

**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**  
mittwochs 10-11 Uhr, KL 25/333,  
Tel.: 030/ 838-525 71  
– **Dipl. Päd. Dagmar Boeck**  
mittwochs 9.30-10.30 Uhr,  
donnerstags 18.00 -19.00 Uhr, KL 25/335,  
Tel.: 030/ 838-525 72  
e-Mail: [dboe@ikm.fu-berlin.de](mailto:dboe@ikm.fu-berlin.de)  
– **Dr. Steffen Damm**  
montags 18-19 Uhr, KL 25/337,  
Tel.: 030/ 838- 525 69  
e-Mail: [stdamm@ikm.fu-berlin.de](mailto:stdamm@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

**Bewerbungsschluss für das  
Wintersemester 2012/ 2013:  
30. Juni 2012 (Ausschlussfrist)**

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: 30. März 2012

**FREIE UNIVERSITÄT BERLIN**

**Fachbereich Philosophie und  
Geisteswissenschaften**

**Institut  
für  
Kultur  
und  
Medienmanagement**

**Masterstudiengang  
Arts and Media Administration**

**Kommentiertes  
Vorlesungsverzeichnis**

**Sommersemester 2012**

Vorlesungsbeginn: 10. April 2012  
Vorlesungsende: 14. Juli 2012  
Vorlesungsfrei: 01.05., 17.05., 28.05.

**INHALT**

Vorwort	2
Das Institut	3
Lehrveranstaltungen	4
Praxisprojekt-Seminare	26
Dozenten Sommersemester 2012	30
Dozentenstamm	31
Förderer und Freunde	32
Kooperationspartner	33
BMPS-Seminare / IKM-Academy	34
Forschung / Förderung am IKM	35
Nachgeordnete Einrichtungen am	
IKM: BMPS, ZAD, KUMA, CICC	35
Kontakt, Sprechstunden	40

**VORWORT**

Das Sommersemester 2012 steht im Zeichen eines dauerhaft angelegten Experiments: Mit Workshopseminaren des Schauspielers und Regisseurs Alexander Lang, des Dokumentarfilmers Lothar Spree, des Kurators und Kunstwissenschaftlers Heiner Georgsdorf, des bildenden Künstlers Thomas Eller sowie für den Fernsbereich GrundyUFA wird die „Akademie“ des IKM eröffnet. In der „Akademie“ steht die reflektierte ästhetische Erfahrung, das Studium künstlerischer Prozesse und Methoden im Mittelpunkt. Ziel ist nicht nur, künstlerische und wissenschaftliche Praxis in einen offenen Dialog zu bringen, sondern auch zur ästhetischen Wahrnehmungsschulung, zur künstlerischen Sensibilisierung der Studierenden einen substantiellen Beitrag zu leisten. Mehr denn je stellt dieses künstlerische Handlungs- und Erfahrungswissen einen integralen Bestandteil des Faches Kulturmanagement dar. Die damit verbundenen Annäherungsprozesse sind als Recherche, Erkundung, Lernprojekt jenseits zeitgeistgetriebener Wissenschaftsmoden („Kunstforschung“, „ästhetische Wissenschaft“) zu verstehen, die von nun an einen festen Platz im Curriculum haben. Wir begrüßen die Dozenten wie auch die Studierenden und freuen uns auf ein produktives Sommersemester 2012!

*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:  
**Dr. Steffen Damm**  
**Dipl. Vw. Achim Müller (Drittmittel)**  
 Geschäftsführerin:  
**Dipl. Päd. Dagmar Boeck**  
 Projektkoordinatorin:  
**Kristin Seebeck M.A.**  
 Institutssekretariat:  
**Marion Wagner**  
 Studentische Mitarbeiter:  
**Maja Dziehel B.A., Daniela Blaschke B.A., Wu Tianyang B.A.**

**WEITERE EINRICHTUNGEN AM IKM**

**BerlinMediaProfessionalSchool (BMPS)**  
 Direktorium:  
**Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Ernst Elitz, Univ.-Prof. Dr. Klaus Beck, Moritz Müller-Wirth M.A., Dr. Thomas Steg, Prof. Lothar Spree**  
 Wissenschaftlicher Koordinator:  
**Dr. Steffen Damm**  
 Tel.: 030/ 838- 525 69  
 e-Mail: bmps@ikm.fu-berlin.de

**Empowerment-Kolleg:**  
 Leitung: **Dagmar Boeck, Prof. Lothar Spree**  
 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, Prof. Dr. Bernhard Graf**  
 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: Jasmin Sauer B.A., Kristin —  
Seebeck M.A. —  
Tel.: 030/ 838- 580 79 —  
e-Mail: kuma@zedat.fu-berlin.de —

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

**LEHRVERANSTALTUNGEN**

Die Seminare finden wöchentlich zur angege- —  
benen 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* —  
Die medienbezogenen Seminare bieten wir —  
unter dem Dach der BerlinMediaProfessional- —  
School (BMPS) an. Eine Übersicht finden Sie —  
auf S. 35. Die Seminare sind mit „BMPS- —  
Seminar“ gekennzeichnet. —

**Montag**

**09-11 Uhr** Raum KL 32/102 (LV: 17 911) —  
HS: **Aspekte des Kulturmanagements II:** —  
**Verhalten von Organisationen und** —  
**Strategisches Management im Kontext von** —  
**Planung, Steuerung und Koordination** —  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar) —  
Beginn: 16.04., bis 04.06. —

Das Seminar wird vertiefend die verhaltens- —  
wissenschaftlichen Grundlagen managerialer —  
Praxis in Organisationen wie Führung, Ent- —  
scheidung, Motivation und Strategie zum —  
Thema haben und anwendungsbezogen disku- —  
tieren. Dabei geht es vor allem um die damit —  
zusammenhängenden gruppendynamischen —  
Prozesse in aufbau- und ablauforganisatori- —  
schen Zusammenhängen, wie sie vorbereitend —  
im Wintersemester behandelt wurden. —

Anschließend, ab 11.06. bis 09.07. —  
**BMPS-Seminar** —  
**09-11 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 915) —  
HS: **Digitales und Geist – wie das Web unsere** —  
**Kultur rekonfiguriert** —  
(Dr. Dr. Alexander Görlach) —

Das Seminar beschäftigt sich mit den kulturel- —  
len Veränderungen durch das Netz. Kommuni- —  
kation unter Menschen hat sich verändert, —  
Kulturtechniken des Wissenserwerbs, der —  
Weitergabe und der Vermittlung ebenfalls. —  
Das Leben in sozialen Netzwerken gibt uns —  
einen neuen Stand in der Welt. Und dennoch —  
ist ungewiss, wohin die Reise geht: Das Ende —  
des Browsers kann auch das Ende einer kurzen, —  
schönen, neuen Ära bedeuten. Seminar- —  
schwerpunkte bilden u.a. Facebook, Foren, —  
Chats, Augmented reality, Journalismus im —  
Echtzeitalter, neues Unternehmertum sowie —  
rechtliche Herausforderungen. —

**11-13.30 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 897) —  
HS: **Kultur- und Medienmarketing** —  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar) —

Der Ausgangspunkt eines jeden Marketing- —  
managements 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 Spannungs- —  
und Konfliktfeld zu den Anforderungen eines —  
kulturspezifischen Marketings benannt – —  
zumal, wenn der Non-profit-Bereich des —  
Kulturbetriebs im Mittelpunkt steht. Das Semi- —  
nar will entsprechend sowohl die philosophi- —  
schen Grundlagen, die einzelnen Instrumente —  
und konkreten Handlungsstrategien eines zeit- —  
gemäßen Marketingparadigmas als auch die —  
besonderen Anwendungsbedingungen des —  
Kulturmarketings vermitteln. Neben den theo- —  
retischen Explikationen wird es am Beispiel —  
u.a. von Theatern und Museen mittels praxis- —  
naher 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: 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: 17 910)  
 HS: **Kulturverwaltung/Haushaltswesen**  
 (Guido Herrmann)  
 Beginn: 16.04., bis 04.06.

