

WiSe 2025/26

Studienplan 2022

KM MS LP **Let's play! Offener Denk- und Experimentierraum**

Seminar

Mittwoch	09:00 - 10:00	Mi, 22.10.2025-28.01.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
----------	---------------	---------------------------	---------	-------------------------

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme ist freiwillig und auch zu einzelnen Terminen je nach Interessensgebiet möglich. Die jeweiligen Termine und Themen werden im Moodle „Schwarzes Brett Institut für Kulturmanagement“ bereitgestellt.

Eine Anrechnung im Studium ist nicht möglich. Auf Wunsch wird die Teilnahme als Zusatzleistung bescheinigt.

Kommentar: Lernen von- und miteinander findet am IKM nicht nur in Seminaren oder auf Exkursionen statt. Einen festen Zeitraum für informellere Formate bietet ab dem Wintersemester 25/26 erstmalig die Veranstaltung „Let's Play!“, die ein offener Ort zum Experimentieren, Reflektieren und co-kreativem Erarbeiten neuer Ideen für Studierende und Mitglieder des Instituts ist.

Hier können alle Themen verhandelt werden, die für uns relevant sind: Von Karriereplanung, KI im Studium und in der Praxis, Austausch bis hin zu Lehrformaten am IKM. Wir freuen uns ebenfalls über Vorschläge der Studierenden.

Modul 1: Kulturtheorie/Kulturgeschichte

1.1 Kulturtheorie der Moderne

1.2 Kulturtheorie der Gegenwart

1.3 Kunsttheorie der Moderne

1.4 Kulturgeschichte der Anfänge

1.5 Kulturgeschichte des 20. Jh. - 1

KM MS 1-5 **Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts - 1**

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.			
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 22.10.2025	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 12.11.2025	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 26.11.2025	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 10.12.2025	5 5.005	Klünemann, C.

Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 14.01.2026	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 28.01.2026	5 5.005	Klünemann, C.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an drei Seminaren erforderlich, davon mindestens ein Seminar in Kulturtheorie und ein Seminar in Kulturgeschichte.

Nachdem die Teilnahme an einem Seminar nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Kommentar: In dieser Vorlesung geht es um einen Zugang zu markanten Themen und Aspekten der kulturellen Entwicklungen und Strömungen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhundert. Dabei wird sich der Blick auf das europäische kulturelle Erbe des 19. Jahrhunderts richten; es gilt, dessen Rezeption in der Kunst und Kultur des wilhelminischen Zeitalters sowie der Weimarer Republik zu analysieren. Die Bedeutung von Kunst und Kultur für die Propagandazwecke des nationalsozialistischen Regimes werden ebenso thematisiert wie ihr Potential zum Widerstand. Anhand konkreter Beispiele wie Friedrich Sieburgs Gott in Frankreich ? oder Le Corbusiers Plan zur Umgestaltung von Paris wird die Verführbarkeit der Intellektuellen gezeigt, was die enge Verknüpfung ästhetischer Fragen mit politischen, (mentalitäts-)geschichtlichen und wirtschaftlichen Aspekten umso bedeutsamer werden lässt.

Jede Veranstaltung wird je zur Hälfte aus einer Vorlesung bestehen sowie aus einer gemeinsamen textkritischen Arbeit, die von jeweils einer Studentin/einem Studenten gestaltet wird: Es gilt, einen Auszug aus einem der unten genannten Texte* philologisch-textkritisch vorzustellen, zu interpretieren und als Teil der Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts zu kontextualisieren. Dabei wird es besonders darauf ankommen, Brüche herauszuarbeiten, die geeignet sind, ein eher 'konventionelles' Bild der Kulturgeschichte in Frage zu stellen.

(*Um welche Passagen es sich jeweils handeln wird, wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben; in der ersten Sitzung gilt es festzulegen, wer welchen Part übernimmt.)

Literatur: Blom, Philipp (2009): Der taumelnde Kontinent. Europa 1900-1914, München.
Blom, Philipp (2014): Die zerrissenen Jahre. 1918-1933, München.
Borchmeyer, Dieter (2017): Was ist deutsch? Die Suche einer Nation nach sich selbst, Berlin.
von der Dunk, Hermann (2004): Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts I, München.
François, Etienne und Schulze, Hagen (Hrsg.; 2001): Deutsche Erinnerungsorte, München
Glaser, Hermann (2002): Kleine Kulturgeschichte Deutschlands im 20. Jahrhundert, München.
Hermand, Jost (2006): Deutsche Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts, Darmstadt.
Schings, Hans-Jürgen (2024): Die Revolution des Feindes. Studien zum Ideenkrieg 1914 gegen 1789, Würzburg.

1.6 Kulturgeschichte des 20. Jh. - 2

Modul 2: Angewandte Kunstwissenschaften

2.1 im Kulturbetrieb I (Kunst)

2.2 im Kulturbetrieb II (Musik)

KM MS 2-2 Angewandte Kunstwissenschaften im Kulturbetrieb II - Musik

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.		
Einzel	10:00 - 16:30	Sa, 18.10.2025	5 5.005	Woog, P.
Einzel	10:00 - 16:30	Sa, 18.10.2025	5 5.006	Woog, P.
Einzel	10:00 - 16:30	Sa, 10.01.2026	5 5.005	Woog, P.
Einzel	10:00 - 16:30	Sa, 10.01.2026	5 5.006	Woog, P.

Einzel	14:00 - 17:30	Fr, 16.01.2026	Woog, P.
Einzel	14:00 - 17:30	Fr, 23.01.2026	Woog, P.
Einzel	14:00 - 17:30	Fr, 30.01.2026	Woog, P.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist für Studierende die Teilnahme an zwei Seminaren und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung als Modulprüfung in einem Seminar erforderlich.
Die Freitagstermine finden am ifa - Institut für Auslandsbeziehungen im Ifa-Weltraum statt. (Charlottenplatz 17 in 70173 Stuttgart)

Kommentar: In diesem Seminar wird ein Überblick über den Musikbetrieb als Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft gegeben. Im Kern des Seminars soll die Fähigkeit der Studierenden stehen in unterschiedlichen Praxisbereichen Musik-Projekte zu konzipieren und ihre kulturelle Relevanz einzuschätzen.

