

Deutschland
Land der Ideen

Ausgewählter Ort 2007

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

Fachbereich Philosophie und
Geisteswissenschaften

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.empowerment-kolleg.net
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 18-19 Uhr, KL 25/333,
Tel.: 030/ 838-525 71
– **Dipl. Päd. Dagmar Boeck**
mittwochs 9-10 Uhr,
donnerstags 17.30 -18.30 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 2010/ 2011:
30. Juni 2010 (Ausschlussfrist)**

Weitere Informationen unter:
www.ikm.fu-berlin.de
sowie während unserer Sprechzeiten.

**Institut
für
Kultur
und
Medienmanagement**

**Masterstudiengang
Arts and Media Administration**

**Kommentiertes
Vorlesungsverzeichnis**

Wintersemester 2009/10
Vorlesungsbeginn: 12. Oktober 2009
Vorlesungsende: 13. Februar 2010
Vorlesungsfrei: 21.12.09 – 02.01.10

www.ikm.fu-berlin.de

INHALT	—
Vorwort	2
Das Institut	3
Weitere Einrichtungen	3
Lehrveranstaltungen	4
American Lectures/ Exkursion	13
Blockseminare	14
Forschungsprojekte	24
Praxisprojekt-Seminare	24
Dozenten Wintersemester 2009/10	26
Dozentenstamm	28
Praktikumsprogramm	29
Förderer und Freunde	29
Kooperationspartner	29
Nachgeordnete Einrichtungen am IKM: BMPS, ZAD, Empowerment	30
Kontakt, Sprechstunden	32
VORWORT	
Noch nie hat ein Wintersemester so früh und intensiv begonnen, wie dieses: Seit Anfang September ist das IKM in Peking und Berlin mit seinem „Kulturmanagement in China“-Projekt am Werk, das gemeinsam mit dem Goethe-Institut und der Mercator-Stiftung in Essen veranstaltet wird. Damit vollzieht sich nach dem USA-Schwerpunkt ein weiterer großer Schritt der Internationalisierung. Aber auch der Standort Berlin bleibt mit großen neuen Praxisprojekten (Volksbühne am Luxemburgplatz, Kulturkaufhaus Dussmann, Bröhan Museum) ein zentraler Ort anwendungsorientierter Lehre und Forschung. Das dokumentiert auch das neue Qualifizierungszertifikat „Journalismus und Medienproduktion“ der Berlin Media Professional School (BMPS), das innerhalb des „normalen“ Curriculums erworben werden kann. Und schließlich offenbart das wie stets theoretisch und praxisnah gestaltete Lehrangebot Anspruch und Vielfalt unseres Studiengangs.	
Wir begrüßen die Dozenten - insbesondere unsere neuen Astrid Dinda und Sirkka Jendis und die Studierenden. Ihnen Allen und uns gemeinsam wünsche ich ein produktives, anregendes Wintersemester 2009/2010.	
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. Christoph Stölzl
Geschäftsführerin:
Dipl. Päd. Dagmar Boeck
Wissenschaftlicher Assistent:
Dr. Steffen Damm
Projektkoordinator:
Dipl. Vw. Achim Müller
Institutssekretariat:
Marion Wagner
Studentische Mitarbeiterinnen:
Friederike Wagner, Nicole Eckiert
WEITERE EINRICHTUNGEN AM IKM
BerlinMediaProfessionalSchool (BMPS)
Direktorium:
Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar
Hon.-Prof. Ernst Elitz
Univ.-Prof. Dr. Klaus Beck
Moritz Müller-Wirth M.A.
Wissenschaftlicher Koordinator:
Dr. Steffen Damm
Tel.: 030/ 835- 525 69
e-Mail: bmps@ikm.fu-berlin.de
Forschungsassistent: Elias Sievernich M.A.
Empowerment-Kolleg:
Leitung: René Meyer-Brede
Zentrum für Audience Development (ZAD)
Leitung: Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Thomas Schmidt-Ott, Dipl.Vw. Achim Müller, Prof. Dr. Bernhard Graf
Koordinatorin: Vera Allmanritter Mag. M.A.
Forschungsassistent: Felix Rundel M.A.
Tel.: 030/ 838- 580 74
e-Mail: zad@ikm.fu-berlin.de
Forum Kulturmanagement in China (KUMAC)
Leitung: Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

NEU:

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

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

Voraussetzungen für die Ausstellung des Zusatzzertifikats *Journalismus und Medienproduktion* ist 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: Politische Kommunikation** bei Dr. Thomas Steg über 2 Semester (insges. 2 SWS)
- **Ü: Empowerment-Kolleg** bei René Meyer-Brede et al. über 2 Semester (insges. 4 SWS)
- Teilnahme an **Medien- und Techniktraining** beim Offenen Kanal Berlin – Alex (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.

LEHRVERANSTALTUNGEN

Die Seminare finden wöchentlich zur angegebenen Zeit in der Silber- bzw. Rostlaube statt. Abweichende Orte sind vermerkt. Der Seminarbeginn versteht sich als c.t.-Zeit, sofern nicht anders angegeben.

Abkürzungen: V - Vorlesung / HS - Hauptseminar / -bung / C - Colloquium/ PPS - Praxisprojekt-Seminar / BS - Blockseminar

Seit dem Sommersemester bieten wir unsere medienbezogenen Seminare gebündelt unter dem Dach der BerlinMediaProfessionalSchool (BMPS) an. Eine Übersicht finden Sie auf S. 30. Die Seminare sind ebenfalls mit "BMPS-Seminar" gekennzeichnet.

