

**Institut für Kultur- und  
Medienmanagement**

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

Internet:

[www.ikm.fu-berlin.de](http://www.ikm.fu-berlin.de)  
[www.bmps.ikm.fu-berlin.de](http://www.bmps.ikm.fu-berlin.de)  
[www.zad.ikm.fu-berlin.de](http://www.zad.ikm.fu-berlin.de)  
[www.kolleg-empowerment.de](http://www.kolleg-empowerment.de)  
[www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/kuma/](http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/kuma/)  
[www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/weo8/news/Fall\\_Academy\\_2010.html](http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/weo8/news/Fall_Academy_2010.html)  
sowie [www.fu-berlin.de](http://www.fu-berlin.de)

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

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

**Sprechstunden in der Vorlesungszeit:**

Fabeckstraße 25, Silberlaube  
– **Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar**  
montags 15-16 Uhr, KL 25/333,  
Tel.: 030/ 838-525 71  
– **Dipl. Päd. Dagmar Boeck**  
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](mailto:dboe@ikm.fu-berlin.de)  
– **Dr. Steffen Damm**  
montags 18-19 Uhr, KL 25/337,  
Tel.: 030/ 838- 525 69  
e-Mail: [stdamm@ikm.fu-berlin.de](mailto:stdamm@ikm.fu-berlin.de)

**Institutssekretariat:**

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

**Zuständiges Prüfungsbüro I:**

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

**Bewerbungsschluss für das  
Wintersemester 2011/ 2012:  
30. Juni 2011 (Ausschlussfrist)**

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

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

**Institut  
für  
Kultur  
und  
Medienmanagement**

**Masterstudiengang  
Arts and Media Administration**

**Kommentiertes  
Vorlesungsverzeichnis**

**Wintersemester 2010/11**

Vorlesungsbeginn: 18. Oktober 2010  
Vorlesungsende: 19. Februar 2011  
Vorlesungsfrei: 20.12.10 – 01.01.11

**INHALT**

Vorwort	2
Das Institut / Weitere Einrichtungen	3
Zusatzzertifikat	4
Lehrveranstaltungen	5
Forschung / Förderung am IKM	25
Praxisprojekt-Seminare	25
Dozenten Wintersemester 2010/11	28
Dozentenstamm	30
Förderer und Freunde	31
Kooperationspartner	31
Nachgeordnete Einrichtungen am IKM:	
BMPS (inkl. BMPS-Seminare)	33
ZAD, KUMA, Zentrum Deutsch- türkische Studien	33
Kontakt, Sprechstunden	36

**VORWORT**

Große Ereignisse werfen ihre langen Schatten voraus: Mit dem Studienjahr 2010/11 beginnt das 20-jährige Jubiläumsjahr des IKM. Und wie es sich für uns gehört, werden wir forschen, lehren, produzieren – und feiern! Das IKM wird 2011 so international wie noch nie agieren: New York, Las Vegas, Istanbul, Peking und Shanghai. Die Drittsemester und insbesondere der jüngste Jahrgang werden – wie auch unsere Dozenten – gefordert und eingebunden sein, und gemeinsam werden wir neue Felder erobern und ungeahnte Erfahrungen machen. Das ist eine „Drohung“, ein Versprechen und eine Verheißung!

Wir begrüßen alle Lehrenden, ganz besonders unsere neu Hinzugekommenen Rainer Glaap, Dr. Knut Nevermann und Dr. Bernd Schmidt. Und wir danken sehr unseren langjährigen Dozenten Jürgen Brümmer und Horst Grysczyk, die ihre Tätigkeit am Institut beenden. Sie werden uns, sie werden den Studenten fehlen.

Lassen Sie uns beginnen,  
Ihr

Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

**DAS INSTITUT**

Direktor:  
**Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar**  
Stellvertreter:  
**Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann**  
Honorarprofessoren:  
**Prof. Dr. Rolf Budde, Prof. Dr. Ulrich Eckhardt,  
Prof. Ernst Elitz, Prof. Knut Föckler,  
Prof. Monika Grütters, Prof. Dr. Jan Hegemann,  
Prof. Dr. Christoph Stölzl**  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter:  
**Dr. Steffen Damm**  
**Dipl. Bw. Jutta Frisch (Drittmittel)**  
Geschäftsführerin:  
**Dipl. Päd. Dagmar Boeck**  
Projektkoordinator:  
**Dipl. Vw. Achim Müller**  
Institutssekretariat:  
**Marion Wagner**  
Studentische Mitarbeiter:  
**Friederike Wagner, Elisabeth Friedrich B.A.**