Für einen breiten Überblick erstellen die Studierenden ein Konzept inklusive der Kurzvorstellung des Themenbereiches, das kurz vorgestellt und anschließend diskutiert wird, z.B.: Musikverlag, Label, Marketingagentur, Herstellung und Vertrieb, Musik-/Medienproduktion, Artist-Development, Künstler-, Band- und Ensemblemanagement, Booking und Künstlervermittlung, Veranstaltung (U-Musik/E-Musik), Zweit- und Drittverwertung (Musik & Werbung, Musik im Film, Filmmusik, Musikvideo, Musik und Radio, Merchandising), Musikgruppe/Einzelmusiker*in, Autor, alternativ können auch Referate gehalten werden, z.B. mit den Themen Verwertungsgesellschaften GEMA, GVL, Musikjournalismus, Internationaler Musikmarkt, Weltmusik, Verbände und Verwaltung oder Auswirkungen der Digitalisierung.

Abschluss des Seminars ist ein Überblick und Austausch, wie der Musikbetrieb gefördert wird und welche Ansätze hier zugrunde gelegt werden können. Optional wird eine Übersicht über die wichtigsten Verträge für die Praxis im Musikbetrieb vermittelt.

Literatur:

- * BDKV e.V., u.a. (2020): Musikwirtschaft in Deutschland https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/Musikwirtschaftsstudie_2020_Handout.pdf
- * Clement, Michel / Oliver Schusser /Dominik Papies (Hrsg.) (2012): Ökonomie der Musikindustrie, 2. Aufl., Wiesbaden.
- * Endreß, Alexander / Wandjo, Hubert(2021): Musikwirtschaft im Zeitalter der Digitalisierung. Handbuch für Wissenschaft und Praxis, Baden-Baden
- * Hausmann, Andrea (2029): Basics der Existenzgründung in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Praxis Kulturmanagement, Wiesbaden
- * Kachelrieß, Jörn (2010): Selbstvermarktung für Musiker. Strategien für Bandkonzeption, Onlinepräsentation, Eigenvertrieb und Guerilla-Marketing, 2. Aufl., Köln.
- * Ralf Kitzberger (2010): Musikrecht, Verlag: ebam media business library
- * Lyng, Robert / Oliver Heinz / Michael von Rothkirch (2014): Die neue Praxis im Musikbusiness, 12., aktual. und erw. Aufl., Bergkirchen.
- * Moser, Rolf / Andreas Scheuermann (Hrsg.) (1997): Handbuch der Musikwirtschaft. 4., vollst. überarb. Aufl. Starnberg, München.
- * Woog, Paul (2009): Popmusikförderung in Deutschland, Hrsg.: Deutscher Musikrat und Deutsches Musikinformationszentrum. www.miz.org/dokumente/woog_popmusikfoerderung.pdf

2.3 im Kulturbetrieb III (Literatur)

2.4 im Kulturbetrieb IV (Theater)

Modul 3 Kulturpolitik

3.1 Kulturpolitik I

KM MS 3-1 **Kulturpolitik I**

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Mittwoch	12:15 - 13:45	Mi, 22.10.2025-28.01.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
----------	---------------	---------------------------	---------	--------------

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an beiden Seminaren erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Kommentar: Wo von Kulturmanagement die Rede ist, ist Kulturpolitik in der Regel nicht fern, denn Kulturpolitik bestimmt ganz wesentlich die Rahmen- und Handlungsbedingungen von Kulturmanagement. Kulturmanager*innen tun also gut daran, sich mit Zielen, Möglichkeiten und Mechanismen von Kulturpolitik auseinander zu setzen.

Im Seminar werden wir uns zunächst mit unterschiedlichen Aspekten der Begriffsfelder von „Politik“ und „Kultur“ befassen: Was heißt „politisch denken und handeln?“ Mit welchen Kulturbegriffen arbeitet Kulturpolitik? Wie können sich Kultur und Politik zueinander verhalten? Im Anschluss an diese eher grundsätzlichen Erörterungen werden die konkreten Rahmenbedingungen (v.a. historische, juristische, finanzielle) von Kulturpolitik geklärt. Ein besonderes Augenmerk wird auf die kulturpolitischen Akteure sowie den kulturtheoretischen Diskurs gerichtet, da der Bereich Kultur juristisch nur schwach normiert ist und somit immer wieder neu konkretisiert werden muss.

Schließlich werden wir uns im Seminar auch mit aktuellen kulturpolitischen Themen, Herausforderungen und Kontroversen beschäftigen und punktuell auch die kulturpolitischen Rahmenbedingungen in unseren Nachbarländern betrachten.

Literatur: Crückeberg, Johannes u.a. (Hrsg.) (2024): Handbuch Kulturpolitik, Wiesbaden.
 Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.) (2001-2024): Jahrbuch für Kulturpolitik, Essen/Bielefeld.
 Klein, Armin (2009): Kulturpolitik. Eine Einführung, 3. Aufl., Opladen.
 Wagner, Bernd (2009): Fürstenhof und Bürgergesellschaft: Zur Entstehung, Entwicklung und Legitimation moderner Kulturpolitik, Essen.

3.2 Kulturpolitik II

KM MS 3-2 Kulturpolitik II - Auswärtige Kulturpolitik und internationale Kulturbeziehungen

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.		
Einzel	09:30 - 13:15	Fr, 09.01.2026	5 5.005	Zschoch, G.
Einzel	09:30 - 13:15	Fr, 16.01.2026	5 5.005	Zschoch, G.
Einzel	09:30 - 13:15	Fr, 23.01.2026		Zschoch, G.
Einzel	09:30 - 13:15	Fr, 30.01.2026	5 5.005	Zschoch, G.
Einzel	09:30 - 13:15	Do, 12.02.2026		Zschoch, G.
Einzel	09:30 - 13:15	Fr, 13.02.2026		Zschoch, G.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des dritten Semesters, die das Seminar Kulturpolitik II noch nicht besucht haben.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an beiden Seminaren erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Das Seminar findet am ifa-Institut in Stuttgart statt (Charlottenplatz 17, 70173 Stuttgart). Nähere Informationen über Moodle. www.ifa.de

Kommentar: Auswärtige Kulturpolitik und internationale Kulturbeziehungen:

Einblick in Strategien und Praxis

Der Kulturbereich ist heute stark international vernetzt. Viele Festivals und Biennalen haben als Kern ihrer Identität, internationale Perspektiven einzuladen und vorzustellen. Auch Museen, Theater und andere Kulturorganisationen arbeiten mit Gastspielen, Residenzen und internationalen Ko-Produktionen. Es gibt zudem Institutionen, deren primärer Auftrag die Gestaltung von Kulturaustausch oder internationalen Kulturbeziehungen ist – darunter das ifa, Institut für Auslandsbeziehungen in Stuttgart, mit dem wir uns besonders intensiv befassen werden, oder das Goethe-Institut.

