

**Institut für Kultur- und
Medienmanagement**

Freie Universität Berlin
WE8/ Fachbereich Philosophie und
Geisteswissenschaften
Habelschwerdter Allee 45
14195 Berlin

Internet:

www.ikm.fu-berlin.de
www.bmps.ikm.fu-berlin.de
www.zad.ikm.fu-berlin.de
www.kolleg-empowerment.de
www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/kuma/
sowie www.fu-berlin.de

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

IKM-Alumni „Branded for life“
e-Mail: 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**
mittwochs 9.30-10.30 Uhr,
donnerstags 18-19 Uhr, KL 25/335,
Tel.: 030/ 838-525 72
e-Mail: 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

Institutssekretariat:

Marion Wagner
Fabeckstraße 25, KL 25/339
Tel. 030/ 838- 525 70
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
sowie während unserer Sprechzeiten.

www.ikm.fu-berlin.de

**Institut
für
Kultur
und
Medienmanagement**

**Masterstudiengang
Arts and Media Administration**

**Kommentiertes
Vorlesungsverzeichnis**

Wintersemester 2011/12

Vorlesungsbeginn: 17. Oktober 2011
Vorlesungsende: 08. Februar 2012
Vorlesungsfrei: 19.12.2011 – 01.01.2012

INHALT

Vorwort	2
Das Institut / Weitere Einrichtungen	3
Lehrveranstaltungen	4
Blockseminare	14
Praxisprojektseminare	24
Dozenten Wintersemester 2010/11	26
Dozentenstamm	28
Förderer und Freunde	28
Kooperationspartner	28
BMPS-Seminare	30
Forschung / Förderung am IKM	31
Nachgeordnete Einrichtungen am IKM:	
BMPS (inkl. Zusatzzertifikat) ZAD,	
KUMA, CICC	31
Kontakt, Sprechstunden	36

VORWORT

Das Wintersemester steht traditionell im Zeichen der Erstsemester. Zugleich ist es aber auch immer der Zeitpunkt, neue Akzente zu setzen, Neues einzuführen. So werden von nun an verstärkt und kontinuierlich Methoden und Verfahren wie Kuratieren oder Dokumentarfilmen in das Curriculum integriert. Gerade die wechselseitige Erhellung von Wissenschaft, Kunst und Medien bedeutet einen wesentlichen Schritt der kreativen Weiterentwicklung des Faches Kultur- und Medienmanagement. Es gehört zu den Privilegien der Studierenden, diese innovativen Ansätze im Rahmen großer internationaler Projekte (China, Türkei, USA) zu erproben bzw. zu reflektieren.

Wir begrüßen die Dozenten, darunter die neu hinzugekommenen Iphigenia Taxopoulou und Rein Wolfs. Ihnen, den Studierenden und uns allen gemeinsam ein anregendes, interessantes und erfolgreiches Wintersemester 2011/2012!

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
 Wissenschaftlicher Mitarbeiter:
Dr. Steffen Damm
 Geschäftsführerin:
Dipl. Päd. Dagmar Boeck
 Projektkoordinatoren:
Dipl. Vw. Achim Müller, Friederike Wagner M.A.
 Institutssekretariat:
Marion Wagner
 Studentische Mitarbeiter:
Beate Truong B.A., N.N.

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., Prof. Lothar Spree, Dr. Thomas Steg, Michael Paustian
 Wissenschaftlicher Koordinator:
Dr. Steffen Damm
 Tel.: 030/ 838- 525 69
 e-Mail: bmps@ikm.fu-berlin.de

Empowerment-Kolleg:
 Leitung:
Prof. Lothar Spree, Dagmar Boeck
 Koordination:
Simone Ciganek 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 Kulturmanagement in China (KUMA) —
Leitung: —
Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, —
Dr. Uwe Nitschke —
Koordination: —
Oyuntuya Oyunjargal M.A. —
Tel.: 030/ 838- 580 79/ 77 —
e-Mail: kuma@zedat.fu-berlin.de —

Creative Industries Competence Center (CICC) —
Leitung: —
Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. —
Haluk Gürgen —
Koordination: —
Meliha Coşkun-Yildar M.A. —
e-Mail: ikm.bahcesehir@fu-berlin.de —

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 —

Unsere medienbezogenen Seminare bieten —
wir unter dem Dach der BerlinMedia- —
ProfessionalSchool (BMPS) gebündelt an. —
Eine Übersicht finden Sie auf Seite 31. —
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) —

Theater und Museen bilden historisch bedingt —
Kerninstitutionen des Non-profit- —
Kulturbetriebs. In Struktur, Dimensionierung —
und Komplexität der managerialen Prozesse —
sind sie in ihrer organisatorisch-institutionel- —
len 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/HS: **Theorie und Praxis des** —
— **Kulturmanagements I** —
— (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar) —

— Das Seminar mit temporärem —
— Vorlesungscharakter dient nicht nur der —
— Einführung in die disziplinäre Identität und —
— wichtigsten Aufgabenfelder des Faches —
— Kulturmanagement, sondern auch der vertie- —
— fenden Erörterung einzelner Problemstellun- —
— gen. Dabei wird es vor allem um thematische —
— Schwerpunkte wie Theorie und Praxis manage- —
— rialen 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 25/11 (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: 17926) —
 HS: „**Management und Produktion in politisch** —
dominierten Kultureinrichtungen“ —
 (Dr. Bernd Schmidt) —
 Teilnahme nur für 3. Semester. —
 Termine: 24.10., 21.11., 28.11., 05.12., 12.12. —

Kultur entsteht im freien Raum und unter —
 staatlich geförderten Bedingungen. Was sind —
 dabei die Besonderheiten der —
 Kulturproduktion in politisch dominierten —
 Kultureinrichtungen? Das Seminar behandelt —
 1.) die Anforderungen an das Management —
 von Kultureinrichtungen, die öffentlich geför- —
 dert werden und/oder in öffentlichem Besitz —
 sind (Schwerpunkt Opern, Theater und Live- —
 Entertainment), 2.) die Entstehung und —
 Vermarktung von Bühnenproduktionen von —
 der Idee bis zur Premiere sowie 3.) das spezifi- —
 sche Handling von erfolgskritischen —
 Situationen, insbesondere Krisenmanagement —
 und Qualitätssicherung bei starkem —
 Wachstum. —
 Der Dozent ist Intendant der —
 FriedrichstadtPalast Betriebsgesellschaft —
 mbH, die zu 100 % im Besitz des Landes Berlin —
 ist und die größten Bühnenproduktionen in —
 Europa realisiert. —