Das Seminar führt in Anknüpfung an das Seminar im Wintersemester in das Haushaltswesen ein und behandelt dabei am Beispiel Berlins die Themen: Struktur des Berliner Haushalts, Rechtsgrundlagen, Haushaltsplan, Haushaltsgesetz, Parlamentarische Beratung, Haushaltskontrolle. Daneben werden die verschiedenen Rechtsformen der Kulturbetriebe, deren Betriebs- und Wirtschaftsführung erläutert sowie ein Überblick über das Zuwendungsrecht (Institutionen und Projekte), geltende Zuwendungsbestimmungen und die Kontrollmechanismen gegeben. Am Ende steht auch die Erörterung der Perspektiven: Bleibt die öffentliche Kulturfinanzierung so wie sie ist? Welche Ansätze gibt es für Ressourcenmanagement in Zeiten knapper Kassen?

Anschließend, ab 11.06. bis 09.07.  
**16-18 Uhr**, Raum KL 32/ 102 (LV: 17 908)  
 HS: **Pop-Ikonographie**  
 (Dr. Steffen Damm)  
 (Erster Teil: 10.04.-29.05.)

„Pop“ ist weit mehr als eine Stilrichtung – Pop ist das herausragende Kultur-Phänomen in den westlichen Gesellschaften ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, der prägende kulturelle Impuls der kapitalistischen Märkte. In der Popkultur findet die Gegenwart ihre absolute Entsprechung, ihr reinstes Abbild, denn Pop funktioniert als universell verständliche Verdopplungsmaschine, die die Verfahrensordnungen der Jetztzeit in sich aufnimmt und ästhetisch auf die Spitze treibt. Das Seminar beschäftigt sich mit dem v.a. bildhaften Ausdrucksrepertoire der Popkultur, das im Sinne einer profanen Ikonographie zu charakterisieren wäre. Daher soll neben einem geschichtlichen Abriss sowie der Kennzeichnung zentraler Wirkungsmittel die Analyse ausgewählter Pop-Ikonen im Mittelpunkt stehen. Zur vorbereitenden Lektüre wird empfohlen: Die Philosophie des Andy Warhol von A bis B und zurück (1975), München 1991; Was ist Pop? Zehn Versuche. Hrsg. von Walter Grasskamp, Michaela Krützen und Stephan Schmitt, Frankfurt/M. 2004.

**18-20 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 898)  
 Ü: **Musikwirtschaft II**  
 (Prof. Dr. Rolf Budde)  
 Beginn: 16.04., bis 21.05.

Neben dem Schwerpunkt der Erläuterung der vertraglichen Grundlagen der Musikbranche wie Verlags-, Lizenz-, Künstler- und Bandübernahmeverträge anhand von aktuellen Beispielen stehen in der Folgeveranstaltung zum Wintersemester vor allem die verschiedenen beteiligten Personen im Mittelpunkt. Künstler, Autoren, Produzenten, Tonträgerhersteller, Künstler- und Vertriebsmanager, Musikverleger und Verwertungsgesellschaften – wie arbeiten sie miteinander? Welche Berufsprofile und Tätigkeiten gibt es im, für

Außenstehende oft undurchsichtigen, Labyrinth der Musikwirtschaft? Mit Unterstützung von Gästen sollen vorhandene Kenntnisse vertieft und offene Fragen beantwortet werden.

Anschließend, ab 04.06. bis 09.07.  
**18-20 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 914)  
 Ü: **Unternehmenskommunikation**  
 (Detlef Untermann)

Kommunikation trägt zur Wertschöpfung eines Unternehmens bei. Dies ist heute völlig unbestritten und gilt sowohl für die interne als auch für die externe Kommunikation. Vor diesem Hintergrund spielt – neben inhaltlichen Fragen – die Organisation von Unternehmenskommunikation eine besondere Rolle. So geht es in einem ersten Teil auch um grundlegende Fragen des Aufbaus einer gut funktionierenden Unternehmenskommunikation in mittleren und größeren Betrieben. Dabei wird auch auf das Verhältnis zwischen PR und Werbung eingegangen, das sich in den letzten Jahren nachhaltig verändert hat. Ausgehend von den Organisationsstrukturen, werden zwei Themengebiete herausgearbeitet, die gewissermaßen die Königsdisziplinen der Unternehmenskommunikation darstellen: die Begleitung von Change-Management-Prozessen und die Krisenkommunikation. Die Arbeit wird an einem konkreten Fall nachgespielt. Darüber hinaus können die Studierenden eigene Erfahrungen oder Fallbeispiele einbringen, die analysiert und diskutiert werden. Insofern kommt dem Engagement der Seminarteilnehmer für einen erfolgreichen Verlauf entscheidende Bedeutung zu.

**20-22 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 899)  
 HS: **Management der Finanzen: Zur Praxis privater und privatwirtschaftlicher Kulturförderung**  
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)  
 Beginn: 16.04., bis 04.06.

In Zeiten reduzierter öffentlicher Kulturbudgets werden Fragen einer ergänzenden privaten und privatwirtschaftlichen Finanzie-

— rung überlebensnotwendig für kleine wie  
 — große Kultureinrichtungen. Das Seminar wird  
 — eine ebenso systematische wie praxisorientier-  
 — te Einführung zu Fragen des Sponsoring,  
 — Fundraising sowie der projektbezogenen  
 — Drittmittelförderung bieten. Ziel soll es sein,  
 — die wesentlichen philosophischen, konzeptio-  
 — nell-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 orga-  
 — nisatorisch-managerialen, rechtlichen und indi-  
 — viduellen Rahmenfaktoren geschärft werden.

Anschließend, ab 11.06. bis 09.07.  
**20-22 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 921)  
 HS: **Opernmanagement**  
 (Ronny Unganz)

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: 17 908)  
 HS: **Pop-Ikonographie**  
 (Dr. Steffen Damm)  
 Beginn: 10.04., bis 29.05.

Anschließend, ab 05.06. bis 10.07. —  
**09-11 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 910) —  
 HS: **Management in** —  
**Wirtschaftsunternehmen. Akteure,** —  
**Strukturen, Herausforderungen II** —  
 (Lorenz Savelsberg) —

Das Management von Wirtschaftsunterneh- —  
 men ist eine komplexe Aufgabe, die durch die —  
 Globalisierung noch verschärft wird. Unter- —  
 nehmen brauchen Wachstum und müssen —  
 Gewinne machen, damit das Überleben lang- —  
 fristig 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 Winterse- —  
 mesters mit dem „magischen Dreieck“ von —  
 Personal, Finanzen und Management, wobei —  
 die Informationswirtschaft – wie das Öl im —  
 Motor – dafür sorgt, dass alle Teile reibungs- —  
 los zusammenarbeiten können. Es geht also —  
 um Strukturen und Personen. Wer erfolgreich —  
 wirtschaften will, muss beide Felder ent- —  
 wickeln, sonst drohen folgenreiche Überra- —  
 schungen. —

**11-13 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 924) —  
 Ü: **Aspekte empirischen Arbeitens II** —  
 (Achim Müller) —

Die inhaltlich zweigeteilte, praxisorientierte —  
 Veranstaltung führt in die Methoden der —  
 empirischen Sozialforschung ein und vermit- —  
 telt für Kulturmanager relevante —  
 Grundkenntnisse. Der erste Teil leitet die —  
 Notwendigkeit empirischer Forschung aus —  
 dem Informationsbedarf im Kulturmanage- —  
 ment ab und behandelt, an welche dieser —  
 Informationen man konkret mit Fragebögen, —  
 Beobachtungen, Inhaltsanalysen oder ande- —  
 ren 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. —

**14-16 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 907) —  
 HS: **Geschichte und Theorie der Werbung** —  
 (Dr. Steffen Damm) —