Wir fragen uns im Seminar, auf welcher kulturpolitischen Grundlage diese Institutionen arbeiten und werden verstehen, was internationale Kulturpolitik in Deutschland, Europa und anderen ausgewählten Ländern ist und wie sie wirkt. Wir beschäftigen uns mit Instrumenten, Organisationen und Verbänden, die für die Gestaltung von internationaler Kulturpolitik zuständig sind, und blicken hierzu in die Geschichte der Außenpolitik mit dem Fokus auf Kultur. Wir beleuchten ebenfalls die Wirkung dieser Politik in den Partner-Gesellschaften – und die Kritik, die sie teils hervorruft. Auch im Fokus stehen Länder wie China, die USA und andere und wie sie ihre internationale Kulturpolitik gestalten. Zuletzt untersuchen wir, welche Projekte oder Programme heute besonders geeignet scheinen, Menschen über Grenzen hinweg zusammen zu bringen und damit einen Beitrag für eine sicherere Welt zu leisten.

Literatur: **Literaturempfehlungen**

Savoy, Bénédicte (2022): „Nur Transparenz reicht nicht“, Podcast „Im Gespräch“, Deutschlandfunk Kultur, 6.6.2022. Online verfügbar unter: <https://www.deutschlandfunkkultur.de/benedicte-savoy-restitution-kolonialismus-100.html> (letzter Zugriff: 25.09.2024)

Vries, Gijs de (2019): Cultural Freedom in European Foreign Policy (ifa-Edition Culture and Foreign Policy), Stuttgart. Online verfügbar unter: <https://doi.org/10.17901/AKBP1.01.2019> (letzter Zugriff: 25.09.2024)

Weigel, Sigrid (2019): Transnationale Kultur und Außenpolitik – Jenseits der Nationalkultur (ifa-Edition Kultur und Außenpolitik), Stuttgart. Online verfügbar unter: <https://doi.org/10.17901/AKBP1.05.2019> (letzter Zugriff: 25.09.2024) [hier: Vorwort]

Zschoch Gitte (2024): „Kulturarbeit: Globale Vernetzung für den Frieden“, Podcast „Die Kulturmittler*innen. Der ifa-Podcast zu Außenkulturpolitik“ mit Gitte Zschoch, Folge 56, 11.01.2024. Online verfügbar unter: <https://www.ifa.de/kulturarbeit-globale-vernetzung-fuer-den-frieden-mit-gitte-zschoch-ifa-podcast/> (letzter Zugriff: 25.09.2024)

Weiterführende Literatur:

Länderberichte des External Cultural Policy Monitor:<https://culturalrelations.ifa.de/forschen/>

Der External Cultural Policy (ECP)-Monitor stellt relevante Informationen über die Maßnahmen der auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik (AKBP) ausgewählter Länder bereit. Kompakte Länderprofile und Berichte strukturieren quantitative Daten und kontextbezogene Informationen, z. B. über Kultur und Kunst, Sprache, Bildung, Wissenschaft und Forschung oder Medien. Links zu relevanten Dokumenten, Quellen und Websites ergänzen die Berichte. Vergleiche einzelner Maßnahmen zwischen Ländern vervollständigen den ECP-Monitor, sofern es die Datenqualität zulässt.

Magazin im Forum Kultur und Außenpolitik:<https://culturalrelations.ifa.de/fokussieren/>

Das Forum Kultur und Außenpolitik nimmt aktuelle Themen aus der Forschung in den Blick. Im Dialog zwischen Wissenschaft, Kultur, Politik und Medien gibt es Denkanstöße und es werden Fragen und Meinungen in einem größeren Zusammenhang betrachtet. Inhaltliche Schwerpunkte sind unter anderem die Kulturbeziehungen Europas, Migration, Kunst- und Kulturaustausch und Menschenrechte.

Adam, Jens (2018): Ordnungen des Nationalen und die geteilte Welt, Bielefeld.

Ang, Ien (2016): Cultural diplomacy. Beyond the national interest? In: Ang, Ien / Yudhishtir Raj Isar / Phillip Mar (Hrsg.): Cultural Diplomacy. Beyond the National Interest?, London.

Anheier, Helmut K. / Edward L. Knudsen / Regina A. List (2023): Soft Power and the New Geopolitics: Germany in Comparative Perspective, in: Anheier, Helmut K. (Hrsg.): The External Cultural Policy Monitor, Stuttgart. Online verfügbar unter: <https://doi.org/10.17901/974> (letzter Zugriff: 25.09.2024)

Balzacq, Thierry / Frédéric Charillon / Frédéric Ramel (Hrsg.) (2020): Global diplomacy. An introduction to theory and practice, Cham.

Carta, Caterina / Richard Higgott (Hrsg.) (2020): Cultural diplomacy in Europe. Between the domestic and the international, Cham.

Crückeberg, Johannes u. a. (Hrsg.) (2023): Handbuch Kulturpolitik, Wiesbaden.

Farinha, Cristina u.a. (2022): Not a toolkit! Cultural Relations. A ReflAction Paper, online verfügbar unter <https://drive.google.com/file/d/19LWHkV7cAcSxJaghgAK0JNhGhalqKQHb/view?usp=drivesdk> (letzter Zugriff: 25.09.2024)

Hampel, Annika (2015): Fair Cooperation. Partnerschaftliche Zusammenarbeit in der Auswärtigen Kulturpolitik, Wiesbaden.

Rebok, Sandra (2019): Wahrnehmung Humboldts in Lateinamerika. Chancen und Herausforderungen einer Themensaison (ifa-Edition Kultur und Außenpolitik), Stuttgart. Online verfügbar unter <https://doi.org/10.17901/akbp1.03.2019> (letzter Zugriff: 25.09.2024)

Snow, Nancy / Nicholas J. Cull (Hrsg.) (2020): Routledge handbook of public diplomacy, 2. Aufl., New York.

Modul 4: Kulturrecht

4.1 Recht I

4.2 Recht II

4.3 Recht III

KM MS 4-3 Kulturrecht III - Medien- und Urheberrecht

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	14:30 - 17:30	Do, 16.10.2025		Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Do, 23.10.2025	5 5.005	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 03.11.2025	5 5.005	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 03.11.2025	5 5.006	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 10.11.2025	5 5.005	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 10.11.2025	5 5.006	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 17.11.2025	5 5.005	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 17.11.2025	5 5.006	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 08.12.2025	5 5.005	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 08.12.2025	5 5.006	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 15.12.2025	5 5.005	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 15.12.2025	5 5.006	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 19.01.2026	5 5.005	Haug, V.
Einzel	14:30 - 17:00	Mo, 19.01.2026	5 5.006	Haug, V.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an zwei Seminaren und einer Einzelklausur als Modulklausur in einem Seminar erforderlich.