Anschließend, ab 02.01.2012 (LV: 17913) —
 HS: **Kulturverwaltung und Haushaltswesen** —
 (Guido Hermann) —
 + 1 Termin n.V. —

Kultur braucht Geld – zumeist auch immer —
 noch öffentliches! Wie aber ist dessen Weg —
 von der Haushaltsplanaufstellung über die —
 Bewilligung öffentlicher Zuwendungen bis —
 hin zur Abrechnung und Kontrolle? Wer —
 bestimmt über die Vergabe und welche —
 Kriterien gelten? Wie funktioniert die —
 Interaktion zwischen Politik, Verwaltung und —
 Kulturinstitutionen? Das Seminar führt in das —
 Haushaltswesen ein und behandelt dabei am —
 Beispiel Berlins die Themen: Struktur des —
 Berliner Haushalts, Rechtsgrundlagen, —
 Haushaltsplan, Haushalts-gesetz, —
 Parlamentarische Beratung, Haushalts-kon- —
 trolle. Daneben werden die verschiedenen —
 Rechtsformen der Kulturbetriebe, deren —
 Betriebs- und Wirtschaftsführung erläutert —
 sowie ein Überblick über das Zuwendungs- —
 recht (Institutionen und Projekte), geltende —

— Zuwendungsbestimmungen und die Kontroll- —
 — mechanismen gegeben. Am Ende steht auch —
 — die Erörterung der Perspektiven: bleibt die —
 — öffentliche Kulturfinanzierung so wie sie ist? —
 — Welche Ansätze gibt es für Ressourcenmana- —
 — gement in Zeiten knapper Kassen? —
 — —

18-20 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17898) —
 V/C: **Musikwirtschaft I** —
 (Prof. Dr. Rolf Budde) —
 — Die zweisemestrige Lehrveranstaltung ver- —
 — sucht, 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 erfol- —
 — gen: Künstler, Autor, Produzent, Tonträgerher- —
 — steller, Vertrieb, Manager, Musikverleger, —
 — Verwertungsgesellschaft etc.. Zur Vertiefung —
 — werden Vertreter der einzelnen Berufsgruppen —
 — im Rahmen des Seminars eingeladen. Einen —
 — Schwerpunkt bildet die Erläuterung der ver- —
 — traglichen Grundlagen der Branche wie —
 — Verlags-, Lizenz-, Künstler- und Bandübernah- —
 — meverträge anhand von aktuellen Beispielen. —
 — —

ab 09.01.2012 —
 20-22 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17905) —
 HS: **Leadership. Personalführung und persön- —
 — liche Führung** —
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar) —
 Teilnahme nur für 3. Semester —

— Führungsbefähigung und Führungsverantwor- —
 — tung sind Schlüsselqualifikationen eines —
 — zukunftsorientierten Kulturmanagement. Das —
 — Seminar analysiert und reflektiert die wichtig- —
 — sten Führungs- und Führungsstiltheorien auch —
 — und gerade vor dem Hintergrund kulturmana- —
 — gerialer Herausforderungen in Organisationen —
 — und Projektzusammenhängen. —
 — —

Dienstag

BMPS-Seminar

09-11 Uhr, Raum KL 31/102 (LV: 17906)

HS: **Politische Kommunikation der Krise**

(Dr. Thomas Steg)

Beginn: 25.10. (siehe S. 16), weitere Termine:

08.11., 15.11., 25.11., 29.11., 06.12.

Die anhaltende Finanz- und Währungs-
 krise hält mit ihren immer neuen Schockwellen die
 Welt und die Politik in Atem. Die Folgen der
 Krise erfasst alle Bereiche; sie machen sich
 ökonomisch, finanziell, sozial, ökologisch, aber
 auch kulturell und mental bemerkbar. Viele
 Menschen empfinden die Krise als tiefe Zäsur.
 Alte Gewissheiten und Sicherheiten haben
 sich verflüchtigt, vertraute Routinen laufen
 leer. Der Bedarf an Orientierung ist enorm.
 Zugleich scheint eine bestimmte Form rituali-
 siertes und inszenierter Politik an der
 Lebenswirklichkeit der Bürger mehr und mehr
 vorbei zu gehen. In einer solchen Situation
 werden dann frische und unverbrauchte Kräfte
 wie die „Piraten“ zu Hoffnungsträgern. Was
 läuft schief im Krisenmanagement der Politik?
 Warum vermag die Rhetorik von Regierung
 und Parteien nicht zu überzeugen? Warum ist
 es für die Politik so schwierig, in der Krise zu
 kommunizieren und auch die Krise zu kommu-
 nizieren? An aktuellen Beispielen („Euro-
 Krise“, Guttenberg-Rücktritt) soll das
 Krisenmanagement von Politik genauer unter-
 sucht werden.

Anschließend, ab 13.12. (LV: 17910)

HS: **Management in Wirtschaftsunternehmen.**

Akteure, Strukturen, Herausforderungen

(Lorenz Savelsberg)

Hervorragende Unternehmen benötigen qua-
 lifizierte Führungskräfte und marktgerechte
 Strukturen. Im Seminar werden die personel-
 len und fachlichen Voraussetzungen für
 erfolgreiche Unternehmen in einer komplexen
 Umwelt vorgestellt. Ausgehend von der
 Unternehmensphilosophie und der Strategie
 ausgewählter Unternehmen, werden die
 Bereiche Portfoliomanagement, Personal-
 management, Erfolgsfaktoren und Risiken,
 Integrierte Kommunikation und Marketing
 sowie die Finanzen und Infrastruktur als
 Schlüsseldimensionen analysiert und bewer-

tet. 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 31/102 (LV: 17905)

HS: **Grundlagen empirischen Arbeitens I**

(Achim Müller)

Die inhaltlich zweigeteilte, praxisorientierte
 Veranstaltung führt in die Methoden der empi-
 rischen Sozialforschung ein und vermittelt für
 Kulturmanager relevante Grundkenntnisse. Der
 erste Teil leitet die Notwendigkeit empirischer
 Forschung aus dem Informationsbedarf im
 Kulturmanagement ab und behandelt, an wel-
 che dieser Informationen man konkret mit
 Fragebögen, Beobachtungen, Inhaltsanalysen
 oder anderen Erhebungsinstrumenten gelan-
 gen 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
 erkenntnisstiftenden 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: 17907)