**WEITERE EINRICHTUNGEN AM IKM**

**BerlinMediaProfessionalSchool (BMPS)**  
Direktorium:  
**Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Ernst Elitz, Univ.-Prof. Dr. Klaus Beck, Moritz Müller-Wirth M.A., Dr. Thomas Steg**  
Wissenschaftlicher Koordinator:  
**Dr. Steffen Damm**  
Tel.: 030/ 838- 525 69  
e-Mail: bmps@ikm.fu-berlin.de  
**Empowerment-Kolleg:**  
Tel.: 030/ 838- 525 65  
**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.**  
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**

Koordinatorin: **Oyuntuya Oyunjargal M.A.**

Tel.: 030/ 838- 580 79/ 77

e-Mail: kuma@zedat.fu-berlin.de

**Zentrum für Deutsch-türkische Studien**

**Bahçeşehir Universität**

Leitung: **Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar,  
Prof. Dr. Haluk Gürgen**

Tel.: 030/ 838- 523 78

e-Mail: ikm.bahcesehir@fu-berlin.de

**NEU: 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.

**LEHRVERANSTALTUNGEN**

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

*Abkürzungen: V - Vorlesung / HS - Hauptseminar /*

*Ü - Übung / C - Colloquium/ PPS - Praxisprojekt-*

*Seminar / BS - Blockseminar*

Unsere medienbezogenen Seminare bieten wir unter dem Dach der BerlinMedia-ProfessionalSchool (BMPS) gebündelt an. Eine Übersicht finden Sie auf Seite 34. 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-institutionellen Verfasstheit mit mittelständischen Unternehmen vergleichbar. Da Theater wie Museen allerdings zumeist noch im Rahmen des öffentlichen Dienstes organisiert sind, stellen sie besondere Herausforderungen im Hinblick auf Planung und Steuerung dar. Das Seminar widmet sich neben der notwendigen kulturgeschichtlichen Einführung ausgewählter Museen und Theater, den Problemen des operativen Managements.

11-13.30 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 —  
 Vorlesungscharakter dient nicht nur der —  
 Einführung in die disziplinäre Identität und —  
 wichtigsten Aufgabenfelder des Faches —  
 Kulturmanagement, sondern auch der vertie- —  
 fenden Erörterung einzelner —  
 Problemstellungen. Dabei wird es vor allem —  
 um thematische Schwerpunkte wie Theorie —  
 und Praxis managerialen Handelns, —  
 Organisationsentwicklung und -kultur oder —  
 auch Unternehmensführung und —  
 Führungsstiltheorien gehen. In jedem Fall —  
 werden neben dem propädeutischen —  
 Charakter die Anwendungsbereiche bzw. —  
 Fallstudien Berücksichtigung finden. —  
 Zur Einführung: Werner Heinrichs: —  
 Kulturmanagement. Eine praxisorientierte —  
 Einführung. Darmstadt 1999; Klaus Siebenhaar (Hg.): —  
 Karriereziel Kulturmanagement. Nürnberg 8/2003 —

14-16 Uhr, Raum KL 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: 17933) —  
 HS: **„Management und Produktion in politisch** —  
**dominierten Kultureinrichtungen“** —  
 (Dr. Bernd Schmidt) —  
 Teilnahme nur für drittes Semester. —

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 gefördert —  
 — 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 spezifische Handling von erfolgskriti- —  
 — schen 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. —

— 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. —

— 20-22 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17905) —  
 — HS: **Kulturförderung / Kulturverwaltung** —  
 — (Dr. Knut Nevermann) —  
 — Beginn: 25.10. —

— Freiheit, Vielfalt und Förderung der —  
 — Kulturinstitutionen in Deutschland sind welt- —  
 — weit beispielhaft. Sie sind das Ergebnis der —  
 — föderalen Geschichte unserer „verspäteten“ —  
 — Nation. Vielfalt aber will verwaltet und —  
 — verantwortet sein. Wie geschieht das in —  
 — Deutschland? Wie ist das Verhältnis der Träger —

und Förderer der öffentlichen Hände (Bund, Länder, Städte und Gemeinden) zueinander und zu den privat-kommerziellen Unternehmen (Kulturwirtschaft, vor allem Print- und AV-Medien) und zivilgesellschaftlichen Akteuren (Stiftungen, Mäzene usw.) geregelt – und wie funktioniert es wirklich? Im Mittelpunkt wird die einzelne Kultureinrichtung stehen (Theater, Museen usw.) und ihre Einbettung in Kulturverwaltung und Kulturpolitik untersucht. Wie interagieren Träger und Einrichtung, wie wird Freiheit und Kontrolle gewährleistet, wie wird das Verhältnis von Kunstproduktion und Ressourcenmanagement intern organisiert. Wie haben sich die Budgets und das Haushaltsrecht entwickelt? Gibt es genuin politische, gar parteipolitische Schwerpunktsetzungen und Einflussnahmen? Und war das alles früher besser, anders?