— Das Seminar geht der Frage nach, was —  
 — Werben ist, was Werbung in der Überflussge- —  
 — sellschaft bedeutet und wie sie funktioniert. —  
 — Seit der Gebrauchswert einer Ware von ihrem —  
 — Inszenierungswert verdrängt wurde, scheint —  
 — es vorwiegend um die „Spiritualität des —  
 — Konsums“ zu gehen. Werbung vermittelt aber —  
 — nicht nur Wertvorstellungen, die an Produkte —  
 — gebunden sind; Werbe- und Marketing- —  
 — Strategien – längst feste Bestandteile des —  
 — Sozialverhaltens, der Alltagskommunikation —  
 — oder auch der politischen Rhetorik – kenn- —  
 — zeichnen auch den anhaltenden Kampf um —  
 — die (begrenzte) Aufmerksamkeit des Anderen. —  
 — Neben dem Verhältnis von Werbung und —  
 — (Medien-) Gesellschaft steht die Analyse von —  
 — Beispielen aus unterschiedlichen —  
 — Marktsegmenten und -entwicklungsphasen —  
 — im Mittelpunkt. Zur vorbereitenden Lektüre wird —  
 — empfohlen: Oliviero Toscani: Die Werbung ist ein —  
 — lächelndes Aas, Mannheim 1996. —

— **BMPS-Seminar** —  
 — **16 s.t.-17.30 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 900) —  
 — HS: **Kulturberichterstattung in klassischen** —  
 — **und digitalen Medien. Redaktionelle Ent-** —  
 — **scheidungskriterien und ihre ökonomischen** —  
 — **Grundlagen** —  
 — (Prof. Ernst Elitz) —

— Kulturmanager sind auf intensive Kontakte zu —  
 — den Medien angewiesen. Ohne professionelle —  
 — Öffentlichkeitsarbeit kann eine Kulturinstitu- —  
 — tion nicht erfolgreich sein. Der Kontakt zu den —  
 — Medien bindet und stabilisiert des bestehen- —  
 — de Publikum und erschließt neue Publikums- —  
 — kreise, die nicht zielgerichtet nach Angeboten —

suchen, sondern die sich durch fachjournalis-  
tischen Empfehlungen inspirieren lassen. Der  
Zugang zu den Medien ist für Kulturmanager  
entscheidend, denn die Berichterstattung ist  
ein wichtiger Faktor zur Selbstevaluation von  
Kulturinstitutionen und wird bei der Bewer-  
tung durch private oder öffentliche Zuschuss-  
geber herangezogen. Die Lehrveranstaltung  
gibt im Gespräch mit leitenden Kulturredak-  
teuren von Zeitungen, Radio- und Fernseh-  
programmen wie Internetmedien einen Ein-  
blick in redaktionsinterne Entscheidungs-  
strukturen und ihre medienökonomischen  
Grundlagen. Dargestellt werden spezifische  
Anspracheformen für unterschiedliche Ziel-  
gruppen und die Auswahlkriterien, die für  
eine Veröffentlichung gelten.

**17.45 s.t.- 19.15 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 901)  
HS: **Rechtliche Grundlagen im Kultur- und  
Medienbereich II**  
(Prof. Dr. Jan Hegemann)

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 Uhr**, Raum KL 32/102 (LV: 17 902)  
Ü: **Öffentlichkeitsarbeit im Profit- und Non-  
profit-Bereich II**  
(Prof. Monika Grütters)  
Beginn: 24.04.

Im Wintersemester haben wir gelernt, dass  
eine Kommunikation nur so gut sein kann,  
wie das Selbstverständnis, auf dem sie fußt.  
Bewusst haben wir im Verlauf des gesamten  
Semesters sowohl Beispiele aus Wirtschafts-  
unternehmen als auch aus öffentlich geför-  
derten Einrichtungen bearbeitet. Um im  
Sinne einer Art Berufsfeldanalyse beide  
Bereiche systematisch unterscheiden zu ler-  
nen, wollen wir im Sommersemester je vier  
Häuser aus dem Profit- und aus dem öffent-  
lich geförderten Non-Profit-Kulturbereich  
besuchen und sie zur Struktur und Praxis

ihrer Öffentlichkeitsarbeit befragen. Dabei  
geht es um Fragen von der CI der Häuser,  
ihren ethischen Richtlinien, der Kommuni-  
kation nach innen wie nach außen, dem  
Umgang mit verschiedenen Zielgruppen bis  
hin zum Sponsoring und anderen PR-  
Instrumenten sowie dem Umgang mit  
Evaluationsergebnissen der PR.

**Mittwoch**

**08.30 s.t.-10 Uhr**, Raum JK 29/118 (LV: 16 717)  
HS: **Neue Sachlichkeit**  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

„Das Wichtigste“, schreibt Joseph Roth 1927  
im Vorwort seines Romans „Die Flucht ohne  
Ende“, „ist das Beobachtete.“ Mit diesem Satz  
ist das Credo der „Neuen Sachlichkeit“ tref-  
fend zusammengefasst, wird mit dieser  
Formel doch eine Stilrichtung der  
Zwischenkriegsjahre in Literatur, Kunst,  
Theater, Architektur, Fotografie und Film  
beschrieben, die sich nüchtern-realistisch  
vom Pathos des Expressionismus abhebt und  
in kühl-distanzierter, exakt beobachtender,  
beinahe dokumentarischer Weise die moder-  
ne Gesellschaft der Weimarer Republik darzu-  
stellen versucht. Das Seminar ist bewusst  
interdisziplinär ausgerichtet und verbindet  
literarische Analysen (Gebrauchsliteratur,  
Zeitroman, Reportage, Episches Theater,  
Volkstheater) mit anschaulichen Erkundun-  
gen benachbarter Gattungen.

**Donnerstag**

**10-16 Uhr** und n.V. (LV: 17 930)  
**BMPS-Seminar**  
**Empowerment-Kolleg**  
n.V., Raum KL 32/102 (LV: 17942)  
(Prof. Lothar Spree, Dagmar Boeck, Dirk  
Schulz)

Das Empowerment-Kolleg ist ein interaktives  
Forum, das sich die Vermittlung künstleri-  
scher, journalistischer und technischer Kennt-  
nisse und Fertigkeiten zur Eigenermächtigung

gung der Nachwuchsgeneration sowie die systematische Vermittlung von Medienkompetenz in Theorie und Praxis zum Ziel gesetzt hat. Studierende des IKM werden nach einer theoretischen Einführung zu „Medienbotschaftern“ ausgebildet. Sie haben die Möglichkeit, die Vielfalt der social media-Welt im Web 2.0 als Initiatoren, Moderatoren, Media-Produzenten, Nutzer und Vermittler gleichermaßen kennenzulernen und Techniken der Produktion und Vermittlung praktisch anzuwenden. Die Medienbotschafter sind anschließend im Rahmen des Empowerment-Projekts „New School“. Medienkompetenzentwicklung durch Medienbotschafter – einem Projekt mit dem Berliner Sender „Alex. Offener Kanal Berlin“ – aktiv: Schülern und Multiplikatoren werden künstlerische, journalistische und redaktionelle Kenntnisse sowie die technischen Fertigkeiten vermittelt, um unterschiedliche Themen ästhetisch, künstlerisch und medial aufbereiten zu können. Es geht dabei um eine neue Form generationenübergreifender Medienkompetenz. Kinder und Multiplikatorengruppen unterschiedlicher Altersstufen – Lehrer und Lehramtsstudierende – werden durch eine praxisnahe Auseinandersetzung mit alten und neuen Medien in die Lage versetzt, über die Medien die Umwelt zu reflektieren sowie eigene Beiträge zu erarbeiten. Das Team erarbeitet zudem die Magazinsendung „Kultinger“ mit regelmäßiger Ausstrahlung im TV-Programm des Berliner Senders „Alex“.

#### **IKM-Academy: Künstlerische Methoden und künstlerische Praxis im Wissenschaftsbetrieb**

10-16 Uhr und n.V. (LV: 17 942)

Ü: **Grundlagen der audiovisuellen Sprache –**

**Film- und Medien-Gestaltung**

Raum KL 32/102 (LV: 17930)

(Prof. Lothar Spree)

Termine: 03.05., 10.05., 24.05., 31.05.