HS: **Geschichte und Theorie der Massenmedien
 vom 19.-21. Jahrhundert**

(Dr. Steffen Damm)

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 gesell-
 schaftlichen Rahmenbedingungen ihrer
 Entstehung und Verbreitung im Mittelpunkt.
 Nach einer begrifflichen Einführung und einem

historischen Exkurs zu Buch, Zeitung und Litfaßsäule werden u.a. die Massenmedien Panorama, Film, Telefon, Hörfunk, Fernsehen sowie die aktuellen Kommunikationsverhältnisse einer eingehenden Analyse unterzogen. Ausgewählte Kritikansätze sowie 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: **Der öffentlich-rechtliche Rundfunk – Geschichte, Formate, Wettbewerbssituation** (Prof. Ernst Elitz)

Das Seminar gibt einen Überblick über die Entstehung des Rundfunks in der Weimarer Republik, seine Rolle während der Nazizeit und die Funktion von Radio und Fernsehen im geteilten und wiedervereinigten Deutschland. Behandelt werden die rechtliche Stellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, sein Grundversorgungsauftrag und darauf basierend programmprägende Sendungsformate. Schwerpunkt ist die aktuelle Wettbewerbssituation, die Entwicklung digitaler Angebote und die Auseinandersetzung mit privaten Veranstaltern und Verlagen. Gäste des Seminars sind führende Mitarbeiter von ARD und ZDF sowie Vertreter seiner Wettbewerber.

17.45 s.t.- 19.15 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17901)
HS: **Recht im Kontext kultureller und medialer Prozesse I** (Prof. Dr. Jan Hegemann)

Die auf zwei Semester angelegte Lehrveranstaltung soll den Studierenden die rechtlichen Rahmenbedingungen der Arbeit im Kultur- und Medienmanagement vermitteln. Teil 1 der Vorlesung behandelt die allgemeinen rechtlichen Aspekte:
Verfassungsrechtliche Verankerung von Kunst-, Presse- und Medienfreiheit | allgemeine Grundlagen des Zivilrechts einschließlich des Vereins-, Gesellschafts-

und Vertragsrechts | Grundzüge des Arbeitsrechts | Grundzüge des Verwaltungsrechts.
Teil 2 wird besondere Rechtsgebiete behandeln: Urheber- und Verlagsrecht | Recht der Neuen Medien | Presse- und Äußerungsrecht | Bühnentarifrecht.

19.30 s.t.-21 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17902)
HS: **PR im Profit- und Non-profit-Bereich I** (Prof. Monika Grütters)

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 veränderndes Selbstverständnis deutscher Unternehmen im globalen Markt. Die Unternehmenskommunikation, und in dem Kontext vor allem die Öffentlichkeitsarbeit, legen von diesem Prozess beredtes Zeugnis ab. „Tue Gutes und rede darüber“ – dieses Motto gilt eben für alle, für Kulturschaffende genauso wie für Unternehmer: Denn die Leistungen eines (Kultur-) Betriebs erreichen nur in dem Maß ihre Zielgruppen, wie sie durch eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit begleitet und bekannt gemacht werden. Die Formulierung eines Unternehmensselbstverständnisses und seiner Ziele nach innen und außen ist die Voraussetzung einer guten PR, die dann mit Hilfe einschlägiger Instrumentarien umgesetzt werden muss. Nach Klärung wesentlicher Grundlagen zur PR (Begriff, Geschichte, ethische Richtlinien, Tätigkeitsfelder) und einer Einführung in die Instrumentarien sollen Beispiele aus der Praxis dargestellt und erläutert werden. Der Erfolg des Seminars fußt auf der Mitarbeit der Teilnehmer.

Donnerstag

BMPS-Seminar

10-15 Uhr und n.V., Raum KL 32/102 (LV: 17939)

Empowerment-Kolleg

(Prof. Lothar Spree, Dagmar Boeck, Simone Ciganek)

Das Empowerment-Kolleg ist ein interaktives Forum, das sich die Vermittlung künstlerischer, journalistischer und technischer Kenntnisse und Fertigkeiten zur Eigenermächtigung der Nachwuchsgeneration sowie die systematische Vermittlung von Medienkompetenz 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. 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, wissenschaftliche begleitete Auseinandersetzung mit alten und neuen Medien in die Lage versetzt, über die Medien die Umwelt zu reflektieren sowie eigene Beiträge zu erarbeiten. Das Team des Empowerment-Kollegs erarbeitet zudem die Magazinsendung „Kultinger“ mit regelmäßiger Ausstrahlung im TV-Programm des Berliner Senders „Alex“.

16-18 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17903)
 Ü: **Redaktionelles Arbeiten / Schreibtraining**
 (Dagmar Boeck)

Das Erstellen verschiedenster Texte und Publikationen – Berichte, Gutachten, Konzepte, Dokumentationen, Studien, Broschüren etc. – erfordern Vertrautheit im Umgang mit unterschiedlichen Textsorten, mit zielgruppenspezifischen Fragestellungen ebenso wie praktisches Know-how. Wie wird z.B. aus einer Idee/einem Manuskript eine Broschüre, wie aus einer Materialsammlung eine auftragsadäquate, zielgruppenspezifische Studie? Ziel des Seminars ist es, verschiedenste praxisbezogene Texte beurteilen, erstellen und redigieren zu lernen bzw. Kenntnisse hierüber zu vertiefen. Zudem werden Grundkenntnisse der Herstellung/Produktion vermittelt. Von den Teilnehmern wird die Bereitschaft erwartet, sich die Fertigkeiten auch in Vor- bzw. Nachbereitung der Sitzungen in der Arbeit mit Texten vertiefend anzueignen.