**Dienstag**

**BMPS-Seminar**

09-11 Uhr, Raum KL 31/102 (LV: 17913)  
 HS: **Fernsehen zwischen Information und Unterhaltung**  
 (Dr. Thomas Steg)  
 Beginn: 14.12.

Das Fernsehen ist unverändert das Medium mit der größten Reichweite und der höchsten Glaubwürdigkeit. Für mehr als 90 Prozent der Deutschen ist das Fernsehen die wichtigste politische Informationsquelle. Zugleich ist Fernsehen ein gemeinsames Unterhaltungsmedium. Was bedeutet das für politischen Journalismus und politische Informationen? Muss Politik unterhaltsam sein, um als fernsehtauglich zu gelten? In der Veranstaltung sollen verschiedene Fernsehformate eingehend analysiert und verglichen werden. Ein Schwerpunkt wird dabei auf Talk-Shows gelegt, die einst als „Ersatzparlament“ erschienen, mittlerweile aber über kontinuierlichen Zuschauerschwund klagen.

11-13 Uhr, Raum KL 31/102 (LV: 17926)  
 HS: **Grundlagen empirischen Arbeitens**  
 (Vera Allmanritter, Achim Müller)  
 ab 19.10.2010, wöchentlich bis 07.12.2010

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 welcher 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.

**Anschließend, ab 14.12.**

11-13 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17933)  
 HS: **Management in Wirtschaftsunternehmen. Akteure, Strukturen, Herausforderungen**  
 (Lorenz Savelsberg)

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.

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 Vermittlungs-  
formen 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 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.

16s.t.-17.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17900)  
HS: **Der Öffentlich-Rechtliche Rundfunk und  
sein Kulturauftrag**  
(Prof. Ernst Elitz)

Behandelt wird die Organisations- und  
Programmgeschichte der elektronischen  
Medien in Deutschland von 1923  
(Ausstrahlung der ersten Radiosendung) bis  
heute (60 Radio- und 19 Fernsehprogramme).  
Die Darstellung umfasst die Weimarer  
Republik, das Dritte Reich und die unter-  
schiedlichen Rundfunksysteme im geteilten  
Deutschland. Besonderes Gewicht wird auf  
die aktuelle Wahrnehmung des  
Kulturauftrags im Vergleich zu den  
Printmedien, auf neue digitale, interaktive

Angebote und die aktuellen medienpoliti-  
schen Auseinandersetzung um Qualität und  
Zukunftsorientierung von ARD, ZDF und  
Deutschlandradio gelegt. Am Seminar werden  
auch Programmverantwortliche der Sender  
und Kritiker des öffentlich-rechtlichen  
Systems teilnehmen. Für den Einblick in die  
praktische Arbeit ist der Besuch von  
Redaktionskonferenzen Bestandteil des  
Seminarprogramms.

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 vermit-  
teln. Teil 1 der Vorlesung behandelt die allge-  
meinen rechtlichen Aspekte:  
Verfassungsrechtliche Verankerung von  
Kunst-, Presse- und Medienfreiheit | allgemei-  
ne 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 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 Unternehmenskommuni-  
kation, 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 verfolgt das Ziel der Absatzförderung einer Ware nicht direkt, sondern 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.

**Mittwoch**

09-10.30 Uhr, Raum KL 25/122a (LV: 17931)  
 Ü: **kultinger 17. Konzeption und Umsetzung**  
 (Ingolf Kern)  
 Beginn: 27.10.

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.

**Donnerstag**

**BMPS-Seminar**

**Empowerment-Kolleg**

n.V., Raum KL 32/102 (LV: 17942)  
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dagmar Boeck)

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. Den Teilnehmern wird die Möglichkeit geboten, 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. Das Team des Empowerment-Kollegs erarbeitet das Konzept zur Magazinsendung „Kultinger“ mit regelmäßiger Ausstrahlung im TV – Programm des Berliner Senders „Alex“.