Montag

09-11 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 des Seminars (4. Aufl., Frankfurt/M. 1993); ferner: Gerhard Schulze, „Die beste aller Welten. Wohin bewegt sich die Gesellschaft im 21. Jahrhundert?“, München/Wien 2003.

11-13.30 s.t. Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17897) —

V: Theorie und Praxis des —

Kulturmanagements I —

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar) —

Das Seminar mit temporärem Vorlesungscha- —
 rakter dient nicht nur der Einführung in die —
 disziplinäre Identität und wichtigsten Auf- —
 gabenfelder des Faches Kulturmanagement, —
 sondern auch der vertiefenden Erörterung ein- —
 zelner Problemstellungen. Dabei wird es vor —
 allem um thematische Schwerpunkte wie —
 Theorie und Praxis managerialen Handelns, —
 Organisationsentwicklung und -kultur oder —
 auch Unternehmensführung und Führungs- —
 stiltheorien gehen. In jedem Fall werden —
 neben dem propädeutischen Charakter die —
 Anwendungsbereiche bzw. Fallstudien Berück- —
 sichtigung 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: 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 technischer —
 Voraussetzungen stehen v.a. die Rezeption von —
 Massenmedien sowie die gesellschaftlichen —
 Rahmenbedingungen ihrer Entstehung und —
 Verbreitung im Mittelpunkt. Nach einer begrif- —
 flichen Einführung und einem historischen —
 Exkurs zu Buch, Zeitung und Litfaßsäule wer- —
 den u.a. die Massenmedien Panorama, Film, —
 Telefon, Hörfunk, Fernsehen sowie die aktuel- —
 len Kommunikationsverhältnisse einer eingeh- —
 enden Analyse unterzogen. Ausgewählte —
 Kritikansätze sowie Beispiele für die Verarbei- —
 tung 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. —

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 Außenste- —
 hende 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, Ver- —
 wertungsgesellschaft etc.. Zur Vertiefung wer- —
 den 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. —

20-22 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-Kultur- —
 betriebs. In Struktur, Dimensionierung und —
 Komplexität der managerialen Prozesse sind —
 sie in ihrer organisatorisch-institutionellen —
 Verfasstheit mit mittelständischen Unterneh- —
 men 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 ausgewählten Museen und Problemen des operativen Managements.

Dienstag

BMPS-Seminar

9-11 Uhr, Raum KL 31/102 (LV: 17926)

HS: **Von der Idee zur Sendung.**

Formatentwicklung im Fernsehen

(Markus Förderl)

ab 08.12.2009, wöchentlich bis 09.02.2010

Die Lehrveranstaltung wird sich mit den zentralen Fragestellungen der Formatentwicklung im Fernsehen beschäftigen. Nach einem theoretischen Überblick steht die gemeinsame Erarbeitung von Format-Ideen im Mittelpunkt. Treffen mit Praktikern aus dem TV-Business runden die Veranstaltung ab. Folgende Themenkomplexe werden behandelt:
Entwicklung eines Politikformates für einen großen Privatsender und einen privaten Spartensender | Wie sieht die Zuschauerstruktur der großen Privatsender aus? | Wie sieht die Seherstruktur der privaten Spartensender aus? | Wie informieren sich die „typischen“ Zuschauer dieser Sender über Politik? | Wie informieren sich Jugendliche über Politik? | Wie kann es gelingen, über die bestehende Zuschauerschaft hinaus Interesse zu generieren? | Wer könnte ein geeigneter Moderator der Sendung sein? | Welche Themen und Gäste sollten die Sendungen behandeln? | In welchem „Setting“ sollte die Sendung stattfinden? | Welche Rolle sollten interaktive Elemente spielen? | Wäre Web-TV eine bessere Variante? | Was könnten Sponsoren bewegen, die Sendung zu unterstützen?

11-13 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17903)

Ü: **Grundlagen der Textbearbeitung:**

Lektorat/Redaktion

(Dagmar Boeck)

Im Kulturmanagement Tätige sind früher oder später mit dem Erstellen verschiedenster Texte und Publikationen befasst: von Broschüren über Berichte bis hin zu Dokumentationen und Studien. Dies erfordert Vertrautheit im Umgang mit unterschiedlichen Textsorten ebenso wie praktisches Know-how. Das Seminar beschäftigt sich mit dem komplexen Entstehungsprozess von Publikationen: Wie wird aus einer Idee/einem Manuskript eine Broschüre, wie aus einer Materialsammlung eine auftragsadäquate, zielgruppenspezifische Studie? Dabei spielt das Beurteilen von Texten nach inhaltlichen, stilistischen wie formalen Kriterien ebenso eine Rolle wie das eigenständige Redigieren unterschiedlicher Textsorten. Ziel ist die Sensibilisierung für die spezifische Arbeit mit praxisbezogenen Texten, die Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten beim Beurteilen, Erstellen und Redigieren von Texten, ergänzt um Grundkenntnisse der Herstellung/Produktion. Von den Teilnehmern wird die Bereitschaft erwartet, sich die Fertigkeiten auch in Vor- bzw. Nachbereitung der Sitzungen in der Arbeit mit Texten vertiefend anzueignen.

14-16 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17910)

HS: **Haushaltswesen in Berlin**

(Horst Grysczyk)

bis 01.12.