18 s.t.-19.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17908)
 HS: **Kultursoziologie der Gegenwart: Die Erlebnisgesellschaft**
 (Dr. Steffen Damm)

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

n.V. (LV: 17912) —
C: Methoden wissenschaftlichen 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 —
 akademischer Arbeitsbereichen. —

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: —
 17./18.10. (Aushang vor Raum KL 25/339) —

05./06.11.11, 10-17 Uhr (LV: 17917) —
BS: Management von Kunsthallen —
 (Prof. Gereon Sievernich) —

Der Martin-Gropius-Bau Berlin ist internatio- —
 nal eines der bekanntesten Ausstellungs-häu- —
 ser. Auf 7000 Quadratmetern —
 Ausstellungsfläche, verteilt auf drei Etagen —
 werden jedes Jahr 15-20 wechselnde —
 Ausstellungen gezeigt. Die Besucherzahlen —
 pro Jahr liegen zwischen 450.- 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 Hauptstadtkulturfonds —
 und Kulturstiftung des Bundes. —
 Sponsorengewinnung und -verträge, Werbung —
 und Pressearbeit. Die Teilnehmer erhalten —
 einen umfassenden Einblick in die —
 Funktionsweise des Hauses. —
 —

Fr, 11./12.11., 10-17 Uhr (LV: 17909) —
BS: ZEIT-Seminar: Grundlagen journalistischen —
Arbeitens I —
 (Moritz Müller-Wirth, Sirkka Jendis) —
 Einführung: Ende Oktober + 1 Termin zur —
 Nachbereitung (n.V.) —

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? Diese und andere Fragen stehen im —
 Mittelpunkt des ersten Moduls. Außerdem wer- —
 den Grundlagen journalistischen Arbeitens am —
 Beispiel der Nachricht und der Reportage —
 behandelt. —

Do, 17./18.11.11 (LV: 17918) —
BS: Management der Finanzen —
 (Kurt-Christian Knischewski, Wolfgang —
 Trostheide) Teilnahme nur für 3. Semester —

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

19./20.11., 10-17 Uhr (LV: 17911) _____
BS: Ausstellungsmanagement _____
 (Ulrike Kretzschmar) _____

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

BMPS-Seminar _____
 Fr, 25.11., 10-ca. 15 Uhr, (LV: 17906) _____
HS: Politische Kommunikation der Krise _____
 (Dr. Thomas Steg) Siehe auch S. 8 _____

26./27.11., 10-17 Uhr (LV: 17934) _____
BS: Projektmanagement _____
 (Ralf Luchter) _____
 max. 18 Teilnehmer _____

Es wird geklärt, was sich hinter dem Begriff _____
 „Projektmanagement“ verbirgt und welcher _____
 konkrete Nutzen durch den Einsatz des _____
 Projektmanagements im Kultur- und _____
 Medienbereich erlangt werden kann. Ziel ist _____
 es, Basis-Methoden und die Techniken des _____
 Projektmanagements zu vermitteln und _____
 anhand eigener Projekte in Teams in der _____
 Praxis zu erproben. Im einzelnen werden _____
 erläutert und diskutiert: die Organisation von _____
 Projekten: Projektbegriff, Projektarten, _____
 Projektmanagement-Ansatz / Methoden der _____
 Projektabgrenzung und der _____
 Projektkontextanalyse / Rollen im Projekt, _____
 Anforderungen an Projektleiter und _____
 Teammitglieder / Grundformen der _____
 Projektorganisation / Projektkultur / die _____
 Methoden der Projektplanung und -steue- _____
 rung: Projekt-Leistungsplanung mittels _____
 Projektstrukturplan (PSP) / Terminplanung _____
 (Meilensteinplan, Balkenplan) / Methoden der _____
 Ressourcen- und Kostenplanung / Formen der _____
 Projektdokumentation / Praxisbeispiele. _____

03./04.12.11, 10-17 Uhr (LV: 17924) _____
BS: Kulturradio oder Kultur im Radio _____
 (Prof. Dr. Wilhelm Matejka) _____
 Ort: rbb, Kulturradio, Masurenallee 8-14, _____
 14057 Berlin _____

Mit der Zusammenlegung von SFB und ORB _____
 zum Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) _____
 haben auch die Hörfunkprogramme eine _____
 Umstrukturierung erfahren. Das neue _____
 Kulturradio („Gehört zum Leben“) hat in der _____
 Öffentlichkeit eine geradezu polemische _____
 Diskussion über Anspruch und programml- _____
 iche Ausrichtung eines Kultursenders ent- _____
 fach: zwischen Wunsch nach einer zeit- _____
 gemäßen Kulturberichterstattung, die die _____
 Gesamtheit kulturvollen Lebens umfasst, auf _____
 der einen Seite und grundsätzlicher Kritik an _____
 einer Banalisierung von Kultur auf der ande- _____
 ren Seite. Ziel des Seminars ist es, die pro- _____
 grammlichen, organisationsstrukturellen und _____
 finanztechnischen Aspekte eines Kulturradios _____
 darzustellen und zu diskutieren. Dabei wer- _____
 den veränderte gesellschaftliche Rahmen- _____
 bedingungen für das „Radio Machen“ in _____
 Bezug auf die Hörer, auf den Bildungs- und _____
 Kulturauftrag und auf die ökonomischen _____
 Außenfaktoren zur Sprache kommen wie _____
 auch aktuelle Fragestellungen bei dem tägli- _____
 chen Gestalten und Umsetzen eines _____
 Kulturprogramms. _____
 Zur Vorbereitung sei das Hören des Kulturradios _____
 dringend empfohlen. _____

Fr-So, 09.-11.12., 10-17 Uhr (LV: 17926) _____
BS: Kuratieren _____
 (Rein Wolfs) _____
 Fast inflationär hat sich in den letzten Jahren _____
 die Profession Kurator und das Kuratieren in _____
 fast allen Kunstsparten verbreitet. Grund _____
 genug, nach den künstlerisch-handwerkli- _____
 chen Grundlagen, nach Theorie und Praxis _____
 eines ebenso zeitgemäßen wie qualifizierten _____
 Selbstverständnisses des Kuratierens im _____
 Kunstbereich zu fragen. _____

07./08.01.12, 10-17 Uhr (LV 17915) —
 BS: **Konzertmanagement** —
 (Dr. Alard von Rohr) —

Ziel des Seminars ist es, aufzuzeigen, wie —
 künstlerische, wirtschaftliche und organisato- —
 rische Faktoren zusammengefügt werden —
 müssen, um ein erfolgreiches Musik-Event —
 gestalten zu können. Dabei sollten in jedem —
 dieser Teilbereiche die Konditionen in sich völ- —
 lig stimmig sein, damit ein perfekter Ablauf —
 derartiger Events bzw. Konzerte gewährleistet —
 werden kann. Im Detail soll aufgezeigt wer- —
 den, wie die einzelnen Handlungsstränge in —
 sich logisch aufgebaut und dann zu einem —
 funktionierenden Ganzen zusammengebaut —
 werden. Dies umfasst sowohl die Teilbereiche —
 Künstler, Agenturen, Orchester als auch —
 Spielstätte, örtliche Rahmenbedingungen, PR, —
 Logistik, Medienpartnerschaft, Budget, etc.. —