16-18 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17906)  
 HS: **Grundlagen empirischen Arbeitens Teil 2**  
 (Achim Müller, Vera Allmanritter)  
 ab 14.12.  
 Ankündigungstext s. S. 9

18s.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 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.

19.45-21.15 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17903)

Ü: **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.

**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:**

18./19.10. (Aushang KL 25/339)

**BMPS-Seminar**

29.-31.10., 10-17 Uhr (LV: 17927)

Einführung 21.10., 14-16 Uhr

**BS: ZEIT-Seminar: Journalistische und verlegerische 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 behandelt. Außerdem werden Grundkenntnisse im Verfassen von journalistischer Texte aller Genres anhand von praktischen Übungen vermittelt. Wie reagieren Qualitätsmedien auf die Krise? Müssen Redaktion und Verlag eng zusammenarbeiten und ist dadurch die journalistische 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.

Do. 04./05.11., 10-17 Uhr (LV: 17919)

**American Lectures: „Fundraising / Development“**

(Francis Q. Tschinkel)

in englischer Sprache

Neben einer grundlegenden Einführung in die amerikanische Fundraisingphilosophie und -praxis werden exemplarische Konzepte erfolgreicher Fundraisingstrategien am Beispiel der New Public Library vermittelt.



Fr. 05./06.11., 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.

Do. 11./12.11., 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 praxisorientierten Vertiefung des kaufmännischen Rechnungswesens. Unter fachkundiger Anleitung werden die wichtigsten Frage- und Problemstellungen noch einmal dargestellt und im konkreten Anwendungszusammenhang diskutiert.

13./14.11., 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 beispielsweise 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.

20./21.11., 10-17 Uhr (LV: 17924)  
**BS: Kulturradio oder Kultur im Radio**  
 (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 programmliche Ausrichtung eines Kultursenders entfacht: zwischen Wunsch nach einer zeitgemäßen Kulturberichterstattung, die die Gesamtheit kulturvollen 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.

27./28.11., 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 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 Hauptstadtkulturfonds und Kulturstiftung des Bundes. Sponsorengewinnung und -verträge, Werbung und Pressearbeit. Die Teilnehmer erhalten einen umfassenden Einblick in die Funktionsweise des Hauses.

Fr 03./04.12.2010, 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.

11./12.12., 10-17 Uhr (LV: 17 921)  
**BS: Methoden und Techniken der Kommunikation in Journalismus und Wirtschaft**  
 (Horst-Wolfgang Bremke)

Unvermittelt sehen sich die Kommunikationsabteilungen einer Revolution ihres Selbstverständnisses gegenüber. Die steuerbare Kommunikation von innen nach außen ist Vergangenheit. Das Web 2.0 macht obendrein betriebliche Kommunikation zu einem immer schwerer fassbaren Unterfangen. Große Firmen nutzen das Netz und seine Communities längst zum Marketing. Woran sie oft ungenügend denken: Sich auf die Krisen vorzubereiten, die aus dem Netz unvermittelter, umfangreicher und unkontrollierter lauern. Wie kann man sich und das Management darauf vorbereiten? Im Seminar soll das Einbringen von dialektischen Methoden und Techniken in diverse Formen der Kommunikation (Gespräche, Interviews, Debatten, Talkshows, Versammlungen usw.) aufgezeigt und praktiziert werden. Dies geschieht an Beispielen aus der journalistischen Werkstatt. Der Dozent hat im Training von Talkmastern, Moderatoren und dem Coaching von Managern jahrzehntelange Erfahrung, die er in Theorie und praktischer Übung mit den Teilnehmern erarbeiten wird. Einbezogen sind in die Methodik Erkenntnisse der modernen Unternehmenskommunikation.

29./30.01.2011, 10-17 Uhr (LV: 17944)  
**BS: Die Temporäre Kunsthalle. Ein Lehrstück zu Anspruch und Wirklichkeit**  
 (Benjamin Anders)

Die Temporäre Kunsthalle ist ein Lehrstück über Führung und Steuerung, Struktur und Programmatik, aber auch über Anspruch und Wirklichkeit eines ambitionierten Kunstprojekts. 2008 zur Überbrückung der Zeit bis zum Baubeginn des Humboldt-Forums am Schlossplatz eröffnet, zeigte sich rasch, dass zeitgenössische Kunst selbst an einem derart exponierten Standort nicht automatisch als Publikumsmagnet wirkt. Strukturelle Probleme sowie Schwächen in Personalmanagement und Programmpolitik führten das Projekt an den Rand des

Scheiterns. Das Seminar gibt einen Überblick über Idee und Entwicklung der Temporären Kunsthalle und vermittelt praxisnahe Einblicke in das Management eines solchen Projekts.

