

Institut für Kultur- und Medienmanagement

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

Internet:

www.ikm.fu-berlin.de

www.bmps.ikm.fu-berlin.de

www.zad.ikm.fu-berlin.de

www.kolleg-empowerment.de

www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/kuma/

[www.geisteswissenschaften.fu-](http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/weo8/news/Fall_Academy_2010.html)

[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

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

mittwochs 10-11 Uhr, KL 25/333,

Tel.: 030/ 838-525 71

– Dipl. Päd. Dagmar Boeck

mittwochs 9.30-10.30 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 2011/ 2012:

30. Juni 2011 (Ausschlussfrist)

Weitere Informationen unter:

www.ikm.fu-berlin.de

sowie während unserer Sprechzeiten.

www.ikm.fu-berlin.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

Fachbereich Philosophie und Geisteswissenschaften

Institut für Kultur und Medienmanagement

Masterstudiengang Arts and Media Administration

Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

Sommersemester 2011

Vorlesungsbeginn: 11. April 2011

Vorlesungsende: 17. Juli 2011

Vorlesungsfrei: 25.04., 02.06., 13.06.

INHALT

Vorwort	2
Das Institut	3
Weitere Einrichtungen	3
Lehrveranstaltungen	5
Blockseminare	16
Wiener Lektionen	21
Berufsvorbereitende Colloquia	26
Praxisprojekt-Seminare	27
Forschung am IKM	31
Dozenten Sommersemester 2010	32
Dozentenstamm	33
Förderer und Freunde	34
Kooperationspartner	34
Nachgeordnete Einrichtungen am	
IKM: BMPS, ZAD, KUMA, ZDTS	35
BMPS-Seminare	35
Kontakt, Sprechstunden	38

VORWORT

Das IKM feiert in diesem Jahr seinen 20. Geburtstag. Gegründet im November 1991 in der Aufbruchzeit nach dem Fall der Mauer, ist der Studiengang und sein Institut für Kultur- und Medienmanagement dem unternehmerischen Geist und Elan 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 Seminaren, Forschungen und Praxisprojekten begleitet und unterstützt haben: mit unseren nationalen und internationalen Partnern aus den USA, aus Österreich, aus China und der Türkei. Einen besonderen Akzent setzt dabei das internationale Kulturfestival „B-34: KulturK“, das wir im September zusammen mit unseren türkischen Partnern in Berlin und Istanbul durchführen. Und natürlich die 1. Summer Academy mit der CAFA in Peking und Berlin. Wir begrüßen die Dozenten, unter denen Dr. Dr. Alexander Görlach, Guido Herrmann und Ronny Unganz neu hinzugekommen sind, und wünschen ihnen, den Studierenden und uns allen gemeinsam ein garantiert ereignisreiches und erfrischendes Jubiläumsemester.

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
 Wissenschaftliche Mitarbeiter:
Dr. Steffen Damm
Dipl. Bw. Jutta Frisch (Drittmittel)
 Geschäftsführerin:
Dipl. Päd. Dagmar Boeck
 Projektkoordinator:
Dipl. Vw. Achim Müller
 Institutssekretariat:
Marion Wagner
 Studentische Mitarbeiter:
Beate Truong B.A., Friederike Wagner

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:
 Koordination: **Kilian Bruneß M.A.**
 Tel.: 030/ 838- 525 65

Zentrum für Audience Development (ZAD)
 Leitung: **Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Thomas Schmidt-Ott, Dipl. Vw. Achim Müller (geschäftsführend), Prof. Dr. Bernhard Graf**
 Koordination: **N.N.**
 Tel.: 030/ 838- 580 80
 e-Mail: zad@ikm.fu-berlin.de

Zentrum für Kulturmanagement in China (KUMA)
 Leitung: **Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Uwe Nitschke**
 Koordination: **Oyuntuya Oyunjargal M.A.**
 Tel.: 030/ 838- 580 79
 e-Mail: kuma@zedat.fu-berlin.de

Zentrum für Deutsch-Türkische Studien (ZDTS)

Koordination: **Meliha Coşkun-Yildar M.A.**

Tel.: 030/ 838- 523 78

e-Mail: ikm@bahcesehir.edu.tr

ZUSATZZERTIFIKAT

Journalismus und Medienproduktion für Studierende des Studiengangs Arts and Media Administration

Im Rahmen der **BERLINMEDIAPROFESSIONALSCHOOL** können die Studierenden am IKM seit dem Wintersemester 2009/10 eine neue spezielle Zusatzqualifikation erwerben, die ausgewählte journalistische Medienangebote des IKM mit den filmpraktischen und bürgerjournalistischen Übungen des Empowerment-Kollegs der BMPS verbindet. Die Qualifikation befähigt bei 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 (insg. 1 SWS)

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

• **Ü: Empowerment-Kolleg** über 2 Semester (insg. 4 SWS)

_ Teilnahme an **Medien- und Techniktraining**

Alex – Offener Kanal Berlin (Kamera, Schnitt) und

_ projektbezogene Tätigkeiten im Rahmen des **Empowerment-Kollegs** über 2 Semester.

Insgesamt: 15 SWS, die im Rahmen der Gesamtzahl der zu erbringenden SWS angerechnet werden.

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 gebündelt unter dem Dach der BerlinMedia-ProfessionalSchool (BMPS) an. Eine Übersicht finden Sie auf S. 35. Die Seminare sind ebenfalls mit „BMPS-Seminar“ gekennzeichnet.

Montag

BMPS-Seminar

09-11 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 915)

HS: **Digitales und Geist – wie das Web unsere Kultur rekonfiguriert**

(Dr. Dr. Alexander Görlach)

Beginn: 02.05. bis 23.05.

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

09-11 Uhr Raum KL 32/102 (LV: 17 911)

HS: **Aspekte des Kulturmanagements II: Strategisches Management im Kontext von Planung, Steuerung und Organisation**

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

11.04., 18.04. und ab 30.05.

Das Seminar wird vertiefend die verhaltenswissenschaftlichen Grundlagen managerialer Praxis in Organisationen wie Führung, Entscheidung, Motivation und Strategie zum

Thema haben und anwendungsbezogen diskutieren. Dabei geht es vor allem um die damit zusammenhängenden gruppenspezifischen Prozesse in aufbau- und ablauforganisatorischen Zusammenhängen, wie sie vorbereitend im Wintersemester behandelt wurden.