Trotz leerer Kassen ist der Haushalt von Berlin noch immer der größte Finanzier der Berliner Kulturlandschaft. Dennoch ist der öffentliche Haushalt für viele weitgehend unbekannt. Das Seminar soll in das Haushaltswesen einführen und die dunklen Felder etwas erhellen. Es berührt dabei u.a. folgende Themen: Bedeutung des Berliner Haushalts für die Kultur | Finanzsituation des Landes | Bedeutung des Finanzausgleichs für den Berliner Haushalt | extreme Haushaltsnotlage | Rechtsgrundlagen | Haushaltsplan, Haushaltsgesetz, Nachtragshaushalt, Haushaltsstrukturgesetz | Haushaltskreislauf | Parlamentarische Beratung und der Unterausschuss Theater | Haushaltswirtschaft |

Theater und Museen als Betriebe | Zuwendungen an Institutionen und Projekte | Bedeutung der Stiftung Deutsche Klassenlotterie (DKLB) | Mittelfristige Finanzplanung | Finanzkontrolle | Neue Tendenzen im Haushaltswesen.

Anschließend

14-16 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17933)
HS: Management in Wirtschaftsunternehmen
 (Lorenz Savelsberg)
 ab 08.12.2008, wöchentlich bis 08.02.2010

Hervorragende Unternehmen benötigen qualifizierte Führungskräfte und marktgerechte Strukturen. Im Seminar werden die personellen und fachlichen Voraussetzungen für erfolgreiche Unternehmen in einer komplexen Umwelt vorgestellt. Ausgehend von der Unternehmensphilosophie und der Strategie ausgewählter Unternehmen werden die Bereiche Portfoliomanagement, Personalmanagement, Erfolgsfaktoren und Risiken, Integrierte Kommunikation und Marketing sowie die Finanzen und Infrastruktur als Schlüsseldimensionen analysiert und bewertet. Ziel des Seminars ist es, eine konkrete Vorstellung der veränderten Anforderungen an das moderne Management zu gewinnen und herauszufinden, welches Können, welche Konzepte und Einstellungen künftig über Erfolg oder Misserfolg entscheiden werden.

16s.t.-17.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17900)
HS: Neue publizistische Formen und ihr Nutzwert für Kulturmanager
 (Prof. Ernst Elitz)

Massen- und Individualkommunikation unterliegen rasanten technologischen Entwicklungen und einer permanenten Veränderung des Nutzungsverhaltens. Für Kulturmanager ergeben sich daraus neue Herausforderungen und Chancen für Publikumsbindung und Ansprache neuer Publika. In der Lehrveranstaltung werden beispielhaft neue Zeitungsformate wie "Freitag" und "Welt kompakt", die Mediatheken von ARD und ZDF und die Internetkooperation zwischen ZDF und Stiftung Preußischer

Kulturbesitz vorgestellt. Im Gespräch mit Experten und verantwortlichen Redakteuren wird erörtert, welche Möglichkeiten die digitale Kommunikation und die Interaktivität für Kultur-PR und Information bieten können.

17.45 s.t.- 19.15 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17901)
HS: Rechtliche Grundlagen im Kultur- und Medienbereich 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 Grüters)

Das Berufsbild Öffentlichkeitsarbeit hat sich in den vergangenen 20 Jahren 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. Anders als reine

Produktwerbung ist sie dabei nicht direkt um das Ziel der Absatzförderung einer Ware bemüht, sondern verfolgt dieses Interesse über den „Umweg“ einer Imagewerbung für das gesamte Unternehmen. 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

09-11 Uhr, Raum JK 27/103 (LV: 17906)

Grundlagen empirischen Arbeitens
(Achim Müller, Vera Allmanritter)

Die inhaltlich zweigeteilte, praxisorientierte Veranstaltung führt in die Methoden der empirischen Sozialforschung ein und vermittelt für Kulturmanager relevante Grundkenntnisse. Der erste Teil leitet die Notwendigkeit empirischer Forschung aus dem Informationsbedarf im Kulturmanagement ab und behandelt, an welche dieser Informationen man konkret mit Fragebögen, Beobachtungen, Inhaltsanalysen oder anderen Erhebungsinstrumenten gelangen kann. Im zweiten Teil der Veranstaltung wird auf praktische Fragen eingegangen: Was sind die Planungsschritte einer Erhebung, und wie erfolgt deren Umsetzung? Wie wertet man erhobene Daten schließlich computergestützt aus? Welche „Stolpersteine“ ergeben sich bei Nutzung und Interpretation der gewonnenen Daten? Wie gelangt man von Daten zu erkenntnisstiftenden Informationen für kulturmanageriale Entscheidungen? Das Ziel des Seminars liegt explizit darin, die Teilnehmer auf eine Umsetzung der erlangten Kenntnisse im Rahmen von Besucherforschungsprojekten vorzubereiten.

Empowerment-Kolleg

BMPS-Seminar

ab 12.00 Uhr, Raum KL ..

**Empowerment, Partizipation & Advocacy
Bürgerjournalismus im digitalen Zeitalter**
(René Meyer-Brede)

Studierende des Instituts für Kultur- und Medienmanagement werden im Rahmen des Empowerment-Kollegs zu „Medienbotschaftern“ ausgebildet. Mit dem Studienangebot des Empowerment-Kollegs der BMPS wird den studentischen Teilnehmern die Möglichkeit geboten, die Vielfalt der social media-Welt im Web 2.0 als Initiatoren, Moderatoren, Media-Produzenten und Nutzer gleichermaßen kennenzulernen und Kulturtechniken der Produktion und Vermittlung praktisch anzuwenden. Die aktive Teilnahme der Studierenden am Kolleg vermittelt ihnen Medienkompetenz als Anwender und Ausbilder. Das Team des Empowerment-Kollegs erarbeitet das Konzept zur Magazinsendung „Kultinger“ mit regelmäßiger Ausstrahlung im TV – Programm des Berliner Sender „Alex“.