In Moodle werden Videos und andere Lernmaterialien zur Verfügung gestellt, die bis zum ersten Seminartermin am Do. 23.10.2025 angeschaut werden müssen.

Kommentar: Unabhängige Medien stellen eine zentrale Kultur- und Kommunikationsform dar. Zudem haben sie eine nicht zu überschätzende Funktion der Demokratisierung, weshalb sie auch als „vierte Gewalt“ bezeichnet werden. Neben den klassischen Medien der Presse und des Rundfunks (einschl. TV) betrifft dies auch die sehr viel dynamischeren, freieren und zugleich erheblich qualitätsärmeren „sozialen“ Medien.

Die Vorlesung behandelt - ausgehend von den Kommunikationsgrundrechten in Art. 5 Abs. 1 GG - verschiedene relevante Fragestellungen wie beispielsweise die Abwägungen zwischen Meinungsfreiheit und Ehrschutz, Sonderformen wie Satire und Karikatur, Urheberrecht und allgemeines Persönlichkeitsrecht, journalistische Sorgfaltspflichten, Zeugen- und Quellenschutz, Auskunftsansprüche v.a. gegen Behörden und Besonderheiten der verschiedenen Medienformen.

Literatur: Literaturhinweise (jeweils neueste Auflage):

- Branahl, Udo: Medienrecht – Eine Einführung
- Dörr, Dieter/Schwartzmann, Rolf/Mühlenbeck, Robin L.: Medienrecht
- Fechner, Frank: Medienrecht
- Fink, Udo/Cole, Mark D./Keber, Tobias O.: Europäisches und Internationales Medienrecht
- Kirchberg, Christian: Öffentliches Medienrecht mit privatrechtlichen Bezügen

4.4 Recht IV

Modul 5: Aktueller Kulturdiskurs

5.1 Diskurs im Kulturbetrieb I

5.2 Diskurs im Kulturbetrieb II

5.3 Diskurs im Kulturbetrieb III

KM MS 5-3 Diskurs im Kulturbetrieb III

Hauptseminar		1.0 Semesterwochenst.		
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 17.11.2025	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 17.11.2025	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 08.12.2025	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 08.12.2025	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 15.12.2025	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 15.12.2025	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 19.01.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 19.01.2026	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:15	Do, 29.01.2026		Feldwieser, L.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Veranstaltungen finden in Präsenz, vor Ort in Kultureinrichtungen oder online über Zoom statt. Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn auf Moodle bekannt gegeben. Der letzte Termin, Do. 29.01.2026 findet online statt (Abschluss / Reflexion).

Studium nach der PO 2020 Änderung 2022:

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist der Besuch von allen Terminen von zwei Seminaren und die Vorbereitung einer der Einzelveranstaltungen erforderlich.

Studium nach der PO 2020 Änderung 2025:

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist der Besuch von allen Terminen von drei Seminaren und die Vorbereitung einer der Einzelveranstaltungen erforderlich.

Kommentar: Das Seminar setzt sich aus 5 Terminen zusammen. Am ersten Termin beschäftigen sich die Studierenden mit dem Thema Moderation. In den darauffolgenden drei Terminen werden verschiedene aktuelle Fragestellungen und Debatten des Kunst- und Kulturdiskurses behandelt. Ziel ist es, verschiedene Positionen aus der Praxis zu beleuchten. Hierzu werden Akteur*innen aus dem Kulturbetrieb für ein Gespräch zu ausgewählten Themen eingeladen. In einer abschließenden Sitzung werden die gewonnenen Erkenntnisse aus den drei Gesprächsterminen reflektiert und Implikationen für das Kulturmanagement abgeleitet.

Die Studierenden, die sich für den Kulturdiskurs anmelden, schreiben sich vor Semesterbeginn bei Moodle für das Seminar ein und suchen sich einen der drei Kulturdiskurs-Termine zur Bearbeitung aus. Den Studierenden obliegt es dann, die für sie festgelegte Fragestellung im Vorfeld zu analysieren, eigene Positionen zu entwickeln, den Termin zu moderieren und in einer kurzen Nachberichterstattung zu dokumentieren.

Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn auf Moodle bekannt gegeben, sodass sich die Studierenden, die ihren Leistungsnachweis in diesem Wintersemester erbringen möchten, dort für die Moderation eines Termins anmelden können.

5.4 Diskurs im Kulturbetrieb IV

Modul 6: Empirische Kulturforschung

6.1 Wissenschaft im Kulturmanagement

KM MS 6-1 **Wissenschaft im Kulturmanagement**

Hauptseminar 1.0 Semesterwochenst.

Einzel	10:15 - 15:45	Mo, 12.01.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	10:15 - 15:45	Mo, 12.01.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	10:15 - 15:45	Mo, 26.01.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	10:15 - 15:45	Mo, 26.01.2026	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an allen Seminaren erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit beantragt werden.
- Kommentar:** Das Fach Kulturmanagement ist vergleichsweise jung und zeichnet sich nicht zuletzt durch seine Interdisziplinarität aus. Kultur- und Sozialwissenschaften, Betriebswirtschaftslehre, Soziologie und Kulturpolitik gehören zu den wichtigsten Bezugsdisziplinen, aus denen die Studierenden im Master bereits schwerpunktmäßiges Vorwissen mitbringen.
- Das Seminar gibt einen Einblick in die Genese des Fachs Kulturmanagement und ordnet ausgewählte Theorien und methodische Ansätze in den fachspezifischen Zusammenhang ein. Die Rahmenbedingungen für das Entstehen von wissenschaftlichem Wissen werden diskutiert und daraus folgernd die Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens wiederholt.
- Literatur:** Brühl, Rolf (2021): *Wie Wissenschaft Wissen schafft. Wissenschaftstheorie für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften*, 3. Überarbeitete und erweiterte Auflage, München.
- Glogner-Pilz, Patrick / Patrick Föhl (2017): *Kulturmanagement als Wissenschaft*, Bielefeld.
- Kruse, Otto (2017): *Kritisches Denken und Argumentieren*, Konstanz (UTB).
- Eco, Umberto (2010): *Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt: Doktor- Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften*, 13. Aufl., Heidelberg

6.2 Empirische Kulturmanagementforschung

6.3 Einführung in SPSS und MAXQDA

Modul 7: Wahlbereich

KM MS 7-1 **Wahlbereich: "Was heißt und zu welchem Ende studiert man KULTURMANAGEMENT?"**

Seminar 2.0 Semesterwochenst.