11-13.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 897)

V: Kultur- und Medienmarketing
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Der Ausgangspunkt eines jeden Marketingmanagements ist nicht die Frage, „wie man Leistungen verkauft, sondern die Frage, was man leisten und anbieten soll“ (Philip Kotler). Mit dieser allgemeingültigen Aussage zum Marketingprozess ist zugleich das Spannungsfeld zu den Anforderungen eines kulturspezifischen Marketings benannt – zumal, wenn der Non-profit-Bereich des Kulturbetriebs im Mittelpunkt steht. Das Seminar will entsprechend sowohl die philosophischen Grundlagen, die einzelnen Instrumente und konkreten Handlungsstrategien eines zeitgemäßen Marketingparadigmas als auch die besonderen Anwendungsbedingungen des Kulturmarketings vermitteln. Neben den theoretischen Explikationen wird es am Beispiel u.a. von Theatern und Museen mittels praxisnaher Feldforschungen, Fallbeispielen und Expertengesprächen um einen fundierten Einblick und Überblick zu Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung eines avancierten Marketing-Managements gehen.
Zur ersten Einführung: Armin Klein, Kulturmarketing, München 2001.

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

HS: Debatten zur Kultur- und Medientheorie
(Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann)

In diesem Lektürekurs sollen exemplarische Texte zur Kultur- und Medientheorie seit Beginn des 20. Jahrhunderts vorgestellt und diskutiert werden. Von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen wird erwartet, dass sie die Texte nicht nur lesen, sondern auch bereit sind, diese vor dem Plenum vorzustellen und dadurch eine – hoffentlich rege – Diskussion anzuzetteln. Die Grundlagentexte finden sich in: Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, München (6. Aufl.) 2008.

16-18 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 910)

HS: Kulturverwaltung/Haushaltswesen
(Guido Herrmann)

Beginn: 11.04.-23.05.

Kultur braucht Geld – zumeist auch immer noch öffentliches! Wie aber ist dessen Weg von der Haushaltsplanaufstellung über die Bewilligung öffentlicher Zuwendungen bis hin zur Abrechnung und Kontrolle? Wer bestimmt über die Vergabe und welche Kriterien gelten? Wie funktioniert die Interaktion zwischen Politik, Verwaltung und Kulturinstitutionen? Das Seminar führt in das Haushaltswesen ein und behandelt dabei am Beispiel Berlins die Themen: Struktur des Berliner Haushalts, Rechtsgrundlagen, Haushaltsplan, Haushaltsgesetz, Parlamentarische Beratung, Haushaltskontrolle. Daneben werden die verschiedenen Rechtsformen der Kulturbetriebe, deren Betriebs- und Wirtschaftsführung erläutert sowie ein Überblick über das Zuwendungsrecht (Institutionen und Projekte), geltende Zuwendungsbestimmungen und die Kontrollmechanismen gegeben. Am Ende steht auch die Erörterung der Perspektiven: bleibt die öffentliche Kulturfinanzierung so wie sie ist? Welche Ansätze gibt es für Ressourcenmanagement in Zeiten knapper Kassen?

Anschließend, ab 30.05.:

16-18 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 910)

HS: Management in Wirtschaftsunternehmen. Akteure, Strukturen, Herausforderungen II
(Lorenz Savelsberg)

Das Management von Wirtschaftsunternehmen ist eine komplexe Aufgabe, die durch die Globalisierung noch verschärft wird. Unternehmen brauchen Wachstum und müssen Gewinne machen, damit das Überleben langfristig sichergestellt werden kann. Geld allein ist jedoch kein Garant für dauerhaften Erfolg. Es sind die Menschen, die nach wie vor über das Schicksal und Wohlergehen der Firmen entscheiden. Sie haben es verdient, gut geführt zu werden. Wie aber macht man das? Kann man Führung lernen? Das Seminar befasst sich in Fortsetzung des Wintersemesters mit dem „magischen Dreieck“ von Personal, Finanzen und Management, wobei die Informationswirtschaft – wie das Öl im Motor – dafür sorgt, dass alle Teile reibungslos

zusammenarbeiten können. Es geht also um Strukturen und Personen. Wer erfolgreich wirtschaften will, muss beide Felder entwickeln, sonst drohen folgenreiche Überraschungen.

18-20 Uhr Raum KL 32/102 (LV: 17 898)

Ü: **Musikwirtschaft II**
(Prof. Dr. Rolf Budde)

Neben dem Schwerpunkt der Erläuterung der vertraglichen Grundlagen der Musikbranche wie Verlags-, Lizenz-, Künstler- und Bandübernahmeverträge anhand von aktuellen Beispielen stehen in der Folgeveranstaltung zum Wintersemester vor allem die verschiedenen beteiligten Personen im Mittelpunkt. Künstler, Autoren, Produzenten, Tonträgerhersteller, Künstler- und Vertriebsmanager, Musikverleger und Verwertungsgesellschaften – wie arbeiten sie miteinander? Welche Berufsprofile und Tätigkeiten gibt es im, für Außenstehende oft undurchsichtigen, Labyrinth der Musikwirtschaft? Mit Unterstützung von Gästen sollen vorhandene Kenntnisse vertieft und offene Fragen beantwortet werden.

20-22 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 899)

HS: **Management der Finanzen: Zur Praxis privater und privatwirtschaftlicher Kulturförderung**
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)
11.04.-23.05., ab 31.05. bis Semesterende
Di, 14-16 Uhr

In Zeiten reduzierter öffentlicher Kulturbudgets werden Fragen einer ergänzenden privaten und privatwirtschaftlichen Finanzierung überlebensnotwendig für kleine wie große Kultureinrichtungen. Das Seminar wird eine ebenso systematische wie praxisorientierte Einführung zu Fragen des Sponsoring, Fundraising sowie der projektbezogenen Drittmittelförderung bieten. Ziel soll es sein, die wesentlichen philosophischen, konzeptionell-strategischen und operativen Aspekte nicht-öffentlicher Förderungsformen in ihren Chancen, aber auch Grenzen erkennen und abschätzen zu lernen. Es wird auf keinen Fall um „Kochrezepturen“ für ein erfolgreiches Beschaffungsmarketing gehen, vielmehr soll und muss der Blick für die notwendigen organisatorisch-managerialen, rechtlichen und individuellen Rahmenfaktoren geschärft werden.

Anschließend, ab 30.05. bis Semesterende
Raum KL 32/102 (LV: 17 921)

HS: **Opernmanagement**
(Ronny Unganz)

Das Seminar wird praxisnah Führungs- und Steuerungsprozesse des Opernbetriebs vermitteln und dabei neben den organisationalen Aufbau- und Ablaufprozessen den Blick auf das Finanzmanagement fokussieren (Budgetierung, Controlling). Die Sachverhalte werden jeweils im Kontext allgemeiner Fragen nach einem „guten Kulturmanagement“ reflektiert, auf das sich alles, wenn auch häufig unausgesprochen, rückbezieht.

Dienstag

BMPS-Seminar

09-11 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 905)

HS: **Medienökonomie. Wirtschaftliche Grundlagen und Geschäftsmodelle elektronischer Medien**
(Ulrich Anschütz)
Beginn: 12.04.-24.05.