Der Workshop – ein Grundlagen- und Ergänzungsseminar für das Empowermentprogramm – beginnt mit einer Übersicht der Film- und Mediengeschichte, um eine Terminologie der heutigen Medien-

formen zu erarbeiten, mit der neue Formen, Formate und Erzählstrukturen für die zeitgenössischen „Neuen“ Medien entwickelt werden können. Dies findet auch statt in praktischen Versuchen und experimentellen Miniaturproduktionen. Die Geschichte der Medien ist voller Innovationen, die von der technologischen Entwicklung, aber auch von wechselnden Inhalten gefordert wurden. Diese Dynamik gilt es wiederzuentdecken und anzuwenden auf die wiederum neuen Technologien und – vor allem – auf neue Distributionsformen.

16-18 Uhr und n.V., Raum KL 32/ 102 (LV: 17 903)

Ü: **Berufsbilderkundungen: Berufsfelder im Kultur- und Medienbereich**

(Dagmar Boeck)

Beginn: 07.06., bis 12.07.

Speziell für das 4. Semester

Das Berufsfeld des Kultur- und Medienmanagements hat sich in den letzten zwanzig Jahren dynamisch entwickelt wie gewandelt: Herkömmliche Berufe verändern sich auf rasante Weise, neue Tätigkeitsfelder konturieren sich und eröffnen vielfältige Einstiegsmöglichkeiten, gerade auch für Geisteswissenschaftler. Anliegen des Colloquiums ist es, traditionelle und zukunftsorientierte Berufsfelder im Kultur- und Medienbereich vorzustellen. Gemeinsam mit Alumni des IKM geben wir einen Überblick, vermitteln ein aktuelles Bild des Kultur- und Medienmanagers. Dabei gehen wir auch der Frage nach, welche fachlichen wie persönlichen Voraussetzungen man mitbringen muss, um in den verschiedenen Bereichen (erfolgreich) tätig zu werden.



**BLOCKSEMINARE**

Die Blockseminare finden i.d.R. Freitag/Samstag bzw. Samstag/Sonntag im Raum KL 32/ 102 statt; andere Räume bzw. Seminarorte außerhalb der Universität sind gesondert vermerkt.  
**Termine für die verbindliche Anmeldung:**  
 10.-12.04. (Aushang KL 25/339)

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

**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 Institutes über ihre beruflichen Perspektiven für den Einstieg in das Berufsleben wie auch die weitere Karriere zu beraten und verständigen.

**Fr, 13.04., 10-16 Uhr, 20.04., 14-18 Uhr, und n.V.**  
 Raum KL 32/ 102 (LV: 17 920)  
**BS: Aspekte des Medienmarketings und der Medienökonomie**  
 (Philipp Zwez)

Das Seminar vermittelt in drei Vorlesungseinheiten theoretische Grundlagen und praxisorientiertes Wissen über die Medienbranche. Am Beispiel der WELT Gruppe und deren Nachhaltigkeits-Initiative „Die Welt bewegen. Verantwortung übernehmen“ werden erfolgskritische Faktoren sowie Chancen, aber auch Grenzen der Vermarktung von Medien aufgezeigt. In dem sich anschließenden Praxisteil erhalten die Teilnehmer intensive Einblicke in die Herausforderungen der Vermarktung der Nachhaltigkeitsinitiative. Gemeinsam mit dem Marketing wird u.a. eine Wettbewerbsanalyse erstellt und ein Kundenevent umgesetzt.

**Sa, 14.04., 10-17 Uhr**  
 Raum KL 32/102 (LV: 17 918)  
**BS: Existenzgründung** (Günter Jucho)  
 Speziell für das 4. Semester  
 Das Seminar soll den Schritt in die Selbstständigkeit unterstützen. In kompakter Form werden Themen angesprochen wie: Wahl der Rechtsform eines Unternehmens, Investitions- und Finanzierungsfragen, arbeitsrechtliche Probleme, Möglichkeiten der finanziellen Förderung durch Bund, Land und EU, Zusammenarbeit mit Kreditinstituten, Erstellen eines Businessplans, Finanz- und Liquiditätsplanung, lesen einer BWA, Strategische Planung, die USP eines Unternehmens, Wettbewerbsanalyse. Zu diesen Themen werden aus verschiedenen Unternehmen Fallstudien bearbeitet.

**21./22.04., 10-17 Uhr,**  
 Raum KL 32/102 (LV: 17 933)  
**BS: 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, 27.04., 10-13 Uhr** (Einführung) —  
 Raum KL 32/102 (LV: 17 906) —  
**BS: Öffentliche Empörung zwischen** —  
**Aufklärung und Gegenklärung – Die Rolle** —  
**des Skandals in der Politik und für die Medien** —  
 (Dr. Thomas Steg ) —  
 Weitere Termine: siehe S. 20 —  
 —  
 Skandale gab es in der Politik zu allen Zeiten —  
 und in allen Herrschaftsformen, in der Antike —  
 wie in der Moderne, bei Hofe wie im —  
 Parlamentarismus. Der Soziologe Karl-Otto —  
 Hondrich definierte den Skandal als morali- —  
 sche Verfehlung von Personen oder —  
 Institutionen, die enthüllt wird und kollektive —  
 Empörung auslöst. Aber nicht jeder Fehltritt —  
 und nicht jede Affäre enden schließlich im —  
 Skandal. Was also macht aus einem Anlass —  
 erst einen Skandal? Von entscheidender —  
 Bedeutung sind Enthüllung und öffentliche —  
 Empörung. Im Seminar richtet sich das —  
 Interesse folglich auf das Mittel der —  
 Skandalisierung in der (politischen) —  
 Kommunikation und auf die Rolle der Medien. —  
 Können Medien Skandale „machen“ oder bloß —  
 verstärken? Sind Skandale wichtig für die poli- —  
 tische Hygiene oder werden Empörungsrituale —  
 genutzt, um bestimmte politische Zwecke —  
 (Rücktritte von Gegnern, Konkurrenten, etc.) —  
 durchzusetzen? Und was verändert sich erst —  
 durch das Web 2.0, wenn in der digitalen Welt —  
 jede Privatperson, ungeachtet von Herkunft, —  
 Stellung, Besitz oder Prominenz, zum Objekt —  
 von Skandalisierungen werden kann? Das —  
 Seminar untersucht und vergleicht historische —  
 und aktuelle Beispiele von Skandalen, um —  
 Mechanismen von Skandalisierungen zu iden- —  
 tifizieren. Von besonderem Interesse werden —  
 dabei die Fälle Wulff und Guttenberg sein. —

— **IKM-Academy: Künstlerische Methoden und**  
**künstlerische Praxis im Wissenschaftsbetrieb**  
 —  
 — **Sa/So, 28./29.04.** (LV: 17 930)  
 — **BS: Kunstproduktion – Kunstmarkt**  
 — (Thomas Eller)  
 —  
 — Wie entstehen Kunstwerke? Der Künstler  
 — Thomas Eller gibt Einblicke in seine Studio-  
 — praxis, künstlerische Konzepte und die kom-  
 — plexen Abläufe bildnerischer Umsetzung von  
 — bewussten, halb-bewussten und unerkannt-  
 — ten Motivationen in ein Werk. Der kreative  
 — Prozess wird von ihm verstanden als Selbst-  
 — behauptung, künstlerische Problemlösung  
 — und als emotionale Aufladung, der sich eine  
 — Form sucht. Anhand von Werkbeispielen im  
 — Kontext seiner künstlerischen Herangehens-  
 — weise macht der Künstler die Wege und  
 — Umwege seiner Praxis transparent.  
 —  
 — **Sa/So, 05./06.05., 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 beson-  
 — deren und interkulturellen  
 — Verhandlungssituationen.