Mittwoch	10:15 - 11:45	Mi, 22.10.2025-28.01.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.
Mittwoch	10:15 - 11:45	Mi, 22.10.2025-28.01.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Studium nach der PO 2020 Änderung 2022:
Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme am Seminar sowie eines weiteren Seminars / Projekts aus dem Wahlbereich und das Erbringen seminarbegleitender Leistungen erforderlich.
Studium nach der PO 2020 Änderung 2025:
Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich.
- Kommentar:** 1789 wurde Friedrich Schiller an die Universität Jena berufen. Ihm eilte der Ruf eines genialen Theaterdichters voraus, in Jena sollte er jedoch als Historiker reüssieren. Der Titel seiner Antrittsvorlesung beinhaltete zwei Fragen: „Was heißt und zu welchem Ende studiert man Universalgeschichte?“ Schiller wendete sich damit nicht weniger als dem Nukleus seiner Disziplin zu und trat dafür ein, Begriff und Gegenstand der Universalgeschichte einer zeitgemäßen Definition zuzuführen.
Wir wollen uns Schillers Antrittsvorlesung zum Beispiel nehmen und mit dem Seminar einen Reflexionsraum für unser Fach Kulturmanagement und unsere Tätigkeit als Kulturmanager*innen schaffen: Was verstehen wir genau unter dem Begriff „Kulturmanagement“? Welche Berufsbilder und Rollen werden Kulturmanager*innen zugeschrieben? Welche Konsequenzen aus dem Transformationsbedarf des Kulturbetriebs sind für das Kulturmanagement zu ziehen? Und welches Verständnis haben wir selbst von uns als Kulturmanager*innen?
Diesen und weiteren Fragen werden wir jeweils auf der Grundlage einschlägiger Texte nachgehen. Die Lektüre ist somit Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme am Seminar. Gespräche mit Kulturmanager*innen in der Praxis werden eine weitere Perspektive auf die genannten Fragestellungen erlauben.
- Literatur:** Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid u.a. (Hrsg.) (2009ff.): Jahrbuch für Kulturmanagement, Bielefeld.
Föhl, Patrick S. / Patrick Glogner-Pilz (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft. Grundlagen – Entwicklungen – Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis, Bielefeld.
Klein, Armin (Hrsg.) (2009): Gesucht: Kulturmanager, Wiesbaden.

KM MS 7-2 **Wahlbereich: Projekt KulturCampus**

Seminar	2.0 Semesterwochenst.			
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 21.10.2025-27.01.2026	5 5.005	Pröbstle, Y. Häutle, N.
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 21.10.2025-27.01.2026	5 5.006	Pröbstle, Y. Häutle, N.
Einzel	10:00 - 17:00	Do, 13.11.2025	5 5.005	Pröbstle, Y. Häutle, N.
Einzel	10:00 - 17:00	Do, 13.11.2025	5 5.006	Pröbstle, Y. Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Studium nach der PO 2020 Änderung 2022:
Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme am Seminar sowie eines weiteren Seminars / Projekts aus dem Wahlbereich und das Erbringen seminarbegleitender Leistungen erforderlich.
Alternativ kann das Projekt auch im Modul 8-3 Kulturbetriebssteuerung Vertiefung II angerechnet werden.
Studium nach der PO 2020 Änderung 2025:
Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich
- Kommentar:** Welche Rolle spielt eigentlich das Kulturleben auf dem Campus? Wer macht hier Kulturangebote für wen und mit wem? Und welchen Blick haben Studierende und Lehrende auf die Uni als Kulturstandort? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Kulturentwicklungsprojekt auf dem Campus. Unter Einsatz von strategischen Managementtools sowie qualitativen und quantitativen Methoden der empirischen Forschung werden wir im Laufe des Wintersemesters den Status-quo ermitteln. Ziel des zweiten Projektteils im Sommersemester 2026 ist es, Handlungsfelder und erste Maßnahmenvorschläge für die PH Ludwigsburg als Kulturstandort zu definieren.
Das Projekt umfasst zwei Semester und beginnt im Wintersemester 2025/26.
Beide Teile können auch unabhängig voneinander besucht werden.
- Literatur:** Birnkraut, Gesa (2024): Evaluation im Kulturbetrieb. Werteorientierung, Wirkungsmessung, Impact, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer.
Glogner-Pilz, Patrick (2019): Kulturpublikumsforschung. Grundlagen und Methoden, Wiesbaden: Springer.
Mayring, Philipp (2023): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken, Weinheim; Basel: Beltz.
Paul, Herbert / Volrad Wollny (2025): Instrumente des strategischen Managements. Grundlagen und Anwendung, 4. Aufl., De Gruyter.

Modul 8: Kulturbetriebssteuerung

Grundlagen der Kulturbetriebssteuerung

KM MS 8-1 Grundlagen Kulturbetriebssteuerung

Hauptseminar

2.0 Semesterwochenst.

Einzel	10:15 - 15:45	Mo, 20.10.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 15:45	Mo, 20.10.2025	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 27.10.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 27.10.2025	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 03.11.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 03.11.2025	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 10.11.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 10.11.2025	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 24.11.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 24.11.2025	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 15:45	Mo, 01.12.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 15:45	Mo, 01.12.2025	5 5.006	Schneidewind, P.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Kommentar: Untersuchungsgegenstand der Betriebswirtschaftslehre ist der Betrieb folglich auch der Kulturbetrieb. Sämtliche betriebswirtschaftliche Funktionen, nämlich die Grundfunktionen Beschaffung, Produktion und Vertrieb, ergänzt um die Dienstleistungsfunktion Verwaltung, welche Führung, Finanzierung, Organisation und Rechnungswesen beinhaltet, sind in den Kulturbetrieben vorhanden. Das Seminar möchte in das wirtschaftliche Denken und Handeln einführen, monetäre und nichtmonetäre Zielsetzungen vorstellen, die wichtigsten Grundbegriffe klären und systematisieren sowie die betrieblichen Prozesse herausarbeiten und auf Kulturbetriebe übertragen.

Das Rechnungswesen ist die zentrale Informationsquelle für Steuerungsinformationen in einem Betrieb und ist somit auch Schwerpunkt dieses Seminars. Es wird ein Gesamtüberblick über den Aufbau des Rechnungswesens gegeben. Im Mittelpunkt steht dann das externe Rechnungswesen mit seinem Rechnungslegungskreislauf und dem Jahresabschluss, welcher Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung beinhaltet. Mehrere Fallbeispiele vertiefen die Technik der Doppelten Buchführung. Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen sollen sicherstellen, dass zukünftige Kulturmanager den Service der Betriebswirtschaft effektiv nutzen können und außerdem potentielle Existenzgründer mit dem notwendigen betriebswirtschaftlichen Rüstzeug ausstatten, welches bereits bei der Erstellung eines Business-Planes benötigt wird.