Die elektronischen Medien bilden die wirtschaftliche Struktur und damit zugleich den kreativen Spielraum eines großen Teils moderner Kulturproduktion. Zeitgemäße mediale Gestaltung, Verbreitung und Nutzung muss die Vielfalt der Möglichkeiten und die Dynamik ihrer Entwicklung berücksichtigen. Hierzu will das Seminar Grundlagenwissen und exemplarische Vertiefungen bieten. Untersucht werden die wirtschaftlichen Strukturen, in denen die verschiedenen elektronischen Medien arbeiten. Es betrachtet sowohl die großen Zusammenhänge der nationalen und internationalen Medienindustrie als auch einzelne typische Medienprodukte und die Geschäftsmodelle, auf denen sie basieren. Die wirtschaftlichen Grundlagen sowohl der herkömmlichen als auch der internetbasierten Medienindustrie sind Gegenstand systematischer Darstellung. Darauf bauen exemplarische Fallstudien zu besonders interessanten und prägnanten Sachverhalten auf. Das vielschichtige Thema der Medienkonvergenz zieht sich wie ein roter Faden durch alle Arbeitsphasen.

Anschließend, ab 31.05. bis Semesterende
sowie Do, 19.05., 10-16 Uhr
BMPS-Seminar
09-11 Uhr Raum KL 32/102 (LV: 17 906)
**BS: Machen (neue) Medien Revolutionen oder
Wie verändern Facebook, Twitter u.a. die poli-
tische Kommunikation?**
(Dr. Thomas Steg)

In Tunesien, Ägypten und anderen nordafrika-
nischen Staaten demonstrieren Menschen für
Demokratie und Freiheit. Alte Despoten wer-
den aus ihren Ämtern verjagt von einer unge-
duldigen, unerschrockenen jungen Generati-
on. Auf dem Tahrir-Platz in Kairo hat die „Ge-
neration Facebook“ das Regime von Hosni
Mubarak herausgefordert und gestürzt.
Seitdem wird darüber diskutiert, welchen
Anteil das Social Web an den Revolutionen in
Nordafrika und im Mittleren Osten hat. Viele
sprechen bereits von der Facebook- oder
Twitter-Revolution. Das Internet hat in den
vergangenen Jahren vieles verändert. Vor
allem haben sich Formen und Strukturen der
Kommunikation und der Mediennutzung
gewandelt. Aber macht das Internet auch
Revolutionen? Wirkt es unmittelbar verän-
dernd auf Gesellschaft und Politik? Und was
passiert als nächstes? Zum Beispiel in Saudi-
Arabien, in China, in Indien oder im Iran.
Schaffen die sozialen Netzwerke gleichsam
automatisch und auf friedlichem Wege in der
ganzen Welt demokratische Verhältnisse? Wie
werden sich auch bei uns Öffentlichkeit und
politische Kommunikation durch das Internet
weiter verändern (Beispiel Guttenberg-
Rücktritt)? Diese und andere Fragen sollen in
der Veranstaltung eingehend behandelt wer-
den. Von den Teilnehmerinnen und Teilneh-
mern wird die Übernahme von Referaten er-
wartet. Zur Vorbereitung auf die Einführungs-
veranstaltung werden Unterlagen zur Verfü-
gung gestellt.

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

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

14-16 Uhr, Raum KL 32/ 102 (LV: 17 908)
HS: Pop-Ikonographie
(Dr. Steffen Damm)
12.04.-24.05., ab 31.05. Do 18-20 Uhr

„Pop“ ist weit mehr als eine Stilrichtung – Pop
ist das herausragende Kultur-Phänomen in
den westlichen Gesellschaften ab der zweiten
Hälfte des 20. Jahrhunderts, der prägende
kulturelle Impuls der kapitalistischen Märkte.
In der Popkultur findet die Gegenwart ihre
absolute Entsprechung, ihr reinstes Abbild,
denn Pop funktioniert als universell verständ-
liche Verdopplungsmaschine, die die
Verfahrensordnungen der Jetztzeit in sich auf-
nimmt und ästhetisch auf die Spitze treibt.
Das Seminar beschäftigt sich mit dem v.a.
bildhaften Ausdrucksrepertoire der Popkultur,
das im Sinne einer profanen Ikonographie zu
charakterisieren wäre. Daher soll neben
einem geschichtlichen Abriss sowie der

Kennzeichnung zentraler Wirkungsmittel die Analyse ausgewählter Pop-Ikonen im Mittelpunkt stehen. Zur vorbereitenden Lektüre wird empfohlen: Andy Warhol: Die Philosophie des Andy Warhol von A bis B und zurück (1975). München 1991; Was ist Pop? Zehn Versuche. Hrsg. von Walter Grasskamp, Michaela Krützen und Stephan Schmitt, Frankfurt/M. 2004.

Anschließend, ab 31.05. bis Semesterende (siehe Seite 8)

14-16 Uhr, Raum KL 32/ 102 (LV: 17 908)
HS: Management der Finanzen: Zur Praxis privater und privatwirtschaftlicher Kulturförderung
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

BMPS-Seminar
16s.t.-17.30 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 900)
HS: Kulturberichterstattung in klassischen und digitalen Medien
 (Prof. Ernst Elitz)

Kulturmanager sind auf intensive Kontakte zu Print-, elektronischen und Internetmedien angewiesen. Die Kulturberichterstattung eröffnet die Chance, ein Publikum zu erreichen, dass nicht nur zielgerichtet nach Angeboten im Netz sucht, sondern dass sich durch Programm- und Ausstellungshinweise inspirieren lässt und auf eine unabhängige fachlich-journalistische Bewertung und Empfehlung wert legt. So lassen sich neue Publikumpotentiale erschliessen. Unabhängige Berichterstattung ist auch ein wichtiger Faktor zur Selbstevaluation von Kulturinstitutionen. Sie wird bei der Bewertung durch private oder öffentliche Zuschussgeber herangezogen. Die Lehrveranstaltung gibt im Gespräch mit leitenden Kulturredakteuren von Zeitungen, Radio- und Fernsehprogrammen wie Internetmedien einen Einblick in redaktionsinterne Strukturen und stellt die spezifischen Anspracheformen für unterschiedliche Zielgruppen dar. Sie informiert über die Entscheidungsprozesse in den Medien, welche Auswahlkriterien für eine Veröffentlichung gelten und welche Anforderungen an Kulturmanager für eine erfolgreiche Medienarbeit zu stellen sind.

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

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

19.30s.t.-21 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 902)
Ü: Öffentlichkeitsarbeit im Profit- und Non-profit-Bereich II
 (Prof. Monika Grütters)

Corporate Identity ist eine unverzichtbare Grundlage jeder gelungenen Kommunikation und PR. Aber oft wird sie in Unternehmen nicht systematisch erarbeitet, nur unzureichend reflektiert oder als gegeben hingenommen, ohne immer wieder überprüft zu werden. Im Seminar sollen anhand zweier Beispiele aus der Berliner Kulturszene (Deutsche Oper, Haus der Kulturen der Welt) CI-Konzepte überprüft und kritisch hinterfragt werden. In intensiven Gesprächen mit den Verantwortlichen der Einrichtungen, aber auch mit CI-Experten und dem Publikum wollen wir der Selbst- und Außenwahrnehmung nachspüren und Empfehlungen für die Entwicklung einer stimmigen Corporate Identity erarbeiten.