**Fr/Sa, 11./12.05., 10-17 Uhr** —  
 Raum KL 32/102 (LV: 17 917) —  
**BS: Understand, manage, change:** —  
**Was ein guter Projektmanager in Stiftungen** —  
**können muss** —  
 (Prof. Dr. Bernhard Lorentz) —

In Deutschland gewinnen Stiftungen zuneh- —  
 mend an Bedeutung. Durch ihr Wirken in zen- —  
 tralen gesellschaftspolitischen Bereichen – u.a. —  
 Wissenschaft, Bildung und Kultur – genießen —  
 sie hohe Aufmerksamkeit und gewinnen kon- —  
 tinuierlich an Reputation. Mit diesem Bedeu- —  
 tungszuwachs geht eine notwendige —  
 Professionalisierung nur langsam einher. —  
 Entscheidend für den Erfolg von Stiftungen ist —  
 die Wirksamkeit ihrer Förderung. Das Seminar —  
 wird sich auf die Frage konzentrieren, wie —  
 Stiftungen erfolgreich Wirkung erzielen kön- —  
 nen. Dabei geht es konkret um das professio- —  
 nelle Management philanthropischer Organi- —  
 sationen: Wie greifen strategische Planung, —  
 Projektausrichtung, Öffentlichkeitsarbeit, —  
 Projektmanagement und Evaluation erfolg- —  
 reich ineinander? Gemeinsam mit erfahrenen —  
 Praktikern werden diese zentralen Themen —  
 professionellen Stiftungsmanagements erst —  
 theoretisch erarbeitet und anschließend in —  
 Fallstudien konkret angewandt. Zur Einführung: —  
 Helmut K. Anheier/ Diana Leat, Creative Philanthropy. —  
 Towards a New Philanthropy for the Twenty-First —  
 Century, London/New York 2006. Bertelsmann —  
 Stiftung (Hrsg.): Handbuch Stiftungen, 2., vollst. über- —  
 arb. Auflage, Wiesbaden 2003. Luc Tayart De Borms: —  
 Foundations: Creating Impact in a Globalised World, —  
 Chichester 2005. Ulrich Brömmling: Die Kunst des —  
 Stiftens. 20 Perspektiven auf das Stiftungswesen in —  
 Deutschland. Berlin 2005 —

**BMPS-Seminar** —  
**Fr/Sa, 18./19.05., 10-17 Uhr,** —  
 Raum KL 32/102 (LV: 17 906) —  
**BS: Öffentliche Empörung zwischen** —  
**Aufklärung und Gegenklärung – Die Rolle** —  
**des Skandals in der Politik und für die Medien** —  
 (Dr. Thomas Steg ) —  
 siehe auch S. 18 —

**Fr/So, 01./03.06., 10-17 Uhr** —  
 Raum KL 32/ 102 (LV: 17 927) —  
**BS: 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 Bewah-rung —  
 des kulturellen Erbes ausgerichtete 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“ und „Kultur —  
 2007“ sind gut dotiert und das Programm —  
 „Kulturhauptstadt Europas“ populär. Inzwischen —  
 liegt mit der „Europäischen Kulturagenda im —  
 Zeichen der Globalisierung“ 2007 ein umfassen- —  
 des Konzept europäischer Kulturpolitik vor. —

**BMPS-Seminar** —  
**Fr/Sa, 08./09.06., 10-17 Uhr** —  
 Raum KL 32/102 (LV: 17909) —  
**BS: ZEIT-Seminar: Grundlagen journalistischen** —  
**Arbeitens II** —  
 (Moritz Müller-Wirth) —

Über insgesamt vier Semester wird die —  
 Arbeitsweise von Zeitungsunternehmen —  
 (Redaktion und Verlag, Print und Online) am —  
 Beispiel der Wochenzeitung DIE ZEIT behandelt. —  
 Ist Print ein Auslaufmodell? Wie lassen sich ana- —  
 loge Inhalte gewinnbringend digitalisieren (iPad —  
 u.a.). Müssen Redaktion und Verlag enger —  
 zusammenarbeiten und ist dadurch die journa- —  
 listische Unabhängigkeit gefährdet? Diese und —  
 andere Fragen stehen im Mittelpunkt des ersten —  
 Moduls. Außerdem werden Grundlagen journa- —  
 listischen Arbeitens am Beispiel der Nachricht —  
 und der Reportage behandelt. —

**Fr, 15.06./22.06., 10-17 Uhr** —  
 Raum KL 32/102 (LV: 17 922) —  
**BS: Rechnungswesen und Controlling II** —  
 (Peter Rothmann) —

Nachdem im Wintersemester die wichtigsten —  
 Begriffe der Finanzbuchhaltung und der —  
 Kostenrechnung dargestellt wurden, geht es —  
 im Sommersemester um die Vertiefung die- —  
 ser Themenbereiche durch gemeinsames —  
 Bearbeiten von Fallbeispielen und Diskussio- —  
 nen. 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. —

**IKM-Academy: Künstlerische Methoden und** —  
**künstlerische Praxis im Wissenschaftsbetrieb** —

**Sa/So, 16./17.06.** —  
 Raum KL 32/102 (LV: 17 923) —  
**BS: Abenteuer Theater: Regie und anderes** —  
 (Alexander Lang) —

Das Seminar soll praxisnahe Einblicke in den —  
 kreativen Prozess des Inszenierens geben und —  
 zugleich die Sensibilität für die Anforderun- —  
 gen, Abläufe und künstlerischen Entfaltung- —  
 spielräume eines Bühnenbetriebs befördern. —  
 Unser Augenmerk wird sich u.a. auf die —  
 Erschließung von Stoffen, Probleme der —  
 Formfindung, die Rolle des Bühnenbildes und —  
 die Arbeit mit Schauspielern im Probenver- —  
 lauf bis hin zur Aufführung richten. —

**Sa/So, 23./24.06., 10-17 Uhr** —  
 Raum KL 32/102 (LV: 17 926) —  
 Teilnehmeranzahl: max. 12 —  
**BS: Präsentationstraining** —  
 (Astrid Dinda) —

Szenario und Dramaturgie einer Präsentation —  
 entscheiden neben persönlicher Überzeu- —  
 gungskraft und den Fähigkeiten des —  
 Moderators oftmals darüber, ob Projekte rea- —  
 lisiert werden oder nicht. Projekte und Inhalte —

— müssen zielgruppengerecht strukturiert und —  
 — visualisiert werden, wenn sie ankommen sol- —  
 — len. Welche Medien eignen sich für welches —  
 — Thema? Wie kann sich der Präsentator mental —  
 — vorbereiten? Wie wird die Aufmerksamkeit der —  
 — Zuhörer gewonnen und der Umgang mit —  
 — Hierarchien und schwierigen Gesprächspart- —  
 — nern gemeistert? Dieses Seminar vermittelt —  
 — Methoden und Techniken für die strategische —  
 — Planung und erfolgreiche Durchführung profes- —  
 — sioneller Präsentationen. Mit der Entwick- lung —  
 — eines persönlichen Rede- und Präsentationsstils —  
 — gelingt ein erfolgreicher Auftritt vor dem —  
 — Publikum. Am Seminartag werden verschiedene —  
 — Techniken praxisnah geprobt. Umfangreiche —  
 — individuelle Optimierungsvor- schläge und —  
 — Videofeedback runden das Programm ab. —

**So., 24.06., 10-17 Uhr** —  
 Raum KL 32/102 (LV: 17929) —  
**BS: Festivalmarketing im internationalen** —  
**Vergleich** —  
 (Stefan Wollmann) —

— Festivalmarketing erfordert eine spezielle —  
 — Planung und strategische Überlegungen – ganz —  
 — besonders in den wandlungsdynamischen —  
 — Umfeldern des 21. Jahrhunderts. Das Seminar —  
 — wird deshalb praxisnah – u.a. am Beispiel eines —  
 — der traditionsreichsten und wichtigsten —  
 — europäischen Kulturereignisse, der Wiener —  
 — Festwochen – im internationalen Maßstab —  
 — Anforderungen und Bausteine eines zeit- —  
 — gemäßen Marketings und Sponsorings vermit- —  
 — teln. —

**BMPS-Seminar** —  
**Do/Fr, 28./29.06., 10-17 Uhr** —  
 Raum KL 32/102 (LV 17 925) —  
**BS: Die Rolle von Facebook im Social Web** —  
 (Dr. Gunnar Bender) —

— Das soziale Netzwerk Facebook wurde 2004 als —  
 — internes Studierenden-Netzwerk in Harvard —  
 — gegründet. Heute hat es 845 Mio. aktive Nutzer, —  
 — ca. 80 Prozent davon außerhalb der USA und —  
 — Kanada, und ist in über 70 Sprachen verfügbar. —  
 — Gründe genug also, um sich intensiver mit der —  
 — Rolle dieses – kontrovers diskutierten – sozialen —

Netzwerks auseinanderzusetzen. Das Seminar beleuchtet Geschichte, Struktur und Strategien des Unternehmens und erörtert zudem u.a. den Aspekt einer zunehmenden Digitalisierung des Lebens durch Funktionen wie „Timeline“.