Literatur: Dey, Günther (2017): Rechnungswesen in Kulturbetrieben. Ein Leitfaden, Wiesbaden.
Schneck, Ottmar (2000): Betriebswirtschaft. Was Sie für die Praxis wissen müssen, Frankfurt, New
Schneidewind, Petra (2006): Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement, Bielefeld.

Vertiefung I Kulturbetriebssteuerung

Vertiefung II Kulturbetriebssteuerung (Wahl)

KM MS 7-2 **Wahlbereich: Projekt KulturCampus**

Seminar		2.0 Semesterwochenst.		
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 21.10.2025-27.01.2026	5 5.005	Pröbstle, Y. Häutle, N.
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 21.10.2025-27.01.2026	5 5.006	Pröbstle, Y. Häutle, N.
Einzel	10:00 - 17:00	Do, 13.11.2025	5 5.005	Pröbstle, Y. Häutle, N.
Einzel	10:00 - 17:00	Do, 13.11.2025	5 5.006	Pröbstle, Y. Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Studium nach der PO 2020 Änderung 2022:
Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme am Seminar sowie eines weiteren Seminars / Projekts aus dem Wahlbereich und das Erbringen seminarbegleitender Leistungen erforderlich.
Alternativ kann das Projekt auch im Modul 8-3 Kulturbetriebssteuerung Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2020 Änderung 2025:

Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich

Kommentar: Welche Rolle spielt eigentlich das Kulturleben auf dem Campus? Wer macht hier Kulturangebote für wen und mit wem? Und welchen Blick haben Studierende und Lehrende auf die Uni als Kulturstandort? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Kulturentwicklungsprojekt auf dem Campus. Unter Einsatz von strategischen Managementtools sowie qualitativen und quantitativen Methoden der empirischen Forschung werden wir im Laufe des Wintersemesters den Status-quo ermitteln. Ziel des zweiten Projektteils im Sommersemester 2026 ist es, Handlungsfelder und erste Maßnahmenvorschläge für die PH Ludwigsburg als Kulturstandort zu definieren.

Das Projekt umfasst zwei Semester und beginnt im Wintersemester 2025/26.

Beide Teile können auch unabhängig voneinander besucht werden.

Literatur: Birnkraut, Gesa (2024): Evaluation im Kulturbetrieb. Werteorientierung, Wirkungsmessung, Impact, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer.
Glogner-Pilz, Patrick (2019): Kulturpublikumsforschung. Grundlagen und Methoden, Wiesbaden: Springer.
Mayring, Philipp (2023): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken, Weinheim; Basel: Beltz.
Paul, Herbert / Volrad Wollny (2025): Instrumente des strategischen Managements. Grundlagen und Anwendung, 4. Aufl., De Gruyter.

Modul 9: Kulturfinanzierung

Grundlagen der Kulturfinanzierung

KM MS 9-1 **Grundlagen Kulturfinanzierung**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.		
Dienstag	12:15 - 13:45	Di, 21.10.2025-27.01.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
Dienstag	12:15 - 13:45	Di, 21.10.2025-27.01.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit (Fallanalyse) beantragt werden.
- Kommentar:** Die Finanzierung von Kultureinrichtungen und -projekten ist ein Kernthema im Kulturmanagement. Sie ist in Deutschland zu wesentlichen Teilen abhängig vom Zustand der öffentlichen Haushalte, über die noch immer der größte Teil der nicht-kommerziellen Kulturangebote finanziert wird.
- Im Seminar beschäftigen wir uns daher mit den maßgeblichen Instrumenten der Kulturfinanzierung vor allem im öffentlichen und gemeinnützigen Kulturbetrieb. Ausgehend von Erkenntnissen aus einer fallbasierten Kosten- und Finanzierungsplanung rücken Drittmitteln öffentlicher und privater Art als auch verschiedene Eigeneinnahmen in den Fokus unserer Betrachtung.
- Ziel des Seminars ist es, die jeweiligen Besonderheiten und Potenziale der verschiedenen Finanzierungsinstrumente zu erkennen und Erfahrungen in der Erstellung und Bewertung von Finanzierungskonzepten zu sammeln.
- Hinweis: Das Grundlagenseminar wird durch das Kompaktseminar zu Sponsoring und Fundraising im folgenden Semester vertieft.
- Literatur:** Gerlach-March, Rita / Lorenz Pöllmann (2019): Kulturfinanzierung, 2. Aufl., Wiesbaden.
- Schössler, Tom (2017): Kulturfinanzierung. In: Klein, Armin (Hrsg.): Kompendium Kulturmanagement, 4. Aufl., München, S. 299-319.
- Schössler, Tom (2019): Preispolitik im Kulturbetrieb. Eintrittspreise erfolgreich gestalten, Wiesbaden.

Vertiefung I Kulturfinanzierung

Vertiefung II Kulturfinanzierung (Wahl)

Modul 10: Kulturmarketing

Grundlagen des Kulturmarketings

KM MS 10-1 Grundlagen Kulturmarketing

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 24.10.2025	5 5.005	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 24.10.2025	5 5.006	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 31.10.2025	5 5.005	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 31.10.2025	5 5.006	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 07.11.2025	5 5.006	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 07.11.2025	5 5.005	Schuhbauer, S.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung (I) erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Kommentar: Wie können Kultureinrichtungen und -projekte ihre Angebote wirksam positionieren, ihre Zielgruppen erreichen, Beziehungen zu Besucher*innen aufbauen und so kulturelle Teilhabe sowie wirtschaftliche und ideelle Ziele fördern – und das in einer Zeit, in der Aufmerksamkeit so knapp ist wie nie? Das Blockseminar beantwortet diese Fragen, indem es einen kompakten, praxisorientierten Einstieg in die Welt des Kulturmarketings bietet. Ausgehend von den Grundlagen – was Kulturmarketing ist, warum es für Kulturbetriebe unverzichtbar ist und wie Wettbewerbsvorteile entstehen – erarbeiten die Studierenden in interaktiven Formaten zentrale Analyse- und Planungsinstrumente.