17-19.00 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17931)

Ü: kultinger 16. Konzeption und Umsetzung
(Dr. Christine Eichel)

Einführende Sitzung: 22.10., 17-ca. 20.00 Uhr
Beginn: 12.11., wöchentlich

Im Rahmen des Seminars wird die jährlich erscheinende Institutszeitschrift des IKM „kultinger“ konzipiert, geschrieben und produziert. Dabei werden die Grundlagen journalistischer Arbeit (Genres, „Handwerk“) direkt angewendet.

AMERICAN LECTURES

Kultursysteme im Vergleich.

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

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 mit dem Guggenheim Museum, dem Metropolitan Museum, dem MoMA, der Brooklyn Academy of Music, dem Joyce Theater, der Carnegie Hall, Off- und OffOff Broadway Bühnen, dem New York State Council for the Arts, J.P. Morgan Chase Manhattan, Jens Korte (n-tv), 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.

BLOCKSEMINARE

Die Blockseminare finden freitags, samstags oder sonntags im Raum KL 32/102 statt; abweichende Wochentage sind gesondert vermerkt, die Seminarorte außerhalb der Freien Universität werden separat bekanntgegeben.

Mi., 14.10, 16-18 Uhr, Raum JK 31/125
BS: **Einführung: ZEIT-Seminar: Journalistische und verlegerische Konzepte in Zeiten des Wandels**
(Moritz Müller-Wirth, Sirkka Jendis)
Ankündigungstext siehe Seite 17

Fr., 23.10./24.10., 10-17 Uhr (LV: 17914)
BS: **Droht das Ende des Fernsehens?**
(Prof. Knut Föckler)

Das Grundlagenseminar liefert Basis-Wissen zum Thema Medien und geht dabei auf aktuelle Entwicklungen der elektronischen Medienwelt ein - wie die Rolle des Fernsehens. Seit Juni kann man in den USA nur noch ein digitales TV-Signal empfangen, andere Länder folgen. Dennoch verliert der selbsternannte „Medien-Leuchtturm“, das Fernsehen, seine Pole Position im Medien-Nutzungs-Budget - insbesondere bei den Jüngeren. Denn: everything goes digital. Neben die gedruckten News treten Websites, Blogs, Podcasts, WebTV und Mobile Media.

Gut jeder zehnte Werbe-Euro geht längst in die Online Medien. Tendenz wachsend. Zeitungsverleger haben den Begriff „online first“ für sich erfunden und diskutieren und probieren paid content im Web. Die Grenzen zwischen den Medienplattformen verschwimmen, und Konvergenz ist das Buzzword der Branche. Dabei geht es nicht allein um neue Technologien, sondern um die Überprüfung ganzer Unternehmensstrategien. Der Überblick für diejenigen, die das alles nutzen und bezahlen sollen, das Medien-Publikum, wird dabei immer schwieriger bis unmöglich. „Digital Natives“ (die Jüngeren) und „Digital Immigrants“ (die Älteren) stehen geradezu vor einem neuen Medien-Universum. Die Vielzahl der neuen Plattformen bietet einerseits zahllose neue Möglichkeiten, aber sie erfordert medienübergreifendes Wissen - bei Nutzern und vor allem bei den Machern. Dieses Seminar soll einen Beitrag leisten, Grundlagen zum besseren Verständnis der elektronischen Medien zu vermitteln, die in immer größerer Vielfalt um die Aufmerksamkeit der Leser, Zuschauer, Nutzer buhlen.

09./10.01.2010, 10-16 Uhr (LV: 17928)
BS: **Festivalmanagement**
(Ilona Schmiel)

Das Beethovenfest Bonn gehört zu den ältesten europäischen klassischen Musikfestivals, das auf eine wechselvolle Geschichte zurückblickt. 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 Hintergrund einer zunehmenden Ausbalancierung des Anspruchs an die Umsetzung eines Kulturauftrages, der Publikumsresonanz sowie ständig wechselnder finanzieller Rahmenbedingungen. Aspekte der künstlerischen Planung, der Vermarktung und der Sponsorenakquisition sowie der politischen Lobbyarbeit werden in diesem komplexen Zusammenhang exemplarisch erläutert.

07./08.11., 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, Kosten- —
 kalkulation und Katalogproduktion beleuchtet, —
 sondern auch die Einwerbung von möglichen —
 Drittmitteln erörtert, der sinnvolle Einsatz von —
 Werbemaßnahmen sowie die Vielfältigkeit —
 von Begleitprogrammen. —

Do 12./13.11., 10-17 Uhr (LV: 17918) —
BS: Finanzwesen und Controlling —
 (Kurt-Christian Knischewski, Wolfgang —
 Trostheide) —
 Teilnahme nur für drittes Semester. —

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

BMPS-Seminar —
 14./15.11., 10-17 Uhr (LV: 17913) —
BS: Politische Kommunikation zwischen —
Informationsvermittlung und Inszenierungs- —
zauber —
 (Dr. Thomas Steg) —

Politik ohne Dramaturgie und Symbolik gibt es —
 nicht. Auch die großen Redner in der Antike —
 haben neben ihren inhaltlichen Botschaften —
 auf Rhetorik und Präsentation beim Vortrag —
 größten Wert gelegt. In der politischen —
 Kommunikation ist Aufmerksamkeit eben die —
 alles entscheidende Ressource. Was keine —
 Aufmerksamkeit erlangt, hat letztendlich —
 keine Relevanz, beeinflusst weder das Denken —
 noch das Verhalten. Mit nüchternen Fakten —
 allein aber lassen sich Zuhörer nur selten —
 überzeugen und beeindrucken. Man muss sich —
 präsentieren, um Vertrauen zu schaffen, um —