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

**Sa/So, 30.06./01.07., 10-17 Uhr**

Raum KL 32/102 (LV: 17 928)

**BS: documenta. Kuratorische Positionen von Arnold Bode bis Carolyn Christov Bakargiev** (Prof. Heiner Georgsdorf)

In diesem Sommer findet in Kassel zum 13. Mal die documenta statt. „Die weltweit wichtigste Kunstschau“ (FAZ) wurde zum Prototyp einer Großausstellung und zum Vorbild für viele ähnlich ambitionierte Kunstereignisse in aller Welt. In ihrer Bedeutung ist sie allerdings nur vergleichbar mit der Biennale in Venedig, als deren Gegenentwurf sie 1955 von Arnold Bode konzipiert und realisiert wurde – in Kassel, in einer vom Krieg arg zerstörten Provinzstadt. Gerade auf dem Gebiet der kuratorischen Praxis hat die documenta Maßstäbe gesetzt. Man könnte fast sagen: Der Kurator ist ein Produkt der documenta. Um dem Erfolgskonzept auf die Spur zu kommen, soll deshalb der Fokus zunächst auf der Frühzeit der documenta liegen, zumal sie auch von späteren documenta-Leitern in ihre kuratorischen Überlegungen einbezogen wurde. Warum dürfen die Veranstalter auch diesmal wieder mit einer Steigerung der Besucherzahlen (2007: über 750.000) rechnen, obwohl jede documenta „sich selbst neu erfinden muss“ und vor ihrer Eröffnung einer Black Box gleicht, die eigentlich nur mit ihrem numinosen „Branding“ locken kann? Daneben geht es um exemplarisches Kennenlernen (auch anhand von Bildern), Reflektieren und Beurteilen kuratorischer Positionen und Strategien vor dem Hintergrund sich ständig verändernder Konstellationen im Wechselspiel von Kunst, Kultur, Gesellschaft und Politik. Zur Vorbereitung: lesen und anschauen, was die

Medien vor, zur und nach der Eröffnung am 9. Juni über die dOCUMENTA 13 [sic!] berichten. Zudem: Dirk Schwarze: Meilensteine: Die documenta 1 bis 12, Berlin 2007 (als Vademecum); Harald Kimpel: documenta, Mythos und Wirklichkeit, Köln 1997 (zur Vertiefung).

**n.V. (LV: 17904)**

**BS: 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.

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

**n.V., 10-17 Uhr**

Raum KL 32/102 (LV: 17928)

**BS: Zur Entstehung von TV-Serien: Idee, Entwicklung, Umsetzung** (Guido Reinhardt u.a.)

Als deutscher Marktführer im Bereich Daily Drama produziert GrundyUFA langlebige Programmmarken für private und öffentlich-rechtliche Sender. Das Seminar vermittelt einen Überblick zur Produktion serieller Formate in Deutschland und gibt praxisnahe Einblicke u.a. in Dramaturgie, Ideen-, Format- und Produktionsentwicklung.

**PRAXISPROJEKT-SEMINARE** —

PPS: **Spring Academy 2012** (LV: 17949) —  
 (Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. Haluk —  
 Gürgen) —

Die „Spring Academy“ 2012 ist als Fortsetzung —  
 der „Fall Academy“ Teil einer langfristig ange- —  
 legten Kooperation zwischen dem —  
 Fachbereich für Kommunikation der —  
 Bahçeşehir Universität Istanbul und dem —  
 Institut für Kultur- und Medienmanagement —  
 der Freien Universität Berlin, die im vergange- —  
 nen Herbst begonnen wurde. Primäres Ziel —  
 der Zusammenarbeit ist die nachhaltige —  
 Förderung des interkulturellen Dialogs zwi- —  
 schen Deutschland und der Türkei. Für die —  
 Freie Universität ist sie darüber hinaus ein —  
 wesentlicher Beitrag zum Gedanken der —  
 internationalen Netzwerkiniversität. Das —  
 zweiwöchige Programm vermittelt den 20 —  
 deutschen und türkischen —  
 Akademieteilnehmern intensive Einblicke in —  
 die türkische und v.a. die Istanbuler —  
 Medienlandschaft. —

PPS: **KUNSTHERBST Berlin 2012 für Kids** —  
 (LV: 17 941) —  
 (Dagmar Boeck) —

Das Kunstvermittlungsfestival bietet Berliner —  
 und Brandenburger Kindern die Möglichkeit, —  
 sich zusammen mit Künstlern, —  
 Kunstsammlern, Kunsthändlern und —  
 Kuratoren auf Entdeckungsreise 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 zeitgenössi- —  
 scher Kunst und aktuellem Kunstbetrieb ermög- —  
 licht. 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: **Kunsthandelstag des BVDG** (LV: 17936) —

Der BVDG wird im Herbst 2012 den ersten deut- —  
 schen Kunsthandelstag durchführen, auf dem —  
 Leistungen, Rahmenbedingungen und Zukunft —  
 der Galeriearbeit und des Kunsthandels aus ver- —  
 schiedenen Perspektiven beleuchtet werden. —  
 Geplant ist ein Experten-Symposium mit mode- —  
 rierten Gesprächsrunden und Impulsreferaten —  
 sowie eine elektronische Dokumentation, vom —  
 IKM mitorganisiert. —

PPS: **4. FU-Gesundheitstag** (LV: 17 944) —  
 (Dagmar Boeck) —

Das IKM wird für die Zentrale Universitäts- —  
 verwaltung den FU-Gesundheitstag erneut —  
 unterstützen. —

PPS: **Empowerment-Kolleg** —  
 (LV: 17942) —  
 (Dagmar Boeck, Prof. Lothar Spree, Dirk Schulz) —  
 siehe Seite 13 —

PPS: **Movimentos** (LV: 17937) —  
 (Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Bernd Kauffmann) —

Das IKM hat eine Kooperation zur organisatori- —  
 schen Mitwirkung am Movimentos Festival der —  
 Autostadt Wolfsburg vereinbart, einem jährlich —  
 unter wechselnden Themenschwerpunkten ver- —  
 anstalteten internationalen Programm (Tanz, —  
 Szenische Lesungen, Konzerte, Matineen und —  
 Soireen, Akademie). —

PPS: **Besucherauswertung Badisches Staatstheater Karlsruhe** (LV: 17 947)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller)

Begleitend zum Intendanzwechsel am Staatstheater Karlsruhe werden u.a. Besuchsverhalten, Besuchererwartungen und Besucherzufriedenheit erhoben und ein Monitoring der entsprechenden Kennzahlen etabliert. In zentralen, v.a. jüngeren Zielgruppen soll die Motivations- und Erwartungsstruktur von Besuchern und Nicht-Besuchern vertieft analysiert werden.

PPS: **BILD-Kolleg** (LV: 17 932)  
(Prof. Ernst Elitz, Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Michael Paustian)

Nach dem gelungenen Relaunch des Instituts-Newsletters „BrutBerlin“ sowie einer Evaluierung von BILD und bild.de durch ein studentisches Team soll es in diesem Kolleg um eine vertiefende Beschäftigung mit dem künftigen Verhältnis von alten und neuen Medien und u.a. der Funktion von Apps in der digitalen Welt gehen.

PPS: **E-Plus-Praxis- und Forschungsprojekt: „Digitale Öffentlichkeiten“** (LV: 17939)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller)

Das Praxisprojekt umfasst drei miteinander verwobene Komplexe von Produktion und Forschung: Entwicklung des neuen BASE Camp durch den Veranstaltungsschwerpunkt Media Literacy, eine Ausstellung zur digitalen Kunst sowie das Forschungsprojekt „Nutzerrelevante Netzqualität“.