Nach der Erarbeitung dieser Grundlagen liegt ein Schwerpunkt des Seminars auf dem strategischen Marketing. Die Studierenden lernen, wie man Ziele festlegt und daraus geeignete Strategien ableitet. Verschiedene dieser Strategien (u. a. Marktsegmentierung, Markenführung, Innovation, Netzwerkstrategie, Besucher*innenbindung) lernen sie sowohl theoretisch als auch praktisch kennen. Darauf aufbauend geht es um das operative Marketing: den gezielten Einsatz der Instrumente des Marketing-Mix, Organisation und Koordination von Kampagnen sowie Methoden der Erfolgskontrolle. Besondere Beachtung findet auch die Customer Journey – die Reise der Besucher*innen von der ersten Aufmerksamkeit bis zur langfristigen Bindung – und die Bedeutung digitaler Strategien im Kulturmarketing.

Praktische Übungen, Gruppenprojekte und der Austausch mit Marketingexpert*innen sorgen dafür, dass Theorie und Praxis eng verzahnt sind. Am Ende des Seminars verfügen die Studierenden über fundiertes Wissen und konkrete Werkzeuge für die Entwicklung eigener Marketingkonzepte.

Literatur: Hausmann, A. (2021): Kulturmarketing, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer.

Hausmann, A. (2019): Kulturtourismusmarketing. Praxis Kulturmanagement, Wiesbaden.

Hausmann, A. / Schuhbauer, S. (2023): Schriftliche Besucherbefragungen im Kulturmarketing und Kulturtourismus. Praxis Kulturmanagement, Wiesbaden.

Klein, A. (2011): Kulturmarketing: Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe, 3. Aufl., München.

Steinecke, A. (2013): Management und Marketing im Kulturtourismus. Basiswissen – Praxisbeispiele – Checkliste, Wiesbaden.

Vertiefung I Kulturmarketing

Vertiefung II Kulturmarketing (Wahl)

Modul 11: Kommunikationsmanagement

11.1 Grundlagen des Kommunikationsmanagements

KM MS 11-1 Grundlagen Kommunikationsmanagement

Hauptseminar

2.0 Semesterwochenst.

Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 27.10.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 27.10.2025	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	10:00 - 16:00	Do, 06.11.2025	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	10:00 - 16:00	Do, 06.11.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	10:00 - 16:00	Do, 20.11.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	10:00 - 16:00	Do, 20.11.2025	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 24.11.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 09.12.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 09.12.2025	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit (Kommunikationskonzept) beantragt werden.

Kommentar: Wer Kultur macht, will Öffentlichkeit. Doch wie gelingt es, zielgerichtet mit denjenigen in Kontakt zu kommen, die für den eigenen Kulturbetrieb oder das eigene Projekt wichtig sind? Im Seminar werden grundlegende Kenntnisse über Öffentlichkeitsarbeit im Kulturbetrieb vermittelt. Mit wem sollte ich auf welche Weise kommunizieren? Welche Kommunikationskanäle, offline wie online kann ich dafür nutzen? Wie gelingt gutes Storytelling? Und was, wenn etwas schief geht? Wie betreibe ich Krisenkommunikation? Die Teilnehmenden erhalten Input zur strategischen und operativen Planung von Kommunikation, konkrete Tipps zur Umsetzung sowie Methoden der Erfolgskontrolle. Im Fokus steht das Instrument des Kommunikationskonzeptes, das im Seminar Schritt für Schritt eingeführt wird und die Prüfungsleistung für das Modul bildet.

Literatur: Bentele, Günter / Romy Fröhlich / Peter Szyska (Hrsg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon, 3. Aufl., Wiesbaden.
 Besson, Nanette Aimée (2021): Unternehmenskommunikation und PR konzipieren. Methoden zur strategischen Planung, Steuerung und Evaluation, München.
 Hoffjann, Olaf (2023): Public Relations, Wiesbaden.
 Nielsen, Martin / Grove Ditlevsen, Marianne / Julius Pedersen, Anne Grethe (Hrsg.) (2023): Werbung und PR im digitalen Zeitalter. Grenzen, Übergänge und neue Formate, Wiesbaden.
 Schmidbauer, Klaus (2017): Wirksame Kommunikation – mit Konzept: Ein Handbuch für Praxis und Studium, Potsdam.
 Schmidbauer, Klaus (2011): Vorsprung mit Konzept. Erfolgreiche Konzepte für die Unternehmens- und Marketingkommunikation entwickeln, Berlin.

11.2 Vertiefung I Kommunikationsmanagement

KM MS 11-2 Vertiefung Kommunikationsmanagement - Presse- und Medienarbeit

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.		
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 04.12.2025	5 5.005	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 04.12.2025	5 5.006	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 05.12.2025	5 5.005	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 05.12.2025	5 5.006	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 22.01.2026	5 5.005	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 22.01.2026	5 5.006	Moschkau, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und am Seminar Vertiefung (I) erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit (Kommunikationskonzept) beantragt werden.
- Kommentar:** Im Vertiefungsseminar des Moduls stehen die Zielgruppen Presse und Publikum im Mittelpunkt. In der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, im Online und Offline Marketing gibt es tausend und eine Möglichkeit die Aufmerksamkeit der gewünschten Zielgruppe zu erhaschen. Die Werkzeuge, die hierfür nützlich sind, werden in diesem Seminar vorgestellt, diskutiert und gemeinsam ergänzt.
- Zunächst wird ein Überblick über die Grundbegriffe der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, den Graubereich zwischen PR und Marketing sowie die Struktur der Medienlandschaft in Deutschland gegeben. Anschließend widmet sich das Seminar in verschiedenen Werkstätten der praktischen Seite der Presse- und Medienarbeit. Wir wollen verstehen, was Journalist*innen erwarten und brauchen, diskutieren die Möglichkeiten in der Medienarbeit und trainieren die verschiedenen Informationsformen (Medien-Input), abgestimmt bzw. im Vergleich zu den Arbeitswerkzeugen der Journalist*innen (Medien-Output). Das klassische Handwerkszeug wie das Schreiben einer Pressemitteilung oder das Auswählen bzw. Anfertigen (lassen) von Pressebildern werden ebenso Teil der Übungen sein wie das Führen von Interviews oder die Moderation von Publikumsgesprächen. Weiterführend wollen wir die Zusammenarbeit mit Influencer*innen und den Einsatz von Social Media in der PR betrachten.
- Darüber hinaus bietet das Seminar zahlreiche Best (und Failed) Practice Beispiele zu allem, was es in der Presse- und Medienarbeit sonst noch so braucht: einen gepflegten Verteiler und Organisationstalent, rhetorisches Geschick und Kommunikationsfähigkeit, ein Gespür für Themen, Know-how in Sachen Visualisierungstechniken sowie: Menschenkenntnis.
- Das Seminar will die Standards kritisch hinterfragen, um praktisches Handwerkszeug für eine moderne und kreative Presse- und Medienarbeit zusammenzustellen; es will diskutieren, ermutigen und inspirieren. Nach Möglichkeit sollen ein Gespräch mit einer*m Journalist*in das Seminar abrunden.
- Literatur:** Ina Ross: Wie überlebe ich als Künstler*in? Eine Werkzeugkiste für alle, die sich selbst vermarkten wollen. Bielefeld 2022.
 Peter Overbeck (Hg.): Musikjournalismus. Konstanz 2005.
 Urs Meyer: Poetik der Werbung. Berlin 2010.
 Viola Falkenberg: Pressemitteilungen schreiben: die Standards professioneller Pressearbeit. Frankfurt/Main 2008.
 Stefan Lüddemann: Kulturjournalismus. Medien, Themen, Praktiken. Wiesbaden 2015.
 Christiane Planck: Public Relations – crossmedial. Frankfurt/Main 2011.