14./15.01.12, 10-17 Uhr (LV: 17928) —
 BS: **Festivalmanagement** —
 (Ilona Schmiel) —

Das Beethovenfest Bonn gehört zu den äl- —
 testen europäischen klassischen Musikfestivals, —
 das auf eine wechselvolle Geschichte zurück- —
 blickt. Wie steht das Festival heute, zehn —
 Jahre nach seiner Neugründung im Jahr 1999, —
 da? Das Seminar zeigt zunächst die —
 Ausgangssituation auf. Im Verlauf werden die —
 aktuellen Strategien zu einer Profilierung und —
 eindeutigen Positionierung der Marke —
 Beethovenfest Bonn im europäischen —
 Festivalkontext aufgezeigt, vor dem Hinter- —
 grund einer zunehmenden Ausbalancierung —
 des Anspruchs an die Umsetzung eines —
 Kulturauftrages, der Publikumsresonanz —
 sowie ständig wechselnder finanzieller —
 Rahmenbedingungen. Aspekte der künstleri- —
 schen Planung, der Vermarktung und der —
 Sponsorenakquisition sowie der politischen —
 Lobbyarbeit werden in diesem komplexen —
 Zusammenhang exemplarisch erläutert. —

— Fr 20./21.01., 10-18 und 9.30-13 Uhr —
 — (LV: 17921) —
 — BS: „**Looking Good and Doing Good**“ —
 — **Wachstumsmarkt Stiftungen:** —
 — **Von der neuen Lust am Engagement oder** —
 — **Wie wirkt wer womit?** —
 — (Prof. Dr. Bernhard Lorentz) —

— Bürgerschaftliches Engagement, unterneh- —
 — merische Verantwortung und Öffentlich- —
 — Private Partnerschaften sind zentrale —
 — Schlagworte der öffentlichen Diskussion um —
 — das Wirken nichtstaatlicher Akteure in der —
 — Gesellschaft. Vor dem Hintergrund eines sich —
 — verändernden Staates nimmt die —
 — Wahrnehmung des privaten gesellschaftli- —
 — chen Engagements u.a. auch in den —
 — Bereichen Bildung, Wissenschaft und Kultur —
 — massiv zu. Wie stark ist diese Entwicklung —
 — wirklich? Welche wichtigen Trends bestim- —
 — men 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 europäi- —
 — sche Landschaft und behandelt die wichtig- —
 — sten methodischen Möglichkeiten des —
 — Sektors. An ausgewählten Fallbeispielen —
 — werden in Case Studies die erworbenen —
 — theoretischen Fähigkeiten unmittelbar —
 — erprobt. Das Seminar wird in Kooperation —
 — mit Praxisdozenten aus dem gemeinnützi- —
 — gen Sektor durchgeführt. —
 — Zur Einführung: Brömmling, Ulrich: Die Kunst des —
 — Stiftens. 20 Perspektiven auf das Stiftungswesen in —
 — Deutschland, Berlin 2005. Bertelsmann Stiftung —
 — (Hrsg.): Handbuch Stiftungen, 2. Auflage, —
 — Wiesbaden 2003. Göring, Michael: Unternehmen —
 — Stiftung. Stiften mit Herz und Verstand, München —
 — 2009. —
 — Heifetz, Ronald A.; Kania, John V.; Kramer, Mark R.: —
 — Leading Boldly; in Stanford Social Innovation —
 — Review (Winter 2004), S. 21-31. Porter, Michael E.; —
 — Kramer, Mark R.: Philanthropy's New Agenda – —
 — Creating Value; in: Harvard Business Review Nov- —
 — Dec 1999, S. 121-130. Tayart De Borms, Luc: —
 — Foundations – Creating Impact in a Globalised —
 — World, Chichester 2005. —

21./22.01., 14-18 und 10-17 Uhr (LV: 17949) —
 BS: **Europäische Kultur- und Theaterpolitik,** —
europäischer Kulturaustausch —
 (Iphigenia Taxopoulou) —

Europäische Kulturnetzwerke, europäischer —
 Kulturaustausch, kooperative Formen von —
 Erfahrungs- und Know-how-Transfer sind die —
 Schwerpunkte dieses englischsprachigen —
 Einführungsseminars. —

So, 22.01., 10-17 Uhr (LV: 17927) —
 BS: **Galeriemanagement** —
 (Iris Korinna Scheffler) —

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 vorge- —
 stellt: Auswahl der Künstler, Planung und —
 Durchführung von Ausstellungen, Preis-gestal- —
 tung, Messeteilnahmen, Kunst-am-Bau- —
 Projekte, Webpage, Öffentlichkeitsarbeit. —

28./29.01., 10-17 Uhr (LV: 17948) —
 BS: **Vertriebsmanagement** —
 (Rainer Glaap) —
 Teilnahme nur für 3. Semester —

Vertrieb ist die gern unterschätzte —
 Königsdisziplin des modernen —
 Marketingmanagements. Eine genre- und —
 produktgerechte Organisation des Ticketing —
 ist zugleich das Herzstück erfolgreicher —
 Verkaufsstrategien. Der Workshop wird des- —
 halb anhand exemplarischer Fälle die techni- —
 schen wie strategischen Grundlagen eines —
 zeitgemäßen Ticketing und auf dem Kultur- —
 und Entertainmentmarkt vermittelt. —

28./29.01., 10-17 Uhr (LV: 17922) —
 BS: **Rechnungswesen und Controlling** —
 (Peter Rothmann) —

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 sol- —
 len einen Überblick zum Thema —
 Finanzbuchhaltung geben. Es werden Ziele und —
 Aufgaben des Kostenmanagements sowie —
 wesentliche Methoden/ Systeme der —
 Kostenrechnung und deren Anwendbarkeit auf- —
 gezeigt. In einem 2. Teil wird Controlling als stra- —
 tegische Managementaufgabe zur Führung und —
 Steuerung eines Unternehmens dargestellt. —

BMPS-Seminar —
 11./12.02., 10-17 Uhr (LV: 17920) —
 BS: **Entwicklung von Zeitschriften** —
 (Andreas Lebert) —

Das Seminar wird praxisnah den gesamten —
 Entwicklungsprozess von der Ideenfindung bis —
 zur Markteinführung einer Zeitschrift darstellen —
 und diskutieren. Dabei geht es sowohl um —
 medienmarktstrategische Überlegungen als —
 auch um handfeste Businessplanung, —
 Projektorganisation und journalistische Profile. —
 Grundkenntnisse des Zeitschriftenmarkts und —
 der Printmedienlandschaft sind erwünscht. —