Fr 06./07.01.2011, 10-17 Uhr (LV: 17926)  
**BS: Politischer Fernsehjournalismus und seine Formate**  
 (Markus Förderl)

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?

Fr. 14./15.01., 10-17 Uhr (LV: 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: \_Brömming, 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.

22./23.01., 10-17 Uhr (LV: 17934)  
**BS: Vertriebsmanagement**  
 (Rainer Glapp)  
 Teilnahme nur für drittes 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 deshalb anhand exemplarischer Fälle die technischen wie strategischen Grundlagen eines zeitgemäßen Ticketing und auf dem Kultur- und Entertainmentmarkt vermittelt.

05./06.02., 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.

12./13.02., 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..

n.V., 10-17 Uhr (LV: 17912)  
**BS: Präsentationstraining**  
 (Astrid Dinda)  
 Teilnahme nur für drittes 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 Aufmerksam-

keit 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.

n.V. (LV: 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 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.

## BLOCKSEMINARE

n.V. (LV: 17929)  
**BS: AMERICAN LECTURES: Kultursysteme im Vergleich. Exkursion New York - Las Vegas**  
(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.

02.-16.10. (LV: 17945)  
**BS: Fall Academy**  
(Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. Haluk Gürgen)

Die „Fall Academy“ 2011 ist der Auftakt einer langfristig angelegten Kooperation zwischen dem Fachbereich für Kommunikation der Bahçeşehir Universität Istanbul und dem Institut für Kultur- und Medienmanagement der Freien Universität Berlin. 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.  
Das zweiwöchige Programm vermittelt den 20 deutschen und türkischen Akademieteilnehmern intensive Einblicke in die deutsche und vor allem in die Berliner Medienlandschaft. Im Frühjahr 2011 findet das Pendant, die „Spring Academy“ in Istanbul statt.

## FORSCHUNG / FÖRDERUNG AM IKM PRAXISPROJEKTSEMINARE

### 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, Vera Allmanritter)

**ZAD: Migranten im deutschen Kulturbetrieb**  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Vera Allmanritter)

**E-Plus-Kolleg „Digitale Öffentlichkeiten“**  
Leitung: Dr. Gunnar Bender / Univ. Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

**Berliner Volksbank Kolleg „Sponsoring und Corporate Social Responsibility“**  
Leitung: Dr. Rainer Gentzsch / Michael Schröder / Univ. Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

**Empowerment-Kolleg:**  
Leitung: Univ. Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

### PRAXISPROJEKT-SEMINARE

**E-Plus-Praxis- und Forschungsprojekt: „Digitale Öffentlichkeiten“**  
(Leitung: Dr. Gunnar Bender / Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

**C: Aspekte digitaler Öffentlichkeiten: Einführungsseminar**  
(Elias Sievernich)

Mediensysteme weltweit ändern sich. Neben den traditionellen Massenmedien in all ihren Verbreitungskanälen gewinnen die Sozial-Medien an Bedeutung. Wird damit auch die „Belieferung mit Öffentlichkeit“ durch die Massenmedien von der Emergenz einer pluralistischeren „digitalen Öffentlichkeit“ ersetzt? Das Einführungsseminar diskutiert diese und verwandte Fragen in Theorie und Praxis.

PPS: **Ausstellungsprojekte: digitale und multimediale Kunst**  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar et al.)

PPS: **Hauptstadtgespräche und Konferenz: Digitale Öffentlichkeiten**  
(Oyuntuya Oyunjargal, Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dagmar Boeck)

PPS: **„In dubio pro arte“: 20 Jahre IKM**  
(LV: 17942)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Thomas Schmidt-Ott, Ilona Schmiel, Dagmar Boeck)

Gegründet 1990/91 in der Aufbruchzeit nach dem Fall der Mauer, ist der Studiengang und sein Institut für Kultur- und Medienmanagement dem unternehmerischen Geist der Pionierjahre bis heute verpflichtet geblieben. 20 Jahre IKM sind ein guter Anlass, um mit all denen das Jubiläum zu begehen, die uns bei unseren Unternehmungen begleitet und unterstützt haben: mit unseren nationalen und mit ausgewählten internationalen Partnern aus den USA, aus China und der Türkei. Beheimatet in Berlin – in der Welt zu Hause ...