Mittwoch

08.30s.t.-10 Uhr, Raum JK 28/112 (LV: 16 672)
HS: Literatur und Popkultur der sechziger Jahre
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Das Seminar gibt einen Überblick zur popkulturellen Entwicklung seit den fünfziger Jahren mit den Schwerpunkten Bildende Kunst, Musik, Alltagskultur, um folgend einen Schwerpunkt in den frühen literarischen Versuchen (Beat-Generation, Rolf Dieter Brinkmann) zu setzen. Zum Abschluss wird noch ein Ausblick auf die „popliterarische

Renaissance“ der neunziger Jahre des 20. —
Jahrhunderts gegeben. Zur Einführung: Jost —
Hermand: Pop International. Eine kritische Analyse, —
Frankfurt/M. 1971 —

Donnerstag

10-14 Uhr und n.V. (LV: 17 930)

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 künstleri- —
scher, journalistischer und technischer Kennt- —
nisse und Fertigkeiten zur Eigenermächtigung —
der Nachwuchsgeneration sowie die systema- —
tische 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-Produzen- —
ten, Nutzer und Vermittler gleichermaßen —
kennenzulernen und Techniken der Produk- —
tion und Vermittlung praktisch anzuwenden. —
Das Team des Empowerment-Kollegs erarbei- —
tet u.a. das Konzept zur Magazinsendung —
„Kultinger“ mit regelmäßiger Ausstrahlung im —
TV-Programm des Berliner Senders „Alex“. —

14-16 Uhr, Raum KL 32/102 (LV: 17 907)

HS: **Geschichte und Theorie der Werbung** —
(Dr. Steffen Damm) —

Das Seminar geht der Frage nach, was Werben —
ist, was Werbung in der Überflussgesellschaft —
bedeutet und wie sie funktioniert. Seit der —
Gebrauchswert einer Ware von ihrem Inse- —
nierungswert verdrängt wurde, scheint es vor- —
wiegend um die „Spiritualität des Konsums“ —
zu gehen. Werbung vermittelt aber nicht nur —
Wertvorstellungen, die an Produkte gebunden —

sind; Werbe- und Marketing-Strategien – —
längst feste Bestandteile des Sozialverhaltens, —
der Alltagskommunikation oder auch der poli- —
tischen Rhetorik – kennzeichnen auch den —
anhaltenden Kampf um die (begrenzte) —
Aufmerksamkeit des Anderen. Neben dem —
Verhältnis von Werbung und (Medien-) —
Gesellschaft steht die Analyse von Beispielen —
aus unterschiedlichen Marktsegmenten und —
-entwicklungsphasen im Mittelpunkt. Zur vor- —
bereitenden Lektüre wird empfohlen: Oliviero —
Toscani: Die Werbung ist ein lächelndes Aas, —
Mannheim 1996. —

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

Ü: Berufsbilderkundungen

(Dagmar Boeck)

Das Berufsfeld des Kultur- und Medienma- —
nagements hat sich in den letzten zwanzig —
Jahren dynamisch entwickelt wie gewandelt: —
Herkömmliche Berufe verändern sich auf —
rasante Weise, neue Tätig-keitsfelder kontu- —
rierten sich und eröffnen vielfältige Einstiegs- —
möglichkeiten, gerade auch für Geisteswissen- —
schaftler. Anliegen des Colloquiums ist es, tra- —
ditionelle und zukunftsorientierte Berufsfelder —
im Kultur- und Medienbereich vorzustellen. —
Gemeinsam mit Alumni des IKM geben wir —
einen Überblick, vermitteln ein aktuelles Bild —
des Kultur- und Medienmanagers. Dabei —
gehen wir auch der Frage nach, welche fachli- —
chen wie persönlichen Voraussetzungen man —
mitbringen muss, um in den verschiedenen —
Bereichen (erfolgreich) tätig zu werden. —
Speziell für das 4. Semester —

Ab 31.05.

18-20 Uhr, Raum KL 32/ 102 (LV: 17 908)

HS: **Pop-Ikonographie**

(Dr. Steffen Damm)

Weitere Termine: siehe S. 11

Doktoranden-Colloquium

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Termin: n. V.

Fr, 15.04., 10-12 Uhr, Raum KL 32/102
M.A.-Colloquium
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar /
 Dagmar Boeck)

In diesem Colloquium haben die Masterabsolventen die Möglichkeit, die Themen sowie die Verfahrensmodalitäten zu besprechen.

C: Perspektiv- und Entwicklungsgespräche mit den Studierenden des Instituts
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)
 Termine: n. V.

In diesem Forum haben die Studierenden die Möglichkeit, sich in persönlichen Einzelgesprächen mit dem Direktor des Institutes über ihre beruflichen Perspektiven für den Einstieg in das Berufsleben wie auch die weitere Karriere zu beraten und verständigen.

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:
 11.-12.04. (Aushang KL 25/339)

Sa, 16.04., (LV 17947)
Europäisches Kulturmanagement und europäische Theaterpolitik
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Iphigenia Taxopoulou, Manfred Weber)

Ende 2009 wurde auf Initiative verschiedener großer europäischer Theater ein internationales Netzwerk gegründet, das sich zum Ziel gesetzt hat, den Austausch über die Perspektiven und die gesellschaftliche Rolle des zeitgenössischen Theaters zu befördern und Kooperationen und Kontakte zwischen Künstlern aus unterschiedlichen europäischen Ländern herzustellen. Nach ersten

Veranstaltungen in Krakau und Hannover wird „Mitos 21 – European Theatre Network“ 2011 einen Workshop in Düsseldorf durchführen; die Organisatoren werden im Rahmen des Blockseminars über Aspekte des Managements und der Theaterpolitik im internationalen Maßstab diskutieren.

BMPS-Seminar
 Fr/Sa, 29./30.04., (LV 17 925)
BS: Digital Public Affairs. Öffentlichkeitsarbeit im Social Web
 (Dr. Gunnar Bender)

Web 2.0, Social Networking, User Generated Content – verschiedene Begriffe, die derzeit eine neue Entwicklungsstufe des Internet beschreiben. Momentan findet ein Paradigmenwechsel statt, der den Internetnutzer und seine persönlichen Präferenzen in den Mittelpunkt stellt: Er wird vom Konsumenten zum Publizisten. Wie positionieren sich die etablierten Unternehmen in diesem Umfeld? Wie verändert sich das klassische Marketing- und Kommunikationsumfeld? Wie verändert sich die Rolle des Journalisten? Dies sind nur einige Fragen mit denen sich die Veranstaltung beschäftigen wird.