— Kompetenz zu beweisen, um Führungsstärke —
 — zu dokumentieren, um Orientierung zu geben. —
 — Zu kritisieren ist also nicht symbolische Politik —
 — schlechthin. Im Gegenteil, oft genug fehlt es an —
 — überzeugender Symbolik, an der Verdichtung —
 — durch symbolhafte Handlungen. Eine angemessene —
 — symbolische Politik aber lässt sich vom —
 — politischen Inhalt nicht trennen. Der Kniefall —
 — von Willy Brandt im Dezember 1970 in —
 — Warschau etwa wäre ohne die Ost- und Ent- —
 — spannungspolitik unverständlich geblieben. —
 — Wenn von falscher, fehlerhafter oder gar künst- —
 — licher Symbolik gesprochen wird, dann ist —
 — offensichtlich der Zusammenhang von Form —
 — und Inhalt der Politik zerrissen. Nur dann kann —
 — das Handeln als (folgenloses) Symbol an die —
 — Stelle des Handelns mit Symbolen treten. —
 — Politik, will sie in der modernen Medienwelt —
 — wahrgenommen werden, muss sich auf Auf- —
 — merksamkeitsregeln der Medien und auf sym- —
 — bolische Inszenierungen einlassen. Das ist ein- —
 — höchst ambivalenter Vorgang. Im Seminar, das —
 — als Blockveranstaltung stattfindet, soll das —
 — Spannungsfeld zwischen Informationsvermitt- —
 — lung und Inszenierungsschein, in dem sich poli- —
 — tische Kommunikation abspielt, theoretisch —
 — und an praktischen Beispielen vermessen wer- —
 — den. —
 — Von den Teilnehmern wird die Bereitschaft zur aktiven —
 — Mitarbeit und zur Ausarbeitung von Referaten erwar- —
 — tet, die der Sitzungs- und Diskussionsvorbereitung —
 — dienen. —

BMPS-Seminar —
 Fr 20./21./22.11., 10-17 Uhr und ein Termin n.V. —
 Einführung 14.10., 16-18 Uhr (LV: 17927) —
BS: ZEIT-Seminar: Journalistische und verlege- —
rische Konzepte in Zeiten des Wandels —
 (Moritz Müller-Wirth, Sirkka Jendis) —

Über insgesamt vier Semester wird die —
 — Arbeitsweise von Zeitungsunternehmen —
 — (Redaktion und Verlag, Print und Online) am —
 — Beispiel der Wochenzeitung DIE ZEIT behan- —
 — delt. Außerdem werden Grundkenntnisse im —
 — Verfassen von journalistischer Texte aller —
 — Genres anhand von praktischen Übungen ver- —
 — mittelt. Wie reagieren Qualitätsmedien auf die —
 — Krise? Müssen Redaktion und Verlag eng —
 — zusammenarbeiten und ist dadurch die journa- —
 — listische Unabhängigkeit gefährdet? —

Wie entsteht eine Nachricht? Diese und andere Frage stehen im Mittelpunkt des ersten Semesters. Außerdem werden Grundlagen journalistischen Arbeitens am Beispiel der Nachricht und der Reportage vermittelt.

28./29.11., 10-17 Uhr (LV: 17917)

BS: Management von Kunsthallen
(Gereon Sievernich)

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

05./06.12., 10-17 Uhr (LV: 17924)

BS: Kulturradio oder Kultur im Radio
(Dr. Wilhelm Matejka)

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 programmliche Ausrichtung eines Kultursenders entfacht: zwischen Wunsch nach einer zeitgemäßen Kultur-

berichterstattung, die die Gesamtheit kulturellen Lebens umfasst, auf der einen Seite und grundsätzlicher Kritik an einer Banalisierung von Kultur auf der anderen Seite. Ziel des Seminars ist es, die programmlichen, organisationsstrukturellen und finanztechnischen Aspekte eines Kulturradios darzustellen und zu diskutieren. Dabei werden veränderte gesellschaftliche Rahmenbedingungen 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 täglichen Gestalten und Umsetzen eines Kulturprogramms. Zur Vorbereitung sei das Hören des Kulturradios dringend empfohlen.

09./10.01.10, 10-17 Uhr (LV: 17912)

BS: Präsentationstraining
(Astrid Dinda)

Teilnahme nur für das 3. Semester.

Szenario und Dramaturgie einer Präsentation entscheiden neben persönlicher Überzeugungskraft und den Fähigkeiten des Moderators oftmals darüber, ob Projekte realisiert werden oder nicht. Projekte und Inhalte müssen zielgruppengerecht strukturiert und visualisiert werden, wenn sie ankommen sollen. 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 Gesprächspartnern gemeistert? Dieses Seminar vermittelt Methoden und Techniken für die strategische Planung und erfolgreiche Durchführung professioneller Präsentationen. Mit der Entwicklung eines persönlichen Rede- und Präsentationsstils gelingt ein erfolgreicher Auftritt vor dem Publikum. Am Seminartag werden verschiedene Techniken praxisnah geübt. Umfangreiche individuelle Optimierungsvorschläge und Video-feedback runden das Programm ab.

09./10.01.10, 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.

Fr., 15./16.01., 10-17 Uhr (LV: 17922)
BS: Rechnungswesen, 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 sollen einen Überblick zum Thema Finanzbuchhaltung geben. Es werden Ziele und Aufgaben des Kostenmanagements sowie wesentliche Methoden/ Systeme der Kostenrechnung und deren Anwendbarkeit aufgezeigt. In einem 2. Teil wird Controlling als strategische Managementaufgabe zur Führung und Steuerung eines Unternehmens dargestellt.