Mo-Mi, 13.-15.02., 10-17 Uhr (LV: 17904) —
 BS: **Kleines Organon der Kulturgeschichte** —
 (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.

n.V. (LV: 17945)

BS: Corporate Design als Instrument strategischer Unternehmensführung
(Prof. Uli Mayer-Johannsen)

Ort: MetaHaus, Leibnizstraße 56

Nur wer sich von seinen Konkurrenten unterscheidet, ist erfolgreich. Das verlangt eine unverwechselbare Identität, einen eindeutigen Charakter, eine klare Persönlichkeit. Das gilt im Wettbewerb um Kunden wie in allen anderen Lebensbereichen. Wie kommt ein Unternehmen zu einer solchen Corporate Identity, wie wird sie in Bild und Wort umgesetzt, wie nach innen und außen kommuniziert? Diese und ähnliche Fragen sind Thema des Seminars

BS: Exkursion New York / Las Vegas (LV: 17929)
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)
März 2012

Ziel der zehntägigen Exkursion nach New York, Princeton und Las Vegas ist es, ausgewählte Kultur-, Wissenschafts- und Wirtschaftsunternehmen 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 und ausgewählten Mega Resorts in Las Vegas. Die Teilnehmerzahl ist auf zwölf begrenzt.

ZEIT-Seminare

Seit dem Sommersemester 2005 werden regelmäßig in Kooperation mit Verlag und Redaktion der ZEIT Seminare, Übungen und Forschungsprojekte zu Medienmanagement und Journalismus stattfinden.

BMPS-Seminar

Ü: **Grundlagen journalistischen Arbeitens I (LV: 17909)** Moritz Müller-Wirth, Sirkka Jendis
siehe Seite 15

BMPS Seminar

Termin n.V. (LV: 17916)

BS: Medienmarketing und Medienmanagement (1 SWS)
(Dr. Rainer Esser)

Verlag und Chefredaktion im Medienbereich bilden traditionell getrennte Bereiche. Der Verlag umfasst die Geschäftsbereiche, die nicht mit der unmittelbaren journalistischen, d.h. Inhalte produzierenden Arbeit befasst sind. Das Seminar beantwortet die Frage nach den geschäftlichen Aspekten bei der Produktion von Zeitungen und Zeitschriften. Das umfasst alle Bereiche von der Organisationsstruktur von Zeitungsverlagen über Produktion, Vertrieb, Finanzierung und Anzeigengeschäft, Werbung bis hin zu Fragen des Wechselverhältnisses zwischen Verlag und Chefredaktion. Ziel des Seminars ist es, einen Überblick über die Anforderungen an das Zeitung-Machen zu geben vor dem Hintergrund gesamtgesellschaftlicher Veränderungen wie auch aktueller Entwicklungstendenzen im Medienbereich.

PRAXISPROJEKT-SEMINARE —

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 im Mai 2012 in Kassel organisiert. —

PPS: **Kunstaussstellung City Lights** (LV: 17933) (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar) —

Künstliches Licht hat seit dem 19. Jahrhundert das Erscheinungsbild und die urbane Atmosphäre der großen Städte nachhaltig verändert. Ob als illuminierte Straßen und Gebäude oder Leuchtreklamen – die Lichter der Großstadt haben die Menschen fasziniert und die Künstler inspiriert. Die seit den 1960er Jahren aufkommenden Spielarten der Licht- und Medienkunst haben wiederum Atmosphärisches und Alltagssituationen der modernen Metropolen aufgegriffen und technologisch verarbeitet. Auf diese „wechselseitigen Erhellungen“ der besonderen Art nimmt die Ausstellung Bezug: Unterschiedliche lichtkünstlerische Positionen aus Deutschland und der Türkei thematisieren Situationen, ästhetische Manifestationen und alltagskulturelle Realitäten der Metropolen. Dabein werden verschiedenste lichtkünstlerische und mediale Formen wie Formate im artifiziellen urbanen Raum des DomAquaree gezeigt. Präsentiert werden u.a. deutsche, türkische und holländische Lichtkünstler wie Martina Becker, Michael Hoepfel, Lara Kamhi, miAm, Chris Nägele, Jan van Munster, Common Lights, :mentalkLINIK (Yasemin Baydar, Birol Demir), Claudia Wissmann und Peter Zypries. Die Ausstellung bildet gleichzeitig den Abschluss von „B-34.Kultürk“, unserem Kultur-Medien-Konferenz-Festival des IKM in Kooperation mit der Bahcesehir Universität Istanbul. Ausstellungszeitraum: 03.-16.11.2011 DomAquaree, Karl-Liebkecht-Straße 5 www.b34kultuerk.de —

PPS: **Kühlhaus-Kolleg** (LV: 17932) (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Jochen Hahn) —

Das alte Kühlhaus in der Luckenwalder Straße in Kreuzberg wird ab November 2011 als neue private transdisziplinäre Kulturinstitution mit Laborcharakter eröffnet. Die Betreibergesellschaft mit Jochen Hahn als künstlerischem Leiter wird gemeinsam mit Studierenden und Alumni des IKM internationale Kultur- und Forschungsprojekte initiieren und organisieren. An der Schnittstelle von Wissenschaft, Bildung und Kunst sollen ab 2012 die unterschiedlichen Formate von Konferenzen bis Festivals mit wechselnden Projektteams durchgeführt werden. —

PPS: **Fest-Kultur 2012** (LV: 17932) (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 zur logistisch-organisatorischen Umsetzung. —

PPS: **Fall Academy 2012** (LV: 17953) (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. Haluk Gürgen) —

Die „Fall Academy“ in Berlin und die Spring Academy in Istanbul sind zentrale Programmbestandteile der langfristig angelegten Kooperation zwischen dem Institut für Kultur- und Medienmanagement der Freien Universität Berlin und dem Fachbereich für Kommunikation der Bahçeşehir Universität Istanbul. Primäres Ziel der Zusammenarbeit ist die nachhaltige Förderung des interkulturellen Dialogs zwischen Deutschland und der Türkei. Für die Freie Universität ist sie darüber hinaus ein wesentlicher Beitrag zum Gedanken der internationalen Netzwerkuniversität. Die zweite Fall Academy findet mit den Schwerpunkten Neue Medien und Audience Development statt. Die deutschen und türkischen Akademierteilnehmer werden im Rahmen

von Workshops, Diskussions- und
Gesprächsrunden mit Vertretern namhafter
Kultur- und Medieninstitutionen mediale
Transformationsprozesse und ihre marketing-
strategischen Implikationen thematisieren
und diskutieren.