Fr/Sa, 06./07.05., 10-17 Uhr (LV: 17 922)
BS: Rechnungswesen und Controlling II
 (Peter Rothmann)

Nachdem im Wintersemester die wichtigsten Begriffe der Finanzbuchhaltung und der Kostenrechnung dargestellt wurden, geht es im Sommersemester um die Vertiefung dieser Themenbereiche durch gemeinsames Bearbeiten von Fallbeispielen und Diskussionen. Es werden Ziele und Aufgaben des Kostenmanagements sowie wesentliche Methoden/Systeme der Kostenrechnung und deren Anwendbarkeit aufgezeigt. Controlling als strategische Managementaufgabe zur Führung und Steuerung eines Unternehmens bildet zudem einen weiteren zentralen Schwerpunkt des Seminars.

Sa/So, 14./15.05. und 21./22.05., 10-17 Uhr —
 (LV: 17 912) Teilnehmeranzahl: je max. 12 —
BS: Präsentationstraining —
 (Astrid Dinda) —

Szenario und Dramaturgie einer Präsentation —
 entscheiden neben persönlicher Überzeu- —
 gungskraft und den Fähigkeiten des —
 Moderators oftmals darüber, ob Projekte reali- —
 siert werden oder nicht. Projekte und Inhalte —
 müssen zielgruppengerecht strukturiert und —
 visualisiert werden, wenn sie ankommen sol- —
 len. Welche Medien eignen sich für welches —
 Thema? Wie kann sich der Präsentator mental —
 vorbereiten? Wie wird die Aufmerksamkeit der —
 Zuhörer gewonnen und der Umgang mit —
 Hierarchien und schwierigen Gesprächspart- —
 nern gemeistert? Dieses Seminar vermittelt —
 Methoden und Techniken für die strategische —
 Planung und erfolgreiche Durchführung pro- —
 fessioneller Präsentationen. Mit der Entwick- —
 lung eines persönlichen Rede- und —
 Präsentationsstils gelingt ein erfolgreicher —
 Auftritt vor dem Publikum. Am Seminartag —
 werden verschiedene Techniken praxisnah —
 geprobt. Umfangreiche individuelle —
 Optimierungsvorschläge und Videofeedback —
 runden das Programm ab. —

BMPS-Seminar —
Do, 19.05., 9-11 Uhr (siehe Seite 10) —
 Raum KL 32/102 (LV: 17 906) —
BS: Die Macht sozialer Netzwerke —
 (Dr. Thomas Steg) —

Fr/Sa, 20./21.05., 10-17 Uhr (LV: 17 927) —
BS: Von der Europäischen Kulturkonvention —
bis zum Lissabon-Vertrag —
 (Prof. Dr. Olaf Schwencke) —

Am Anfang der europäischen Nachkriegs- —
 kulturpolitik steht der Europarat (gegr. 1949). —
 Mit seiner Kulturkonvention 1954 beginnt eine —
 aktive, allerdings noch ganz auf die Bewah- —
 rung des kulturellen Erbes ausgerichtete —
 Kulturpolitik in Europa. Erst mit der Konferenz —
 von Arc et Senans „Zukunft und kulturelle —
 Entwicklung“ 1972 bricht sich eine neue, —
 gesellschaftspolitisch orientierte Kulturpolitik —

— Bahn: auf der Basis eines nun erweiterten —
 — Kulturbegriffs. Davon profitierte auch die —
 — Europäische Gemeinschaft, die mit der —
 — Direktwahl ihres Parlaments 1979 eine eige- —
 — ne Kulturpolitik zu entwickeln begann. Erst —
 — mit dem Vertrag von Maastricht 1992 —
 — erlangte Kultur für die EU Rechtskraft. Ihre —
 — Förderpro-gramme „Kultur 2000“ und —
 — „Kultur 2007“ sind gut dotiert und das —
 — Programm „Kulturhaupt-stadt Europas“ —
 — populär. Inzwischen liegt mit der —
 — „Europäischen Kulturagenda im Zeichen der —
 — Globalisierung“ 2007 ein umfassendes —
 — Konzept europäischer Kulturpolitik vor. —

BMPS-Seminar —
Fr/Sa, 27./28.05., 10-17 Uhr, —
Einführung Fr, 06.05., 09 Uhr c.t . —
 (LV: 17 909) —
ZEIT-Seminar: Journalistische und verlegeri- —
sche Konzepte in Zeiten des Wandels (2) —
 (Moritz Müller-Wirth, Sirkka Jendis) —

— Grundlage des viersemestrigen Seminars ist —
 — die Arbeitsweise von Zeitungsverlagen —
 — (Redaktion und Verlag; Print und Online) am —
 — Beispiel der Wochenzeitung DIE ZEIT. —
 — Grundkenntnisse des Journalismus und das —
 — Verfassen journalistischer Texte aller Genres —
 — werden anhand von praktischen Übungen —
 — vermittelt. Im zweiten Semester liegt ein —
 — Schwerpunkt auf der Neu-Entwicklung von —
 — Printprodukten von der Marktforschung, —
 — über die Entwicklungsredaktion bis zur —
 — Marktein-führung – am Beispiel des ZEIT —
 — Magazins. Als Gäste werden Redaktionslei- —
 — ter Christoph Amend und Art-Direktorin —
 — Katja Kollmann erwartet. Theoretische —
 — Grundlage sind Theorien der Medienwir- —
 — kungsforschung. Mit der Vorbereitung und —
 — dem Führen von Interviews in Theorie und —
 — Praxis wird die Vermittlung von Grundlagen —
 — des journalistischen Arbeitens fortgesetzt. —

Sa/So, 04./05.06., 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.

Sa/So, 18./19.06., 10-17 Uhr (LV: 17 926)

BS: Unternehmenskommunikation
(Detlef Untermann)

Kommunikation trägt zur Wertschöpfung eines Unternehmens bei. Dies ist heute völlig unbestritten und gilt sowohl für die interne als auch für die externe Kommunikation. Vor diesem Hintergrund spielt – neben den inhaltlichen Fragen – die Organisation von Unternehmenskommunikation eine immer bedeutendere Rolle. So geht es im ersten Teil des Seminars denn auch zunächst um grundlegende Fragen des Aufbaus einer gut funktionierenden Unternehmenskommunikation in mittleren und größeren Betrieben. Dabei wird auch auf das Verhältnis zwischen PR und Werbung eingegangen, das sich in den letzten Jahren nachhaltig verändert hat. Ausgehend von den Organisationsstrukturen wird dann ein Themengebiet herausgearbeitet, das soz. die Königsdisziplinen der Unternehmenskommunikation darstellt: Die Krisenkommunikation. Darüber hinaus werden neue, immer wichtiger werdende Themen wie Online-PR oder Litigation-PR behandelt. Zum Abschluss wird in einer Art Workshop die Arbeit an einem konkreten Fall nachgespielt. Darüber hinaus können die Studenten auch eigene Erfahrungen oder Fallbeispiele einbringen, die analysiert und diskutiert werden. Insofern kommt dem Engagement der Seminarteilnehmer für einen erfolgreichen Verlauf entscheidende Bedeutung zu.