**Kulturmanagement in China (KUMA)**

PPS: Organisation und Durchführung des **4. Programms zur Qualifizierung chinesischer Nachwuchsführungskräfte** aus dem Kulturbereich  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

PPS: **Chinesisches Kulturjahr in Deutschland 2012** (LV: 17931)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. Yu Ding, Prof. Fan Di'an)

In Zusammenarbeit mit dem chinesischen Kulturministerium und dem National Art Museum of China (NAMOC) wird von studentischen Teams des IKM und der Central Academy of Fine Arts (CAFA) ein großes Ausstellungsprojekt „Public Art“ im Oktober 2012 in Kassel organisiert.

PPS: **Summer Academy Kassel/Berlin – Beijing/ Shanghai** (LV: 17946)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. Yu Ding)

Die 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 Creative Industries.

PPS: **„Umbrella“-Projekt: Berlin – Beijing**  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Ab 2012 wird das IKM gemeinsam mit der CAFA im Creative Cluster der Cable8 Enterprise ein Büro mit sieben Arbeitsplätzen in Peking eröffnet. Unter diesem gemeinsamen „Umbrella“ werden große Kultur-/ Kunstprojekte in Peking und Berlin realisiert.

## DOZENTEN SoSe 2012

**Dr. Gunnar Bender**, Director Policy, Facebook  
 Deutschland.  
**Prof. Dr. Rolf Budde**, Musikverleger  
**Astrid Dinda**, Inhaberin Astrid Dinda  
 Kommunikation  
**Prof. Ernst Elitz**, Publizist, Gründungsintendant  
 Deutschlandradio (Deutschlandradio  
 Kultur/Deutschlandfunk)  
**Thomas Eller**, Künstler und Publizist  
**Prof. Heiner Georgsdorf**, Kunstpädagoge,  
 Ausstellungsmacher und documenta-roadie, bis  
 2004 Professor an der Kunsthochschule/  
 Universität Kassel, Vorsitzender des Kurato-  
 riums der Arnold-Bode-Stiftung  
**Dr. Dr. Alexander Görlach**, Journalist,  
 Herausgeber und Chefredakteur des Online-  
 Magazins The European  
**Prof. Monika Grütters**, MdB, Vorstands-  
 sprecherin der Stiftung „Brandenburger Tor“ der  
 Landesbank Berlin  
**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.  
**Guido Herrmann**, Prokurist/ Verwaltungsdirektor  
 FriedrichstadtPalast Betriebsgesellschaft mbH  
**Günter Jucho**, Geschäftsführender  
 Gesellschafter Jucho & Kollegen, Deutsche  
 Industrieleihengesellschaft GmbH & Co KG  
**Alexander Lang**, Regisseur und Schauspieler  
**Prof. Dr. Bernhard Lorentz**, Geschäftsführer  
 Mercator Stiftung Essen  
**Gerald Mertens**, Geschäftsführer Deutsche  
 Orchestervereinigung  
**Achim Müller**, Selbstständiger Kulturmanager  
**Moritz Müller-Wirth**, Geschäftsführender  
 Redakteur, Mitglied der Chefredaktion DIE ZEIT  
**Michael Paustian**, Stellvertretender  
 Chefredakteur BILD  
**Guido Reinhardt**, Chief Creative Officer  
 GrundyUFA Film & TV Produktion  
**Peter Rothmann**, Dipl. Kfm., Unternehmens-  
 berater  
**Lorenz Savelsberg**, Dipl. Päd.,  
 Geschäftsführender Gesellschafter Rights 'n  
 Faces Marketing GmbH, Berlin  
**Dirk Schulz**, freier Medienschaffender  
**Prof. Dr. Olaf Schwencke**, MdB/MdEP a.D.,  
 Präsident Deutsches Komitee für kulturelle  
 Zusammenarbeit in Europa

**René Sittner**, Rechtsanwalt, Mediator  
**Prof. Lothar Spree**, lothar spree film media pro-  
 duction und Tongji Universität Shanghai  
**Dr. Thomas Steg**, Generalbevollmächtigter  
 der Volkswagen AG, Leiter Außen- und  
 Regierungsbeziehungen  
**Prof. Dr. Christoph Stözl**, Publizist, Rektor HfM  
 „Franz Liszt“ Weimar, Senator für Wissenschaft,  
 Forschung und Kultur a.D.  
**Ronny Unganz**, Geschäftsführender Direktor der  
 Staatsoper Unter den Linden  
**Detlef Untermann**, Geschäftsführender  
 Gesellschafter Butterfly Communications  
**Stefan Wollmann**, Leiter Marketing, Berliner  
 Festspiele GmbH  
**Philipp Zwez**, General Manager Marketing Welt  
 Gruppe / Berliner Morgenpost / Hamburger  
 Abendblatt

## DOZENTENSTAMM

Weitere Lehrkräfte bieten in einem bestimmten  
 Rhythmus einzelne Themenschwerpunkte an.  
**Ulrich Anschutz**, Freiberuflicher Journalist und  
 Medienberater  
**Horst-Wolfgang Bremke**, Geschäftsführender  
 Gesellschafter DOC.TV Programm GmbH  
**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  
**Markus Förderl**, Information & Politik, TV21  
 GmbH Fernsehproduktion  
**Peter Gartiser**, Geschäftsführender  
 Gesellschafter Metrum Managementberatung  
 GmbH, München  
**Rainer Glaap**, Manager Operations Eventim  
 Classical CTS Eventim AG  
**Christian-K. Knischewski**, Wirtschaftsprüfer,  
 Steuerberater, Knischewski & Boßlet GmbH  
**Jens Korte**, Inhaber New York German Press  
**Ulrike Kretzschmar**, Abteilungsleiterin  
 Ausstellungen und Baureferentin, Deutsches  
 Historisches Museum  
**Thomas Krüger**, Senator a. D., Präsident  
 Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn  
**Andreas Lebert**, Chefredakteur „Brigitte“  
**Ralf Luchter**, Senior-Projektmanager T-Systems  
 Enterprise Service GmbH/Deutsche Telekom AG



**Prof. Dr. Wilhelm Matejka**, Leiter Kulturradio, \_\_\_\_\_  
Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) \_\_\_\_\_  
**Prof. Uli Mayer-Johanssen**, Mitglied des \_\_\_\_\_  
Vorstands MetaDesign AG \_\_\_\_\_  
**Prof. Dr. Hans Ottomeyer**, Präsident Deutsches \_\_\_\_\_  
Historisches Museum a.D. \_\_\_\_\_  
**Jim Pegues**, Economic Development Officer of \_\_\_\_\_  
Las Vegas \_\_\_\_\_  
**Prof. Lutz von Pufendorf**, Rechtsanwalt, \_\_\_\_\_  
Staatssekretär Kultur a.D. \_\_\_\_\_  
**Dr. Alard von Rohr**, Geschäftsführer A-Pro Just \_\_\_\_\_  
Classics! GmbH, Staatssekretär a.D. \_\_\_\_\_  
**Iris Korinna Scheffler**, Direktorin Sprüth \_\_\_\_\_  
Magers Berlin \_\_\_\_\_  
**Dr. Thomas Schmidt-Ott**, Head of \_\_\_\_\_  
Entertainment & Stage Productions, TUI \_\_\_\_\_  
Cruises GmbH \_\_\_\_\_  
**Dr. Bernd Schmidt**, Intendant und \_\_\_\_\_  
Geschäftsführer FriedrichstadtPalast \_\_\_\_\_  
Betriebsgesellschaft mbH \_\_\_\_\_  
**Ilona Schmiel**, Intendantin u. \_\_\_\_\_  
Geschäftsführerin des Internationalen \_\_\_\_\_  
Beethovenfestes Bonn \_\_\_\_\_  
**Prof. Gereon Sievernich**, Leiter Martin Gropius \_\_\_\_\_  
Bau, Berliner Festspiele GmbH \_\_\_\_\_  
**Iphigenia Taxopoulou**, Generalsekretärin \_\_\_\_\_  
MITOS 21 \_\_\_\_\_  
**Wolfgang Trostheide**, Steuerberater/ Prokurist, \_\_\_\_\_  
Knischewski & Boßlet GmbH \_\_\_\_\_  
**Christoph Wagner-Trenkwitz**, Chefdramaturg, \_\_\_\_\_  
Mitglied des Direktoriums, Volksoper Wien \_\_\_\_\_  
**Rein Wolfs**, Leiter Kunsthalle Fridericianum \_\_\_\_\_  
(Kassel) \_\_\_\_\_