PPS: **Fest-Kultur 2011** (LV: 17941)  
(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: **Deutsch-türkische Studien: Festival / Konferenz “50 Jahre Gastarbeitervertrag”**  
(LV: 17939)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. Haluk Gürgen, Özcan Mutlu)

Im Rahmen der Kooperation mit der Bahcesehir Universität Istanbul begehen wir

den 50. Jahrestag der Unterzeichnung des Anwerbeabkommen zwischen der Bundesrepublik und der Türkei mit einem Festival mit integrierter wissenschaftlicher Konferenz an wechselnden Orten innerhalb Berlins. Neben dem kulturellen Austausch werden wir Aspekten der Migrationsforschung, von hybriden Identitäten und Perspektiven aus Sicht beider Länder im Rahmen der Konferenz nachgehen.

PPS: **Berlin-Tokyo-Ausstellung zeitgenössischer Kunst, mit dem Goethe Institut Tokyo**  
(LV: 17945)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Das IKM realisiert 2011 gemeinsam mit dem Goethe-Institut in Tokyo eine großangelegte Ausstellung zeitgenössischer japanischer Kunst im Museum of Contemporary Art Tokyo. Unter kuratorischer Mitwirkung von Angela Rosenberg (ehem. Temporäre Kunsthalle Berlin) werden sämtliche Aspekte des Ausstellungsmanagements vom Künstlerkontakt bis zur Drittmittelakquise zum Tragen kommen.

PPS: **Identität stiften! Eine Marketingstudie für das Theater Oberhausen** (LV: 17940)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

In Nordrhein-Westfalen erlebte die Kulturlandschaft im vergangenen Jahr die Auswirkungen der Finanzkrise; rapide Kürzungsmaßnahmen begannen die Existenz von verschiedenen Theatern zu bedrohen. Auch in Oberhausen, wo die pro Kopf Verschuldung derzeit bei 7134 g pro Einwohner liegt, ist das Theater zum Sparen gezwungen. Angesichts dieser finanziellen Bedrohung gilt es mehr als zuvor, die Legitimation des Theaters als identitätsstiftendes Stadtelement zu untermauern um so die Existenz kultureller Vielfalt zu sichern. Deshalb bildet den Schwerpunkt des Projekts die Verankerung des Theaters in der Stadt. Wie tritt man mit seinem Publikum in Kontakt? Welche Netzwerke bergen Potential? Was bedeutet zukunftsorientiertes Marketing für ein Theater? Dabei wird zunächst mittels einer Zuschauerbefragung und Marketinganalyse die IST-Situation untersucht, um schließlich praxisorientierte Visionen für ein Stadttheater der Zukunft auszusprechen.

PPS: **Sommerfest der Stiftung Preußischer Kulturbesitz**  
(LV: 17946)  
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dagmar Boeck)

Der Gartenempfang des Präsidenten der SMPK dient seit 2009 der Selbstdarstellung der Stiftung mit all ihren Sparten und Einrichtungen. Das IKM wird den Empfang für Entscheidungsträger und Multiplikatoren aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Wissenschaft im Jahr 2011 zum ersten Mal organisieren.