**PPS: E-Plus-Praxis- und Forschungsprojekt:
„Digitale Öffentlichkeiten“**
(Dr. Gunnar Bender, Univ.-Prof. Dr. Klaus
Siebenhaar, Elias Sievernich M.A.)

In Fortsetzung der bisherigen
Zusammenarbeit geht es in einem
Forschungsprojekt mit Konferenz im Januar
2012 um Nutzerqualität.

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

Ab Ende des Jahres 2011 wird das IKM
gemeinsam mit der CAFA im Creative Cluster
der Cable8 Enterprise ein Büro mit sieben
Arbeitsplätzen in Peking eröffnen. Unter die-
sem gemeinsamen „Umbrella“ werden große
Kultur- Kunstprojekte in Peking und Berlin
realisiert.

DOZENTEN WS 2011/12

Dr. Gunnar Bender, Director Corporate
Communications und Mitglied der Geschäfts-
leitung E-Plus Gruppe Mobilfunk GmbH
Prof. Dr. Rolf Budde, Musikverleger
Prof. Ernst Elitz, Publizist,
Gründungsintendant Deutschlandradio
(Deutschlandradio Kultur/Deutschlandfunk)
Rainer Glaap, Manager Operations Eventim
Classical CTS Eventim AG
Guido Hermann, Prokurist/
Verwaltungsdirektor FriedrichstadtPalast
Betriebsgesellschaft mbH
Prof. Monika Grütters, MdB, Vorstands-
sprecherin der Stiftung „Brandenburger Tor“
der Bankgesellschaft Berlin
Jochen Hahn, Geschäftsführender

— Gesellschafter Hahn Produktion. Gesellschaft für
— Theater, Management und Kulturaus-
— tausch,
— künstlerischer Leiter Kühlhaus (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.
— **Sirkka Jendis**, Tempus Corporate – DIE ZEIT,
— Leitung Corporate Publishing
— **Christian-K. Knischewski**, Wirtschaftsprüfer,
— Steuerberater, Knischewski & Boßlet GmbH
— **Ulrike Kretzschmar**, Abteilungsleiterin
— Ausstellungen und Baureferentin, Deutsches
— Historisches Museum
— **Andreas Lebert**, Chefredakteur „Brigitte“
— **Prof. Dr. Bernhard Lorentz**, Geschäftsführer
— Mercator Stiftung Essen
— **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
— **Achim Müller**, Selbstständiger Kulturmanager
— **Moritz Müller-Wirth**, Geschäftsführender
— Redakteur, Mitglied der Chefredaktion DIE ZEIT
— **Dr. Alard von Rohr**, Geschäftsführer A-Pro Just
— Classics! GmbH, Staatssekretär a.D.
— **Peter Rothmann**, Dipl.Kfm., Principal A.T.
— Kearney Management Consulting
— **Lorenz Savelsberg**, Dipl. Päd.,
— Geschäftsführender Gesellschafter Rights ‘n
— Faces Marketing GmbH, Berlin
— **Iris Korinna Scheffler**, Direktorin Sprüth Magers
— Berlin
— **Ilona Schmiel**, Intendantin u. Geschäftsführerin
— des Internationalen Beethovenfestes Bonn
— **Dr. Bernd Schmidt**, Intendant und
— Geschäftsführer FriedrichstadtPalast
— Betriebsgesellschaft mbH
— **Prof. Gereon Sievernich**, Leiter Martin Gropius
— Bau, Berliner Festspiele GmbH
— **Prof. Lothar Spree**, lothar spree film media pro-
— duction
— **Dr. Thomas Steg**, Geschäftsführender
— Gesellschafter Steg.Kommunikation GmbH,
— ehem. stellvertretender Sprecher der
— Bundesregierung

**DOZENTEN /
DOZENTENSTAMM**

Prof. Dr. Christoph Stölzl, Publizist, Rektor HfM
„Franz Liszt“ Weimar, Senator für
Wissenschaft, Forschung und Kultur a.D.
Iphigenia Taxopoulou, Generalsekretärin
MITOS 21
Wolfgang Trostheide, Steuerberater/
Prokurist, Knischewski & Boßlet GmbH
Rein Wolfs, Leiter Kunsthalle Fridericianum
(Kassel)

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
Astrid Dinda, Inhaberin Astrid Dinda
Kommunikation
Prof. Dr. Ulrich Eckhardt, Intendant Berliner
Festspiele GmbH a.D.
Thomas Eller, Künstler und Publizist
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
Günter Jucho, Geschäftsführender
Gesellschafter Jucho & Kollegen, Deutsche
Industrieanleihengesellschaft GmbH & Co KG
Jens Korte, Inhaber New York German Press
Thomas Krüger, Senator a. D., Präsident
Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn
Gerald Mertens, Geschäftsführer Deutsche
Orchestervereinigung
Prof. Dr. Hans Ottomeyer, Präsident
Deutsches Historisches Museum a.D.
Michael Paustian, Stellvertretender
Chefredakteur BILD
Jim Pegues, Economic Development Officer of
Las Vegas
Prof. Lutz von Pufendorf, Rechtsanwalt,
Staatssekretär Kultur a.D.
Dr. Thomas Schmidt-Ott, Head of
Entertainment & Stage Productions, TUI
Cruises GmbH

**DOZENTENSTAMM /
FÖRDERER / KOOPERATIONSPARTNER**

Prof. Dr. Olaf Schwencke, MdB/MdEP a.D.,
Präsident Deutsches Komitee für kulturelle
Zusammenarbeit in Europa
René Sittner, Rechtsanwalt, Mediator
Detlef Untermann, Geschäftsführender
Gesellschafter Butterfly Communications
Christoph Wagner-Trenkwitz, Chefdramaturg,
Mitglied des Direktoriums, Volksoper Wien
Dr. Olaf Wilke, Redakteur BILD am Sonntag
Stefan Wollmann, Leiter Marketing, Wiener
Festwochen