Fr/Sa, 24.25.06., 10-17 Uhr (LV: 17 917)

BS: Understand, manage, change: was ein guter Projektmanager in Stiftungen können muss
(Dr. Bernhard Lorentz)

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

WIENER LEKTIONEN:

Do, 30.06., 10-17 Uhr (LV: 17945)

Festivalorganisation/Festivalmarketing
(Stefan Wollmann)

Die Wiener Festwochen gehören zu den traditionsreichsten und wichtigsten europäischen Kulturereignissen. Festivalmarketing erfordert eine spezielle Planung und strategische Überlegungen – ganz besonders in den wandlungs-dynamischen Umfeldern des 21. Jahrhunderts. Das

Seminar wird deshalb praxisnah – am Beispiel der Wiener Festwochen – Anforderungen und Bausteine eines zeitgemäßen eines zeitgemäßen Marketings und Sponsorings vermitteln.

n.V.

Kulturelle Bildung am Beispiel der Musik
(Christoph Wagner-Trenkwitz)

Kultur- und insbesondere Musikvermittlung ist eine alte Kunst, deren Grundelemente und „Live-Techniken“ seit dem 19. Jahrhundert tradiert werden. In der Gestalt des Conferenciers findet sie ihren personalisierten Ausdruck. Das Seminar geht der Frage nach, wie sich diese traditionelle Vermittlungskunst in einer eventreichen, medialisierten Erlebnisgesellschaft behaupten kann, welchen Stellenwert sie im Portfolio musikvermittelnder Konzepte und Strategien einnimmt.

AMERICAN LECTURES

Fr, 01.07., 10-17 Uhr (LV: 17919)
„Fundraising / Development“
(Francis Q. Tschinkel)

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

„Non-profit-Management and Leadership“
(James Abruzzo)

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

„Las Vegas – Urban Development beyond the Strip“
(Jim Peagues)

Der Workshop setzt sich mit zentralen Aspekten der Stadtentwicklung am Beispiel von Las Vegas auseinander.

Alle in englischer Sprache

Sa, 02.07., 10-ca. 18 Uhr (LV: 17 920)
Im Rahmen der Summer Academy
BS: Galleriemanagement
(Iris Korinna Scheffler)

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

03.07., 10-17 Uhr (LV: 17 918)
Im Rahmen der Summer Academy
BS: Einführung in den internationalen Kunstmarkt: Produktion – Vermittlung – Handel
(Thomas Eller)

Das Seminar gibt einen Einblick in die Strukturen des sozialen Systems Kunst und die Handlungsmotivationen sowie Limitierungen der Akteure im historischen Kontext. Der Kunstmarkt erlebte in den vergangenen Boomjahren eine Vervielfachung des Marktvolumens sowie der beteiligten Akteure. Die Veränderungen vom Sammler-Connoisseur zum Sammler-Investor sowie vom Atelier-Künstler zum Kunstmarkt-Manipulateur wer-

den anhand von konkreten Beispielen nachvollziehbar gemacht. Dabei werden die verschiedenen „Transmissionsinstrumente“ wie Auktionshäuser, Kunstmessen und Online-Plattformen genauso in den Blick genommen, wie die Produzentengalerien in prekären Stadtteilen.

Sa/So, 09./10.07., 10-17 Uhr (LV: 17 928)
BS: Marketing und Change Management
 (Thomas Krüger)

Change Management umfasst die Aufgaben, Maßnahmen und Tätigkeiten, die eine umfassende Veränderung – zur Umsetzung von neuen Strategien, Strukturen, Verhaltensweisen etc. – in einer Organisation bewirken sollen. Öffentliche Bildungs- und Kultureinrichtungen stehen angesichts chronisch knapper öffentlicher Haushalte sowie stark veränderter externer und interner Rahmenbedingungen schon seit einigen Jahren vor großen Herausforderungen: Um ihre Kernaufgaben weiterhin lösen zu können, bedürfen sie einer veränderten Führung und Steuerung, der Anwendung von Management-Know-How, neuer Formen der Personalentwicklung und -führung, der Einbeziehung von Marketing-Tools etc. In dem Seminar werden wesentliche Aspekte in Change Management Prozessen öffentlicher Institutionen beleuchtet. Anhand einer ausgewählten Institution werden Lösungsansätze ebenso diskutiert wie das Spannungsverhältnis von Planungs- und Handlungsrationalität.

24.04.-08.05. (LV: 17945)
BS: Spring Academy
 (Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. Haluk Gürgen)

Die „Spring Academy“ 2011 ist als Fortsetzung der „Fall Academy“ Teil einer langfristig angelegten Kooperation zwischen dem Fachbereich für Kommunikation der Bahçeşehir Universität Istanbul und dem Institut für Kultur- und Medienmanagement der Freien Universität Berlin, die im vergangenen Herbst begonnen wurde. 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 Netzwerk-universität. Das zweiwöchige Programm vermittelt den 20 deutschen und türkischen Akademieteilnehmern intensive Einblicke in die türkische und v.a. die Istanbuler Medienlandschaft.

BMPS-Seminar
n.V., 10-17 Uhr, Raum L 116 (LV: 17916)
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.

n.V., 14-ca. 18 Uhr (LV: 17 915)
BS: Corporate Design als Instrument strategischer Unternehmensführung
 (Prof. Uli Mayer-Johannsen)
 Ort: MetaHaus, Leibnizstraße 56

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

SPECIAL: Berufsvorbereitende Colloquia für das vierte Semester

Mi/Do, 18./19.05., 10-17 Uhr

BS: Strategische Verhandlungsführung
(René Sittner)

Angesichts der wachsenden Entscheidungs- und Verhandlungsdynamik sowie des gleichzeitig wachsenden Drucks nach positiven Entwicklungen trotz ungünstiger Rahmenbedingungen gehören die Fähigkeit und Qualifikation, ein positives Verhandlungsergebnis zu erzielen, zu den Kernkompetenzen erfolgreicher Führungskräfte und Manager in jedem Tätigkeitsbereich. Das Seminar beschäftigt sich u.a. mit den Phasen eines Verhandlungsprozesses, Stil und Rhetorik des Verhandeln, aber auch mit Aspekten der Sozialpsychologie, mit besonderen und interkulturellen Verhandlungssituationen.