## DOZENTEN WS 2010/11

**Vera Allmanritter**, Koordinatorin ZAD/IKM

**Benjamin Anders**, Geschäftsführer der Temporären Kunsthalle 2009/2010

**Dr. Gunnar Bender**, Director Corporate Communications und Mitglied der Geschäftsleitung E-Plus Gruppe Mobilfunk GmbH

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

**Prof. Dr. Rolf Budde**, Musikverleger

**Astrid Dinda**, Inhaberin Astrid Dinda Kommunikation

**Prof. Ernst Elitz**, Publizist, Gründungsintendant Deutschlandradio (Deutschlandradio Kultur/Deutschlandfunk)

**Markus Förderl**, Information & Politik, TV21 GmbH Fernsehproduktion

**Rainer Glaap**, Manager Operations Eventim Classical CTS Eventim AG

**Prof. Monika Grütters**, MdB, Vorstandssprecherin der Stiftung „Brandenburger Tor“ der Bankgesellschaft Berlin

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

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

**Sirkka Jendis**, DIE ZEIT, Tempus Leitung Corporate Publishing

**Ingolf Kern**, Publizist, Pressesprecher der Stiftung Bauhaus Dessau

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

**Ulrike Kretzschmar**, Abteilungsleiterin

Ausstellungen und Baureferentin, Deutsches Historisches Museum

**Andreas Lebert**, Chefredakteur „Brigitte“

**Dr. Bernhard Lorentz**, Geschäftsführer Mercator Stiftung Essen

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

**Achim Müller**, Selbstständiger Kulturmanager

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

**Özcan Mutlu**, MdA, Bildungspolitischer Sprecher Bündnis 90/Die Grünen

**Dr. Knut Nevermann**, Jurist, habilitierter Politologe, Staatssekretär a. D.

**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

**Ilona Schmiel**, Intendantin u. Geschäftsführerin des Internationalen Beethovenfestes Bonn

**Dr. Bernd Schmidt**, Intendant und Geschäftsführer FriedrichstadtPalast Betriebsgesellschaft mbH

**Elias Sievernich**, Doktorand am IKM

**Gereon Sievernich**, Leiter Martin Gropius Bau, Berliner Festspiele GmbH

**Dr. Thomas Steg**, Geschäftsführender Gesellschafter Steg.Kommunikation GmbH, ehem. stellvertretender Sprecher der Bundesregierung

**Prof. Dr. Christoph Stölzl**, Publizist, Rektor HfM „Franz Liszt“ Weimar, Senator für Wissenschaft, Forschung und Kultur a.D.

**Francis Q. Tschinkel**, Consultant, New York

**Wolfgang Trostheide**, Steuerberater/ Prokurist, Knischewski & Boßlet GmbH

## DOZENTENSTAMM

Weitere Lehrkräfte bieten in einem bestimmten Rhythmus einzelne Themenschwerpunkte an.

**Ulrich Anschütz**, Freiberuflicher Journalist und Medienberater

**Prof. Dr. Ulrich Eckhardt**, Intendant Berliner Festspiele GmbH a.D.

**Thomas Eller**, Künstler und Publizist

**Dr. Rainer Esser**, Sprecher der Geschäftsführung DIE ZEIT

**Kai Falk**, Direktor Kommunikation HDE

**Prof. Knut Föckler**, Geschäftsführender Gesellschafter newturn. structuring brands & media, Beratung für Marken und Medien



**Peter Gartiser**, Geschäftsführender  
Gesellschafter Metrum  
Managementberatung GmbH, München  
**Matthias Gülzow**, Geschäftsführer Radio  
Paradiso  
**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  
**Ralf Luchter**, Senior-Projektmanager T-  
Systems Enterprise Service GmbH/Deutsche  
Telekom AG  
**Frank Maass**, Direktor Marketing, Promotion,  
Kooperation, Radio Energy GmbH  
**Prof. Uli Mayer-Johanssen**, Mitglied des  
Vorstands MetaDesign AG  
**Gerald Mertens**, Geschäftsführer Deutsche  
Orchestervereinigung  
**Prof. Dr. Hans Ottomeyer**, Präsident  
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.  
**Stefan Rosinski**, Dramaturg  
**Iris Korinna Scheffler**, Direktorin Sprüth  
Magers Berlin  
**Dr. Thomas Schmidt-Ott**, Head of  
Entertainment & Stage Productions, TUI  
Cruises GmbH  
**Prof. Dr. Olaf Schwencke**, MdB/MdEP a.D.,  
Präsident Deutsches Komitee für kulturelle  
Zusammenarbeit in Europa  
**René Sittner**, Rechtsanwalt, Mediator  
**Roland Specker**, Diplomkaufmann  
**Alice Ströver**, Mda, Vorsitzende des Kultur-  
ausschusses des Abgeordnetenhauses von  
Berlin  
**Detlef Untermann**, Geschäftsführender  
Gesellschafter Butterfly Communications  
**Christoph Wagner-Trenkwitz**, Chefdramaturg,  
Mitglied des Direktoriums, Volksoper Wien  
**Dr. Olaf Wilke**, Leitender Redakteur, FOCUS  
Magazin  
**Stefan Wollmann**, Leiter Marketing, Wiener  
Festwochen

**PRAKTIKUMSPROGRAMM**  
Wir bieten Ihnen Praktikaplätze in ausgewähl-  
ten kulturellen Einrichtungen und  
Wirtschaftsunternehmen an. Bei Interesse set-  
zen Sie sich bitte mit uns in Verbindung.

