagen journalistischen Arbeitens I</b>
—	(Moritz Müller-Wirth)

**IKM-Akademie: Künstlerische Methoden und  
künstlerische Praxis im Wissenschaftsbetrieb**

BS: **Bilder-Sehen** (Prof. Dr. Christoph Stölzl)

Ü: **Grundlagen der audiovisuellen Sprache –  
Film- und Medien-Gestaltung** (Dirk Schulz)

Ü/PPS: **Berlin. Ein multimediales Theater- und  
Kunstprojekt**

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

**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, star-  
ker medienpraktischer Vernetzung und interna-  
tionaler 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 erfolg-  
reicher 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 reprä-  
sentiert.

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: Medienmanagement**

über 2 Semester (insg. 2 SWS)

• **BS: Politische Kommunikation**

• **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: 14 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

Organisationslehre (Führung und Steuerung

von Kultureinrichtungen). Im Mittelpunkt der

Arbeit stehen empirische Studien zur

Kulturmarktforschung, Analysen zur Nachfrage-  
und Besucherorientierung von

Kulturinstitutionen, Präsentationen von Best-  
Practice-Beispielen zukunftsweisender

Kulturvermittlung in allen künstlerischen

Genres sowie die Entwicklung eigener Konzepte

des Audience Development.