Fr. 22./23.01., 10-17 Uhr (17921)
BS: „Looking Good and Doing Good“
Wachstumsmarkt Stiftungen: Von der neuen Lust am Engagement oder wie wirkt wer womit?
 (Dr. Bernhard Lorentz)

Bürgerschaftliches Engagement, unternehmerische Verantwortung und Öffentlich-Private Partnerschaften sind zentrale Schlagworte der öffentlichen Diskussion um das Wirken nicht-staatlicher Akteure in der Gesellschaft. Vor dem Hintergrund eines sich verändernden

Staates nimmt die Wahrnehmung des privaten gesellschaftlichen Engagements u.a. auch in den Bereichen Bildung, Wissenschaft und Kultur massiv zu. Wie stark ist diese Entwicklung wirklich? Welche wichtigen Trends bestimmen sie? Wer sind die entscheidenden Akteure? Wie wirken Stiftungen erfolgreich und welche Rolle können sie spielen? Das Seminar führt in das Thema ein, gibt einen Überblick über die deutsche und europäische Landschaft und behandelt die wichtigsten methodischen Möglichkeiten des Sektors. An ausgewählten Fallbeispielen werden in Case Studies die erworbenen theoretischen Fähigkeiten unmittelbar erprobt. Das Seminar wird in Kooperation mit Praxisdozenten aus dem gemeinnützigen Sektor durchgeführt.
 Literatur 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.

Fr. 29./30.01., 10-17 Uhr (17919)
BS: Magazinjournalismus
 (Dr. Olaf Wilke)

Deutschland einig Leseland? Fast 94 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren lesen Zeitschriften. Aber wer liest was? Wie entwickelt sich der deutsche Zeitschriftenmarkt, welche Segmente steigen auf oder ab, und kannibalisieren Online-Töchter tatsächlich ihre Zeitschriften-Mütter? Eine herausragende Rolle auf dem deutschen Zeitschriftenmarkt spielen die Nachrichtenmagazine, die in der Tradition des investigativen Journalismus der sogenannten muck raker (Schmutzaufwühler) stehen. Mit FOCUS konnte sich die wichtigste Medieninnovation der goer Jahre am deutschen Markt durchsetzen und dem Spiegel

Paroli bieten. Wie das gelang, um welche Zielgruppen die beiden Magazine buhlen, gehört ebenso zu den Fragestellungen des auf zwei Semester angelegten Seminars wie: Gelten die alten Schablonen vom linken und rechten Journalismus noch? Wie haben sich der Platzhirsch aus Hamburg und sein Münchner Konkurrent gegenseitig verändert? Betrachtet werden journalistische Scoops sowie die redaktionellen Abläufe in Magazinen von der Themenfindung bis zur Schlussredaktion, Blattmischung, stilistischen Besonderheiten, Blattkritik und Grundfragen des Presserechts. Die Teilnehmer sind zur aktiven Mitarbeit aufgefordert sowie zur Ausarbeitung von Referaten als Diskussionsgrundlage.

06.02./07.02., 10-17 Uhr (LV: 17925)

BS: Konzertmanagement

(Dr. Alard von Rohr)

Ziel des Seminars ist es, aufzuzeigen, wie künstlerische, wirtschaftliche und organisatorische Faktoren zusammengefügt werden müssen, um ein erfolgreiches Musik-Event gestalten zu können. Dabei sollten in jedem dieser Teilbereiche die Konditionen in sich völlig stimmig sein, damit ein perfekter Ablauf derartiger Events bzw. Konzerte gewährleistet werden kann. Im Detail soll aufgezeigt werden, 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..

18.-20.02., 10-17 Uhr (17904)

BS: Bild, Historisches Zeugnis, Interdisziplinäres Interpretieren

(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 Sommersemester 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: 17916)

BS: ZEIT-Seminar:

Medienmanagement und Medienmarketing in Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen

(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.

FORSCHUNGSPROJEKTE

BMPS: Jugendkulturen als Medienkulturen im 21. Jahrhundert

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Steffen Damm)

ZAD: Migranten als Publika in öffentlichen deutschen Kulturinstitutionen

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Vera Allmanritter)

Doktoranden-Colloquium

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Termine: n.V.

PRAXISPROJEKT-SEMINARE

PPS: Think Volksbühne (LV: 17939)

(Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Gemeinsam mit dem Chefdramaturgen Stefan Rosinski soll die Volksbühne im 21. Jahrhundert neu gedacht und positioniert werden. Im Rahmen eines operativen „Think Tank“ werden die gesellschaftlich-kulturellen, die ästhetischen und medialen Kontexte erforscht und reflektiert.

PPS: Think Kulturkaufhaus Dussmann

(LV: 17935)

(Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Steffen Ritter, Achim Müller, Dr. Steffen Damm)

Das innovative Erfolgskonzept des Kulturkaufhauses Dussmann steht zu Beginn der zehner Jahre des 21. Jahrhunderts auf dem Prüfstand. Neben Kundenbefragungen in- und außerhalb des Kulturkaufhauses in der Friedrichstraße werden Best-Practice-Beispiele international reflektiert sowie die Konsequenzen aus den tiefgreifenden Transformationsprozessen des Buch- und Medienmarktes untersucht.