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 mögli-
che Berufsfelder eröffnen, u.a.
_ Alex. Offener Kanal Berlin
_ AUDI AG
_ ART + COM AG
_ Bahecesehir Universität Istanbul, Fakultät für
Kommunikationswissenschaften
_ Berlin Partner GmbH
_ Berlin Tourismus Marketing GmbH
_ Berliner Volksbank eG
_ BHF-Stiftung FaM
_ Bröhan Museum
_ Bundesverband Deutscher Galerien und
Editionen e.V. (BVDG)
_ CAFA. Central Academy of Fine Arts, Beijing
_ Daimler Financial Services
_ Deutsche Entertainment AG (DEAG)
_ Deutschlandradio Kultur/ Deutschlandfunk
_ Edelman GmbH, New York, Hamburg
_ E-Plus Gruppe
_ FTWild Kommunikation GmbH

- _ Goethe Institut, München /Peking / Shanghai
- _ Industrie- und Handelskammer Berlin (IHK)
- _ Jüdisches Museum Berlin
- _ Jugend im Museum (JiM)
- _ Kultursekretariat des Deutschen Bundestages
- _ Kulturprojekte Berlin GmbH
- _ Kunststiftung Starke
- _ Landesverband Berliner Galerien
- _ Martin-Gropius-Bau
- _ My Space, Berlin
- _ Radio Energy GmbH
- _ Rundfunk Berlin Brandenburg (rbb)
- _ scholz & friends AG, Berlin
- _ Senatskanzlei, Kulturelle Angelegenheiten
- _ Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Schule
- _ Stiftung Zukunft Berlin
- _ 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
- _ StudiVZ/SchülerVZ, Berlin
- _ Staatstheater Karlsruhe
- _ Theater Oberhausen
- _ Theaterakademie Shanghai
- _ Zoologischer Garten Berlin / Tierpark Berlin

BMPS-SEMINARE IM WS 2011/12

- HS: **Der Öffentlich-Rechtliche Rundfunk – Geschichte, Formate, Wettbewerbssituation** (Prof. Ernst Elitz)
- HS: **Politische Kommunikation der Krise** (Dr. Thomas Steg)
- Ü: **Empowerment, Partizipation & Advocacy**
- Bürgerjournalismus im digitalen Zeitalter**
- BS: **ZEIT-Seminar: Grundlagen journalistischen Arbeitens** (Moritz Müller-Wirth / Sirkka Jendis)
- BS: **Medienmarketing und Medienmanagement** (Dr. Rainer Esser)
- BS: **Entwicklung von Zeitschriften** (Andreas Lebert)

- **FORSCHUNG / FÖRDERUNG AM IKM**
- **BMPS: Jugendkulturen als Medienkulturen im 21. Jahrhundert** mit dem Pilotprojekt: Doppel(t) Leben. Zu Gestaltung und Ästhetik realmedialer Wirklichkeiten als Grundlage digitaler Erlebnis-Kulturen (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Steffen Damm, Moritz Müller-Wirth)
- **ZAD: Migranten im deutschen Kulturbetrieb** (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller)
- **E-Plus-Kolleg „Digitale Öffentlichkeiten“** Leitung: Dr. Gunnar Bender, Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar
- **Empowerment-Kolleg** (Prof. Lothar Spree, Dagmar Boeck)
- **Kühlhaus Kolleg** (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Jochen Hahn)

NACHGEORDNETE EINRICHTUNGEN

- **BERLINMEDIAPROFESSIONALSCHOOL (BMPS)**
- www.bmps.fu-berlin.de / www.ikm.fu-berlin.de
- Die BMPS ist ein unabhängiges, transdisziplinär arbeitendes Kompetenzzentrum mit Einbindung in den universitären Kontext, starker medienpraktischer Vernetzung und internationaler Ausrichtung am Medienstandort Berlin. Ein Kreis von medienwissenschaftlich forschenden und lehrenden Hochschullehrern der Freien Universität Berlin sieht sich dabei den Schwerpunkten verpflichtet:
- _ Forum. Dialog und Diskussion zwischen Medienwissenschaft und Medienpraxis
- _ Forschung. Grundlagenforschung und angewandte Forschung
- _ Förderung. Nachwuchsförderung und professionelle Weiterbildung

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

- Im Rahmen der **BERLINMEDIAPROFESSIONALSCHOOL** können die Studierenden am IKM eine spezielle Zusatzqualifikation erwerben, die ausgewählte journalistische Medienangebote des IKM mit den filmpraktischen und bürgerjournalistischen

Übungen des Empowerment-Kollegs der BMPS verbindet. Die Qualifikation befähigt bei erfolgreicher Teilnahme sowohl zur journalistischen Praxis (Video- und Online-Journalismus) als auch zur kulturell-medialen Bildungsarbeit (Audience-Development-Programme, Medienkompetenz im schulischen Kontext u. ä.). An der Schnittstelle zwischen Kultur, Journalismus und ästhetischer Erziehung wird damit eine zukunftsweisende Qualifizierung offeriert, die in den unterschiedlichsten Berufsfeldern ein Alleinstellungsmerkmal repräsentiert.

Voraussetzungen für die Ausstellung des Zusatzzertifikats *Journalismus und Medienproduktion* sind:

_ die Teilnahme an folgenden Seminaren:

• **ZEIT-Seminar** bei Moritz Müller-Wirth über 4 Semester (insges. 8 SWS)

• **BS: Formatentwicklung im Fernsehen** bei Markus Förderl über 1 Semester (insges. 1 SWS)

• **BS/HS: Politische Kommunikation** bei Dr. Thomas Steg über 2 Semester (insges. 2 SWS)

• **Ü: Empowerment-Kolleg** über 2 Semester (insges. 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 / 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/

Das Zentrum für Kulturmanagement in China ist ein Kompetenzzentrum des IKM in Kooperation mit dem Goethe Institut in München und Peking. Es handelt sich um die erste offizielle Kooperation zwischen einer deutschen Universität und dem Goethe Institut.

KUMA fungiert als Dachmarke für alle kulturmanagerialen Programme und Projekte beider Organisationen und gründet auf drei Säulen: _ Qualifizierungsprogramm für chinesische Nachwuchsführungskräfte aus dem Kulturbereich (mit finanzieller Unterstützung der Mercator Stiftung Essen)

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

_ Beratung und Aufbau und von Studiengängen, z.B. Shanghai Theaterakademie "Internationales Theatermanagement".

CREATIVE INDUSTRIES COMPETENCE CENTER (CICC)

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

Das Institut für Kultur- und Medienmanagement und die Fakultät für Kommunikation, Bahçeşehir Universität Istanbul haben eine Kooperation mit drei zentralen Schwerpunktsetzungen vereinbart, die unter dem Dach des neu gegründeten CICC zusammengefasst werden:

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.

4. Kulturelle Events.