Do, 26.05., 10-17 Uhr

Existenzgründung (Günter Jucho)

Das Seminar soll den Schritt in die Selbstständigkeit unterstützen. In komprimierter Form werden Themen angesprochen wie: Wahl der Rechtsform eines Unternehmens, Investitions- und Finanzierungsfragen, arbeitsrechtliche Probleme, Möglichkeiten der finanziellen Förderung durch Bund, Land und EU, Zusammenarbeit mit Kreditinstituten, Erstellen eines Businessplans, Finanz- und Liquiditätsplanung, lesen einer BWA, Strategische Planung, die USP eines Unternehmens, Wettbewerbsanalyse. Zu diesen Themen werden aus verschiedenen Unternehmen Fallstudien bearbeitet.

sowie (LV: 17 903)

Ü: **Berufsbilderkundungen**

(Dagmar Boeck)

siehe S. 15

PRAXISPROJEKT-SEMINARE

PPS: B – 34: Kultur^{KL} – Ein deutsch-türkisches Kultur-Medien-Konferenzfestival (LV: 17 936)

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. Haluk Gürgen, Dagmar Boeck, Meliha Coşcun-Yildar, Mo Asumang, Lisa Schell)

„B – 34: Kultur^{KL} ist ein deutsch-türkisches Kultur-Medien-Konferenzfestival anlässlich des 50. Jahrestages des deutsch-türkischen Anwerbeabkommens Ende Oktober 1961. Es konzentriert sich auf die beiden Metropolen Istanbul und Berlin und ihre Kreativwirtschaft, indem es mit unterschiedlichen wissenschaftlichen Formaten und künstlerischen Ausdrucksformen nach der kulturell-medialen Identität insbesondere der Postmigranten fragt. Die Frage nach hybrider Identität und dem kreativen Umgang mit ihr bildet zusammen mit dem Dialog der Generationen (1., 2. und 3. Generation der türkischen Migranten) den Schwerpunkt der Veranstaltungen in Istanbul und in Berlin. Von Juni bis Oktober 2011 sollen anhand von wissenschaftlichen Kolloquien, Diskussionsrunden, Neuen Medienprojekten, einem eigens erarbeiteten Dokumentarfilm sowie einem Kultur- und Filmfestival in Kooperation mit der Bahçeşehir Universität Istanbul die verschiedensten Aspekte (doppelter kultureller Identitätsbildung präsentiert, dokumentiert und reflektiert werden. Im August findet im Rahmen des Festivals eine Ausstellung mit dem Titel „Hybride Identitäten in der Kunst des 21. Jahrhunderts“ in der Berliner E-Plus Dependence Unter den Linden statt.

E-Plus-Praxis- und Forschungsprojekt:

„Digitale Öffentlichkeiten“

(Leitung: Dr. Gunnar Bender / Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Open Academy „Digitale Öffentlichkeiten“

(Elias Sievernich)

Mediensysteme weltweit ändern sich. Neben den traditionellen Massenmedien in all ihren Verbreitungskanälen sind die Sozialen Medien heute Bestandteil des Mediensystems. Zudem verlagert sich die gesamte Mediennutzung zunehmend auf mobile Endgeräte. Besonders für politische

Öffentlichkeiten haben diese Entwicklungen Bedeutung. In der Open Academy werden sie anhand von zwei Leitfragen diskutiert: Wird in entwickelten demokratischen Gesellschaften die „Belieferung mit Öffentlichkeit“ durch die Massenmedien von der Emergenz pluralistischerer „digitaler Öffentlichkeiten“ ersetzt? Welche Rolle spielen Internetmedien für die politische Öffentlichkeit in nicht-demokratischen Systemen, wie in den Staaten Nordafrikas und in China? Im Rahmen der Academy wird zunächst der Begriff Öffentlichkeit theoretisch reflektiert, anschließend werden die Leitfragen gemeinsam mit Gästen aus Medien und Politik anhand von konkreten Beispielen diskutiert. Die Open Academy ist eine offene Lehrveranstaltung, die neben den Studenten des IKM auch Studenten anderer Hochschulen und der Öffentlichkeit offensteht.
 Beginn: 20.04. 18 s.t.-19:30 Uhr, weitere Sitzungen 18.05., 01.06., 15.06., 29.06. jeweils 18 s.t.-19:30 Uhr, Veranstaltungsort: BASE Camp, Unter den Linden 10

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

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: KUNSTHERBST Berlin 2011 für Kids
 (LV: 17 926)
 (Dagmar Boeck)

Das Kunstvermittlungsfestival bietet Berliner und Brandenburger Kindern die Möglichkeit, sich zusammen mit Künstlern, Kunstsammlern, Kunsthändlern und Kuratoren auf Entdeckungsreise in die Welt der zeitgenössischen Kunst zu begeben. Die Kinder können Kunst unmittelbar an den Orten erfahren, wo sie entsteht und wo sie präsentiert wird. Außerdem werden die Kinder dazu eingeladen, selbst Kunst zu schaffen. Unter der Anleitung von Künstlern werden sie in Workshops, die in diesem Jahr in der Berlinischen Galerie stattfinden, ihre eigenen Kunstwerke erstellen. Anhand neuer Kunstvermittlungsformen, unter Einbeziehung neuer Medien, wird den Teilnehmern über einen spielerischen Zugang ein Wissen zur Produktion, Distribution, Kommunikation und Rezeption von zeitgenössischer Kunst und aktuellem Kunstbetrieb ermöglicht. Die Workshops und KunstTouren finden in Zusammenarbeit mit Berliner Kultureinrichtungen statt. Das Projekt wird in gemeinsam mit dem Zentrum für Audience Development am IKM realisiert.

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

Das IKM wird für die Zentrale Universitätsverwaltung den FU-Gesundheitstag erneut unterstützen.

PPS: Empowerment-Kolleg
 (LV: 17938)
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dagmar Boeck, Kilian Bruneß)
 siehe Seite 14

PPS: **Besuchermonitoring Ballhaus Naunynstraße** (LV: 17 937)

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Achim Müller)

Aufbauend auf dem ersten Teil wird in drei fallbezogenen Blöcken die Arbeit mit Daten aus Fragebögen, Interviews und Beobachtungen vertieft. Geschult wird die Entwicklung von anwendbaren Aussagen durch zyklische Auswertung, Interpretation und erneute Hypothesenbildung.

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.

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 7.134 Euro 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.

Kulturmanagement in China (KUMA)

Summer Academy Berlin-Beijing

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Prof. Dr. Yu Ding)

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

FORSCHUNG AM IKM

Forschungsprojekte

BMPS: Jugendkulturen als Medienkulturen im 21. Jahrhundert mit dem Pilotprojekt: Doppel(t)

Leben. Zu Gestaltung und Ästhetik realmedialer Wirklichkeiten als Grundlage digitaler Erlebnis-

Kulturen
(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Dr. Steffen Damm, Moritz Müller-Wirth)

Das Forschungsprojekt setzt sich systematisch-typologisierend mit jugendlichen Medienkulturen in der digital/analogenen Gegenwart auseinander. Es versteht sich als Beitrag zu einer qualitativen medien- und kulturwissenschaftlichen Community-Forschung auf der Basis einer vollzogenen Medienkonvergenz und Medienintegration in real/alltägliche Lebenszusammenhänge.