Forum: Kulturmanagement in China (KUMAC)

PPS: **Digital China 2010. Lange Nacht elektronischer und digitaler Gegenwartskunst und -musik aus China** (LV: 17934)

(Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Shi Li-Henderson)

Im Februar 2010 soll in Berlin eine Lange Nacht der zeitgenössischen chinesischen Kunst „digital arts“ stattfinden, die im Rahmen des eARTS Festivals im Mai 2010 in Shanghai ihre „Erwiderung“ aus Berliner Sicht findet. Neben der planerischen und organisatorischen Unterstützung stehen vor allem Kommunikation und Marketing dieses Kunstevents im Mittelpunkt der Arbeit.

PPS: **Bröhan Museum** (LV: 17933)

(Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Ingeborg Becker, Corinna Pöpke, Achim Müller)

Neue Kommunikationskonzepte, eine differenzierte Ansprache der Zielgruppen, eine verstärkte „Sichtbarkeit“ und „Aufmerksamkeit“ am und über den Standort Charlottenburg hinaus wünscht und braucht das Bröhan-Museum. In enger Zusammenarbeit mit der Direktorin wird diese Aufgabenstellung über Besucherbefragungen, Benchmarks und Ideensammlungen in Angriff genommen.

PPS: **Fest-Kultur 2010** (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: **ENERGY IN THE PARK 2010** (LV: 17934)
(Frank Maass)

Zum achten Mal findet im Sommer 2010 ENERGY in the Park im Strandbad Wannsee statt. Internationale und nationale Stars rocken eine schwimmende Bühne, die eigens für dieses Event auf dem Wannsee aufgebaut wird. 35.000 Radio ENERGY Berlin-Hörer verwandeln das Strandbad Wannsee in eine riesige Beachparty. "NRJ IN THE PARK" hat sich in Berlin als eines der größten, jährlich stattfindenden Open Air Konzerte, in einer einzigartigen Location, dem Strandbad Wannsee etabliert. Das Projektteam wird nach intensiver Einführung in Planung, Finanzierung und Organisation einer solchen populkulturellen Großveranstaltung schrittweise in die Umsetzungsphasen integriert.

PPS: **Kunstherbst Berlin 2010 für Kids** (LV: 17926)
(Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dagmar Boeck)

Nach dem erfolgreichen Abschluss des ersten KUNSTHERBST für Kids setzen wir 2010 die Entdeckungsreise in die Welt der zeitgenössischen bildenden Kunst fort: An den Entstehungsorten von Kunst (Ateliers), an den Vermittlungsorten von Kunst (Galerien, Museen, Sammlungen, Auktionshäuser). Kinder und Jugendliche lernen verschiedene Facetten des Kunstbetriebs ebenso kennen wie die künstlerische Wertschöpfungskette.

DOZENTEN WS 2009/10

Vera Allmanritter, Koordinatorin Zentrum Audience Development, IKM

Dr. Ingeborg Becker, Direktorin Bröhan-Museum

Dr. Gunnar Bender, Rechtsanwalt, Consultant

Prof. Dr. Rolf Budde, Musikverleger

Astrid Dinda, Inhaberin Astrid Dinda Kommunikation

Dr. Christine Eichel, Leiterin Ressort Salon, Cicero

Prof. Ernst Elitz, Intendant Deutschlandradio (Deutschlandradio Kultur/ Deutschlandfunk)

Dr. Rainer Esser, Sprecher der Geschäftsführung DIE ZEIT

Markus Förderl, Information & Politik, TV21 GmbH Fernsehproduktion

Prof. Knut Föckler, Geschäftsführender

Gesellschafter newturn. structuring brands & media, Beratung für Marken und Medien

Prof. Monika Grütters, MdB, Vorstandssprecherin der Stiftung „Branden-burger Tor“ der Bankgesellschaft Berlin

Horst Grysczyk, Präsident der Rechnungshofs Berlin a.D.

Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann, Direktor Institut für Kommunikationsgeschichte und angewandte Kulturwissenschaften, Freie Universität Berlin

Prof. Dr. Jan Hegemann, Rechtsanwalt, Hogan, Hartson Raue L.L.P.

Sirkka Jendis, Neue Geschäftsfelder, Projektleitung Corporate Publishing, DIE ZEIT

Christian-K. Knischewski, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Knischewski & Boßlet GmbH

Ulrike Kretzschmar, Abteilungsleiterin Ausstellungen und Baureferentin, Deutsches Historisches Museum

Andreas Lebert, Chefredakteur „Brigitte“

Dr. Bernhard Lorentz, Vorsitzender der Geschäftsführung Stiftung Mercator

Frank Maass, Direktor Marketing, Promotion, Kooperation, Radio Energy GmbH

Dr. Wilhelm Matejka, Leiter Kulturradio, Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb)

Achim Müller, Selbstständiger Kulturmanager

Moritz Müller-Wirth, Geschäftsführender Redakteur, Mitglied der Chefredaktion DIE ZEIT

Steffen Ritter, Leiter Unternehmens-kommunikation Dussmann AG

Dr. Alard von Rohr, Geschäftsführer A-Pro Just Classics! GmbH, Staatssekretär a.D.

Stefan Rosinski, Chefdramaturg Volksbühne

Peter Rothmann, Dipl.Kfm., Principal A.T. Kearney Management Consulting

Ilona Schmiel, Intendantin u. Geschäftsführerin des Internationalen Beethovenfestes Bonn

Gereon Sievernich, Leiter Martin Gropius Bau, Berliner Festspiele GmbH

Dr. Thomas Steg, Stellvertretender Sprecher der Bundesregierung und stellvertretender Leiter des

Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung

Prof. Dr. Christoph Stölzl, Publizist, Senator für Wissenschaft, Forschung und Kultur a.D.