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

**KOOPERATIONSPARTNER**  
Der Studiengang kooperiert mit engagierten  
Partnern aus dem Kultur-, Medien-, Wirtschafts-  
und Verwaltungsbereich, die Know-how und  
Erfahrungen weitergeben sowie durch  
Praxisprojekte Einblicke in mögliche Berufs-  
felder 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  
\_ 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  
\_ Museum für Naturkunde  
\_ Radio Energy GmbH



- \_ Rundfunk Berlin Brandenburg (rbb) \_\_\_\_\_
- \_ scholz & friends AG, Berlin \_\_\_\_\_
- \_ Senatskanzlei, Kulturelle Angelegenheiten \_\_\_\_\_
- \_ Stiftung Zukunft Berlin \_\_\_\_\_
- \_ The New York Public Library \_\_\_\_\_
- \_ Turner Broadcasting GmbH \_\_\_\_\_
- \_ Vodafone Stiftung \_\_\_\_\_
- \_ Volksbühne Berlin \_\_\_\_\_
- \_ DIE ZEIT \_\_\_\_\_
- \_ New York University, Dep. Visual and \_\_\_\_\_
- \_ Performing Arts \_\_\_\_\_
- \_ Rutgers Business School Newark and New \_\_\_\_\_
- \_ Brunswick \_\_\_\_\_
- \_ StudiVZ/SchülerVZ, Berlin \_\_\_\_\_
- \_ Theater Oberhausen \_\_\_\_\_
- \_ Theaterakademie Shanghai \_\_\_\_\_
- \_ Zoologischer Garten Berlin / Tierpark Berlin \_\_\_\_\_

**BMPS-SEMINARE IM WS 2010/11**

**HS: Der Öffentlich-Rechtliche Rundfunk und sein Kulturauftrag**  
(Prof. Ernst Elitz)

**HS: Fernsehen zwischen Information und Unterhaltung**  
(Dr. Thomas Steg)

**Ü: Empowerment, Partizipation & Advocacy**  
**Bürgerjournalismus im digilogen Zeitalter**

**BS: ZEIT-Seminar: Journalistische und verlegerische Konzepte in Zeiten des Wandels**  
(Moritz Müller-Wirth / Sirkka Jendis)

**BS: Magazinjournalismus**  
(Dr. Olaf Wilke)

**BS: Politischer Fernsehjournalismus und seine Formate**  
(Markus Förderl)

**NACHGEORDNETE EINRICHTUNGEN**

BERLIN MEDIA PROFESSIONAL SCHOOL (BMPS)

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

Die BMPS ist ein unabhängiges, transdisziplinär arbeitendes Kompetenzzentrum mit Einbindung in den universitären Kontext, starker medienpraktischer Vernetzung und internationaler Ausrichtung am Medienstandort Berlin. Ein Kreis von medienwissenschaftlich forschenden und lehrenden Hochschullehrern der Freien Universität Berlin sieht sich dabei den Schwerpunkten verpflichtet:

- \_ Forum. Dialog und Diskussion zwischen Medienwissenschaft und Medienpraxis
- \_ Forschung. Grundlagenforschung und angewandte Forschung
- \_ Förderung. Nachwuchsförderung und professionelle Weiterbildung

**ZENTRUM FÜR AUDIENCE DEVELOPMENT (ZAD)**

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

Das ZAD ist eine transdisziplinäre, anwendungsorientierte Einrichtung des IKM mit der Aufgabe einer dauerhaften systematisierenden Verbindung von Kulturmanagementforschung und universitär fundierter künstlerischer Vermittlungsarbeit. Das ZAD integriert Strategien der Publikumsforschung, des Marketing, der Kulturvermittlung und kulturellen Bildung mit Aspekten der Organisationslehre (Führung und Steuerung von Kultureinrichtungen). Im Mittelpunkt der Arbeit stehen empirische Studien zur Kulturmarktforschung, Analysen zur Nachfrage- und Besucherorientierung von Kulturinstitutionen, Präsentationen von Best-Practice-Beispielen zukunftsweisender Kulturvermittlung in allen künstlerischen Genres sowie die Entwicklung eigener Konzepte des Audience Development.

**ZENTRUM FÜR KULTURMANAGEMENT IN CHINA**

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

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".

**ZENTRUM FÜR DEUTSCH-TÜRKISCHE-STUDIEN**

[http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/weo8/news/fall\\_academy\\_2010.html](http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/weo8/news/fall_academy_2010.html)

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 Zentrums für deutsch-türkische Studien zusammengefasst werden:

1. Ausbau bzw. Entwicklung von Forschungsaktivitäten in den Forschungsthemen Audience Development, empirische Forschung, Empowerment sowie Migrationsforschung (z.B. hybride Identitäten).
2. Auf- und Ausbau wissenschaftlicher Beziehungen zu namhaften türkischen Universitäten, 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.