ZAD: Migranten und Postmigranten im deutschen Kulturbetrieb

(Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar)

Die Bedeutung migrantischer und postmigrantischer Milieus innerhalb des deutschen Kulturbetriebs wurde sowohl von der Politik als auch seitens der Institutionen lange unterschätzt. Das Projekt erforscht und dokumentiert systematisch und auf verschiedenen Ebenen die Rolle von Migranten der ersten bis dritten Generation im Rahmen einer sich erweiternden kulturellen Öffentlichkeit.

DOZENTEN SoSe 2011

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

Ulrich Anschütz, Freiberuflicher Journalist und Medienberater

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

Prof. Dr. Rolf Budde, Musikverleger

Astrid Dinda, Inhaberin Astrid Dinda Kommunikation

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

Thomas Eller, Künstler und Publizist

Dr. Rainer Esser, Sprecher der Geschäftsführung DIE ZEIT

Dr. Dr. Alexander Görlach, Journalist, Gründer, Herausgeber und Chefredakteur des Online-Magazins The European

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

Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann, Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften, FU Berlin

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

Guido Herrmann, Diplom-Verwaltungswirt, Prokurist/Verwaltungsdirektor Friedrichstadt/Palast

Sirkka Jendis, DIE ZEIT, Tempus Leitung Corporate Publishing

Günter Jucho, Geschäftsführender Gesellschafter Jucho & Kollegen, Deutsche Industrieanleihengesellschaft GmbH & Co KG

Dr. Bernhard Lorentz, Geschäftsführer Mercator Stiftung Essen

Prof. Uli Mayer-Johansen, Mitglied des Vorstands MetaDesign AG

Achim Müller, Selbstständiger Kulturmanager

Moritz Müller-Wirth, Stellvertretender Chefredakteur DIE ZEIT

Jim Pegues, bis 2010 Economic Development Officer of Las Vegas

Peter Rothmann, Dipl.Kfm., selbstständiger Unternehmensberater

Iris Korinna Scheffler, Direktorin Sprüth Magers Berlin

Lorenz Savelsberg, Dipl. Päd., Geschäftsführender Gesellschafter Rights n´ Faces Marketing GmbH, Berlin

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

René Sittner, Rechtsanwalt, Mediator

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

Francis Q. Tschinkel, Consultant, New York

Ronny Unganz, Geschäftsführender Direktor der Staatsoper Unter den Linden

Detlef Untermann, Geschäftsführender Gesellschafter Butterfly Communications

Christoph Wagner-Trenkwitz, Chefdramaturg, Mitglied des Direktoriums, Volksoper Wien

Stefan Wollmann, Leiter Marketing, Wiener Festwochen

DOZENTENSTAMM

Weitere Lehrkräfte bieten in einem bestimmten Rhythmus einzelne Themenschwerpunkte an.

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

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

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

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

Jens Korte, Inhaber New York German Press

Ralf Luchter, Senior-Projektmanager T-Systems Enterprise Service GmbH/Deutsche Telekom AG

Gerald Mertens, Geschäftsführer Deutsche Orchestervereinigung

Prof. Dr. Hans Ottomeyer, Präsident Deutsches Historisches Museum a.D.

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

Dr. Thomas Schmidt-Ott, Head of Entertainment & Stage Productions, TUI Cruises GmbH

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

Wolfgang Trostheide, Steuerberater/Prokurist, Knischewski & Boßlet GmbH

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
 _ Berlin Partner GmbH
 _ Berlin Tourismus Marketing GmbH
 _ Berliner Volksbank eG
 _ Berlinische Galerie
 _ Bröhan Museum
 _ Daimler Financial Services
 _ Deutsche Entertainment AG (DEAG)
 _ Deutschlandradio Kultur/ Deutschlandfunk
 _ Düsseldorfer Schauspielhaus
 _ E-Plus Gruppe
 _ Edelman GmbH, New York, Hamburg
 _ Goethe Institut e.V., München / Peking /
 Shanghai
 _ Industrie- und Handelskammer Berlin (IHK)
 _ Jugend im Museum
 _ Kultursekretariat des Deutschen
 Bundestages
 _ Kulturprojekte Berlin GmbH
 _ Kunststiftung Starke
 _ Landesverband Berliner Galerien
 _ Martin-Gropius-Bau
 _ My Space, Berlin
 _ Radio Energy GmbH
 _ Rundfunk Berlin Brandenburg (rbb)
 _ scholz & friends AG, Berlin
 _ Senatskanzlei, Kulturelle Angelegenheiten
 _ Stiftung Zukunft Berlin
 _ The New York Public Library
 _ Der Tagesspiegel
 _ Turner Broadcasting GmbH
 _ Vodafone Stiftung

_____ _ DIE ZEIT
 _____ _ New York University, Dep. Visual and
 Performing Arts
 _____ _ Rutgers Business School Newark and New
 Brunswick
 _____ _ StudiVZ/SchülerVZ, Berlin
 _____ _ Zoologischer Garten 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 medienprak-
 tischer Vernetzung und internationaler Ausrich-
 tung am Medienstandort Berlin. Ein Kreis von
 medienwissenschaftlich forschenden und lehren-
 den Hochschullehrern der Freien Universität
 Berlin sieht sich dabei den Schwerpunkten ver-
 pflichtet:
 _____ _ Forum. Dialog und Diskussion zwischen
 Medienwissenschaft und Medienpraxis
 _____ _ Forschung. Grundlagenforschung und
 angewandte Forschung
 _____ _ Förderung. Nachwuchsförderung und
 professionelle Weiterbildung

BMPS-SEMINARE IM SoSe 2011

_____ HS: **Digitales und Geist** (Dr. Dr. Alexander
 Görlach)
 _____ HS: **Medienökonomie**
 (Ulrich Anschütz)
 _____ BS: **Die Macht der sozialen Netzwerke**
 (Dr. Thomas Steg)
 _____ HS: **Kulturberichterstattung in klassischen und
 digitalen Medien**
 (Prof. Ernst Elitz)
 _____ **Empowerment-Kolleg**
 (Univ.-Prof. Dr. Klaus Siebenhaar et al.)
 _____ BS: **Digital Public Affairs** (Dr. Gunnar Bender)
 _____ BS: **ZEIT-Seminar: Journalistische und verlegeri-
 sche Konzepte in Zeiten des Wandels**
 (Moritz Müller-Wirth / Sirkka Jendis)
 _____ **ZEIT-Seminar: Medienmanagement und
 Medienmarketing in Zeitungs- und
 Zeitschriftenverlagen** (Dr. Rainer Esser)

FORSCHUNG/ FÖRDERUNG

_____ **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 / Dagmar Boeck

Kolleg „Digitale Kommunikation“

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.

ZENTRUM FÜR KULTURMANAGEMENT IN CHINA (KUMA) www.ikm.fu-berlin.de

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 Unterstützung beim Aufbau und bei der Etablierung von Studiengängen im Bereich Kultur-, Theater-, Museums- und Musikmanagement.

ZENTRUM FÜR DEUTSCH-TÜRKISCHE-STUDIEN

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.