Wolfgang Trostheide, Steuerberater/ Prokurist, Knischewski & Boßlet GmbH

Dr. Olaf Wilke, Leitender Redakteur, FOCUS Magazin

DOZENTENSTAMM

Der Studiengang ist nicht denkbar ohne die
Lehrkräfte, die in einem bestimmten Rhythmus
einzelne Themenschwerpunkte vertreten.

James Abruzzo, Co-Director, The Center for
Nonprofit and Philanthropic Leadership,
Newark

Ulrich Anschutz, Rechtsanwalt und
Medienberater

Horst-Wolfgang Bremke, Geschäftsführender
Gesellschafter DOC.TV Programm GmbH

Prof. Dr. Ulrich Eckhardt, Intendant Berliner
Festspiele GmbH a.D., Künstlerischer Berater
des Deutschen Symphonie-Orchesters

Ben Hartley, President Ben Hartley Consulting
LLC, Paris

Jens Korte, Inhaber New York German Press

Thomas Krüger, Senator a. D., Präsident
Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn

Ralf Luchter, Projektmanager T-Systems Enter-
prise Service GmbH/Deutsche Telekom AG

Prof. Dr. Hans Ottomeyer, Generaldirektor
Deutsches Historisches Museum

Jim Pegues, Economic Development Officer of
Las Vegas

Prof. Lutz von Pufendorf, Rechtsanwalt,
Staatssekretär Kultur a.D.

Prof. Dr. Peter Raue, Rechtsanwalt und Notar,
Vorsitzender Verein Freunde und Förderer der
Nationalgalerie e.V.

Peter Sauerbaum, Intendant des Orchesters
Frankfurt/Oder

Iris Korinna Scheffler, Managing Director,
Alexander Ochs Galleries Berlin

Dr. Thomas Schmidt-Ott, Musikmanager,
ehem. Chefmanager Klangkörper BR

Karl Schmitt-Walter, Rechtsanwalt, M.A.

Prof. Dr. Olaf Schwencke, MdB/MdEP a.D.,
Präsident Deutsches Komitee für kulturelle
Zusammenarbeit in Europa

Roland Specker, Diplomkaufmann

Alice Ströver, MdB, Vorsitzende des Kulturaus-
schusses des Abgeordnetenhauses von Berlin

Frances Q. Tschinkel, Director Membership
and Public Affairs, The New York Public Library

PRAKTIKUMSPROGRAMM

Wir bieten Ihnen Praktikplätze in ausgewähl-
ten kulturellen Einrichtungen und Wirtschafts-
unternehmen an. Bei Interesse setzen Sie sich
bitte mit uns in Verbindung – wir stellen den
Kontakt her und begleiten Sie beratend
während Ihres Praktikums.

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 mög-
liche Berufsfelder eröffnen, u.a.

_ Alex. Offener Kanal Berlin

_ Berlin Partner GmbH

_ Berlin Tourismus Marketing GmbH

_ Berliner Volksbank

_ Bröhan Museum

_ Daimler Financial Services

_ Data International

_ Deutsche Entertainment AG (DEAG)

_ Deutschlandradio Kultur/ Deutschlandfunk

_ Edelman GmbH, New York, Hamburg

_ Goethe Institut München / Peking

_ Industrie- und Handelskammer Berlin (IHK)

_ Jüdisches Museum Berlin

_ Kulturkaufhaus Dussmann

_ Kultursekretariat des Deutschen

_ Bundestages

_ Kunststiftung Starke

_ Landesverband Berliner Galerien

_ Martin-Gropius-Bau

_ My Space, Berlin

_ Radio Energy GmbH

_ Rundfunk Berlin Brandenburg (rbb)

- _ scholz & friends AG, Berlin
- _ scoyo GmbH
- _ Senatskanzlei, Kulturelle Angelegenheiten
- _ The New York Public Library
- _ Der Tagesspiegel
- _ Theater Brandenburg
- _ Union Investment Real Estate AG
- _ Vodafone Stiftung
- _ DIE ZEIT
- _ Volksbühne Berlin
- _ Wall AG
- _ New York University, Dep. Visual and Performing Arts
- _ Rutgers Business School Newark and New Brunswick
- StudiVZ / SchülerVZ, Berlin
- _ Zoologischer Garten / Tierpark Berlin

NACHGEORDNETE EINRICHTUNGEN

BERLIN MEDIA PROFESSIONAL SCHOOL (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. Initiator und Träger ist der 2004 an der Freien Universität Berlin etablierte Cluster Medienforschung und -praxis. 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

BMPS-SEMINARE

- HS: **Von der Idee zur Sendung. Formatentwicklung im Fernsehen** (LV: 17926)
Markus Förderl
s. S. 9
- Ü: **Empowerment, Partizipation & Advocacy Bürgerjournalismus im digitalen Zeitalter**
René Meyer-Brede
s. S. 13

- BS: **Politische Kommunikation zwischen Informationsvermittlung und Inszenierungszauber** (LV: 17913)
Dr. Thomas Steg
s. S. 16
- BS: **ZEIT-Seminar: Journalistische und verlegerische Konzepte in Zeiten des Wandels** (LV: 17927)
Moritz Müller-Wirth / Sirkka Jendis
s. S. 17

FORSCHUNG/ FÖRDERUNG

- **Vodafone-Masterkolleg „Zukunft der Kommunikation“**
Leitung: Thomas Ellerbeck / Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar
- **Berliner Volksbank Kolleg „Sponsoring und Corporate Social Responsibility“**
Leitung: Dr. Rainer Gentsch / Michael Schröder / Univ. Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

- **Empowerment-Kolleg:**
Leitung: René Meyer-Brede / Univ. Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

- **scoyo-Kolleg:**
Leitung: Dr. Gunnar Bender / Univ. Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

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.