**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**  
\_\_\_\_\_ Der Studiengang kooperiert mit engagierten  
\_\_\_\_\_ Partnern aus dem Kultur-, Medien-, Wirtschafts-  
\_\_\_\_\_ und Verwaltungsbereich, die Know-how und  
\_\_\_\_\_ Erfahrungen weitergeben sowie durch  
\_\_\_\_\_ Praxisprojekte Einblicke in mögliche Berufsfelder  
\_\_\_\_\_ eröffnen, u.a.  
\_\_\_\_\_ \_ Alex. Offener Kanal Berlin  
\_\_\_\_\_ \_ ART + COM AG  
\_\_\_\_\_ \_ Bahçeşehir Universität Istanbul, Fakultät für  
\_\_\_\_\_ Kommunikationswissenschaften  
\_\_\_\_\_ \_ Berlin Partner GmbH  
\_\_\_\_\_ \_ Berliner Volksbank eG  
\_\_\_\_\_ \_ BILD  
\_\_\_\_\_ \_ Bröhan Museum  
\_\_\_\_\_ \_ Bundesverband Deutscher Galerien und  
\_\_\_\_\_ Editionen e.V. (BVDG)  
\_\_\_\_\_ \_ Cable8, Beijing  
\_\_\_\_\_ \_ CAFA. Central Academy of Fine Arts, Beijing  
\_\_\_\_\_ \_ Daimler Financial Services  
\_\_\_\_\_ \_ Deutschlandradio Kultur/ Deutschlandfunk  
\_\_\_\_\_ \_ Edelman GmbH, New York, Hamburg  
\_\_\_\_\_ \_ E-Plus Gruppe  
\_\_\_\_\_ \_ FTWild Kommunikation GmbH  
\_\_\_\_\_ \_ Jugend im Museum (JiM)  
\_\_\_\_\_ \_ Kultursekretariat des Deutschen Bundestages  
\_\_\_\_\_ \_ Kulturprojekte Berlin GmbH  
\_\_\_\_\_ \_ Kunststiftung Starke  
\_\_\_\_\_ \_ Martin-Gropius-Bau  
\_\_\_\_\_ \_ Movimentos Festwochen  
\_\_\_\_\_ \_ P.S. 122, New York  
\_\_\_\_\_ \_ Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und  
\_\_\_\_\_ Wissenschaft  
\_\_\_\_\_ \_ The New York Public Library  
\_\_\_\_\_ \_ Turner Broadcasting GmbH  
\_\_\_\_\_ \_ DIE ZEIT  
\_\_\_\_\_ \_ New York University, Dep. Visual and  
\_\_\_\_\_ Performing Arts  
\_\_\_\_\_ \_ Rutgers Business School Newark and New  
\_\_\_\_\_ Brunswick  
\_\_\_\_\_ \_ Staatstheater Karlsruhe  
\_\_\_\_\_ \_ Theater Oberhausen  
\_\_\_\_\_ \_ Theaterakademie Shanghai  
\_\_\_\_\_ \_ visitBerlin. Berlin Tourismus & Kongress GmbH  
\_\_\_\_\_ \_ WELT Gruppe  
\_\_\_\_\_ \_ Zoologischer Garten Berlin / Tierpark Berlin

<b>BMPS-SEMINARE im SoSe 2012</b>	_____
	_____
<b>HS: Digitales und Geist – wie das Web unsere Kultur rekonfiguriert</b>	_____
(Dr. Dr. Alexander Görlach)	_____
<b>HS: Kulturberichterstattung in klassischen und digitalen Medien</b>	_____
(Prof. Ernst Elitz)	_____
<b>Empowerment-Kolleg</b>	_____
(Prof. Lothar Spree, Dagmar Boeck, Dirk Schulz)	_____
<b>Ü: Grundlagen der audiovisuellen Sprache – Film- und Medien-Gestaltung</b>	_____
(Prof. Lothar Spree)	_____
<b>BS: Öffentliche Empörung zwischen Aufklärung und Gegenaufklärung – Die Rolle des Skandals in der Politik und für die Medien</b>	_____
(Dr. Thomas Steg )	_____
<b>BS: Die Rolle von Facebook im Social Web</b>	_____
(Dr. Gunnar Bender)	_____
<b>BS: ZEIT-Seminar: Grundlagen journalistischen Arbeitens II</b>	_____
(Moritz Müller-Wirth)	_____
	_____
	_____
<b>IKM-Academy: Künstlerische Methoden und künstlerische Praxis im Wissenschaftsbetrieb</b>	_____
	_____
<b>Ü: Grundlagen der audiovisuellen Sprache – Film- und Medien-Gestaltung</b>	_____
(Prof. Lothar Spree)	_____
<b>BS: Zur Entstehung von TV-Serien: Idee, Entwicklung, Umsetzung</b>	_____
(Guido Reinhardt u.a.)	_____
<b>BS: documenta. Kuratorische Positionen von Arnold Bode bis Carolyn Christov Bakargiev</b>	_____
(Prof. Heiner Georgsdorf)	_____
<b>BS: Abenteuer Theater: Regie und anderes</b>	_____
(Alexander Lang)	_____
<b>BS: Kunstproduktion – Kunstmarkt</b>	_____
(Thomas Eller)	_____

_____	<b>FORSCHUNG / FÖRDERUNG AM IKM</b>
_____	
_____	<b>Nutzerrelevante Netzqualität</b>
_____	(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller,
_____	Dr. Steffen Damm, TU Chemnitz)
_____	
_____	<b>BMPS: Jugendkulturen als Medienkulturen im 21. Jahrhundert</b>
_____	(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Steffen
_____	Damm, Moritz Müller-Wirth)
_____	<b>ZAD: Migranten und Postmigranten im deutschen Kulturbetrieb</b> (Univ.-Prof. Dr. Klaus
_____	Siebenhaar, Achim Müller)
_____	
_____	<b>Empowerment-Kolleg</b>
_____	(Prof. Lothar Spree, Dagmar Boeck)
_____	
_____	<b>E-Plus-Kolleg „Digitale Öffentlichkeiten“</b> (Univ.-
_____	Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller)
_____	
_____	<b>NACHGEORDNETE EINRICHTUNGEN</b>
_____	
_____	<b>BERLINMEDIAPROFESSIONALSCHOOL (BMPS)</b>
_____	<a href="http://www.bmps.fu-berlin.de">www.bmps.fu-berlin.de</a> / <a href="http://www.ikm.fu-berlin.de">www.ikm.fu-berlin.de</a>
_____	Die BMPS ist ein unabhängiges, transdisziplinär
_____	arbeitendes Kompetenzzentrum mit Einbindung
_____	in den universitären Kontext, starker medienprak-
_____	tischer 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
_____	
_____	<b>ZUSATZZERTIFIKAT</b>
_____	<b>Journalismus und Medienproduktion für Studierende des Studiengangs Arts and Media Administration</b>
_____	
_____	Im Rahmen der <b>BERLINMEDIAPROFESSIONALSCHOOL</b>
_____	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 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: Politische Kommunikation** bei Dr. Thomas Steg über 2 Semester (insg. 2 SWS)
- **Ü: Empowerment-Kolleg** über 2 Semester (insg. 4 SWS)
- \_ Teilnahme an **Medien- und Techniktraining** Alex. Offener Kanal Berlin (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, anwendungsorientierte Einrichtung des IKM mit der Aufgabe einer dauerhaften systematisierenden Verbindung von Kulturmanagementforschung und universitär fundierter künstlerischer Vermittlungsarbeit. Das ZAD integriert Strategien der Publikumsforschung, des Marketing, der Kulturvermittlung und kulturellen 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.

**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, z.B. Shanghai Theaterakademie „Internationales Theatermanagement“.
- Partner sind u.a.: Central Academy of Fine Arts (CAFA), Beijing, National Art Museum of China (NAMOC), chinesisches Kulturministerium, Theaterakademie Shanghai, Cable 8 Beijing

**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, Thomas Büsch, InEnArt