11.3 Vertiefung II Kommunikationsmanagement (Wahl)

Modul 12: Personal und Führung

12.1 Personal und Führung I

KM MS 12-1 Personal und Führung I - Akteure und Aufgaben der Personalführung

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.		
Dienstag	14:15 - 17:45	Di, 21.10.2025-25.11.2025	5 5.005	Hausmann, A.
Dienstag	14:15 - 17:45	Di, 21.10.2025-25.11.2025	5 5.006	Hausmann, A.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme an zwei Seminaren und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung als Modulprüfung in einem Seminar erforderlich.
- Kommentar:** Das Personal gehört in Kulturbetrieben zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren. Nur wenn die Mitarbeiter*innen in den zahlreichen Aufgabenbereichen ihr Bestes geben und professionell angeleitet, gefördert und gefordert werden, werden Kulturorganisationen langfristig erfolgreich am Markt bestehen. Die Personalführung ist daher das zentrale Handlungsfeld im Personalmanagement und wird beeinflusst durch eine Vielzahl von Faktoren, wie z.B. die Heterogenität von Beschäftigten, Tätigkeitsbereichen oder Arbeitsverhältnisse. Zu den typischen Schwerpunktfeldern der Personalführung, die auch im Seminar behandelt werden, gehören u.a. typische individuelle und organisationale Einflussfaktoren auf die Führung in Kulturbetrieben, Aufgaben von Führung, Fragen zur Mitarbeitermotivation, last but not least, die Herausforderung der Selbstführung einer Führungskraft. Die Veranstaltung ist dabei so angelegt, dass die Studierenden einerseits das theoretische Rüstzeug der Personalführung nähergebracht bekommen und andererseits die Übertragung der theoretischen Erkenntnisse auf die praktischen Realitäten von Kulturorganisationen üben. Da Führung jeden in Kulturbetrieben betrifft richtet sich das Seminar sowohl an Studierende mit Interesse an künftiger Führungsverantwortung als auch an Studierende, die künftige Arbeitsbeziehungen und Führungssituationen besser verstehen und (mit-)gestalten wollen.
- Literatur:** Hausmann, A. (2019): Cultural Leadership I. Begriff, Einflussfaktoren und Aufgaben der Personalführung in Kulturbetrieben, Wiesbaden: Springer.
- Hausmann, A./Zischler, L. (2023). Leadership in Arts Organisations. The Power of Successful Work Relationships. Palgrave MacMillan.
- Weibler, J. (2023): Personalführung, 4. Aufl., München: Vahlen.

12.2 Personal und Führung II

12.3 Personal und Führung III

Modul 13: Teamlabor Kulturbetrieb

13.1 Existenzgründung

KM MS 13-1 **Existenzgründung**

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 17.10.2025	Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 21.11.2025	Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 28.11.2025	Höllen, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters. Ort: 10:00 bis 18:00 Uhr Filmakademie Ludwigsburg, Animationsinstitut Raum A1.14 (im ersten Stock), Akademiehof 10, 71638 Ludwigsburg. Details werden über Moodle und beim Kick-off rechtzeitig bekanntgegeben.
- Kommentar:** Der Kulturbetrieb und die Kultur- und Kreativwirtschaft sind prädestiniert für Gründung und Selbstständigkeit, sei es im Haupt- oder Nebenerwerb. Zudem sind sogenannte Start-ups im Kultur- und Medienbereich unerlässlich, um Innovationen zu entwickeln. Hier spricht man z.B. von „Cultural Entrepreneurship“. Aber auch für angestellte*r Kulturmanager*innen und Producer können die Methoden des Start-up-Managements Impulse für betriebswirtschaftlich innovatives und strategisches Handeln innerhalb einer Organisation geben („Cultural Intrapreneurship“).
- Daher beschäftigt sich dieses Seminar mit Gründungs- und Start-up-Management. Dabei wird ein Schwerpunkt auf Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft gelegt, die sowohl für Studierende des Kulturmanagement, als auch der Filmakademie relevant sind. Was ist die Kultur- und Kreativwirtschaft überhaupt? Was sind Motive, eine Unternehmung zu gründen? Wie entwickle ich ein Nutzungsversprechen für meine Zielgruppe? Was ist ein Geschäftsmodell? Wie kann ich es entwickeln und innovieren? Wie entstehen Innovationen? Wie ist in „the Länd“ die Förderung von Gründungen, Start-ups, Kreativwirtschaft und Innovation strukturiert?
- Das Seminar führt ein in Methoden, Inhalte und Institutionen. Dabei wird ein Fokus auf eigene Praxisprojekte und eine Verbindung zum Teamlabor gelegt.
- Literatur:** Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) : Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft, aktuellste Ausgabe unter <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Navigation/DE/DieBranche/die-branche.html>
- Dark Horse Innovation (2016): Digital Innovation Playbook. Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer*innen, Macher*innen und Manager*innen: Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager.
- Medien- und Filmfördergesellschaft Baden-Württemberg (MFG): Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Südwesten, Standortstudie unter <https://kreativ.mfg.de/die-kultur-und-kreativwirtschaft/>
- Hausmann, A. (2019): Basics der Existenzgründung in der Kultur- und Kreativwirtschaft, Praxis Kulturmanagement, Wiesbaden.
- Langholz, J. (2011): Existenzgründung im Kulturbetrieb, Reihe Kunst- und Kulturmanagement, Bielefeld.
- Osterwalder, Alexander / Pigneur, Yves (2011): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt/New York.
- Rohrberg, Andrea / Andreas Schug (2010): Die Ideenmacher. Lustvolles Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ein Praxis-Guide, Bielefeld.

13.2 Gesellschaftsrecht

KM MS 13-2 Gesellschaftsrecht

Seminar	1.0 Semesterwochenst.			
Einzel	09:00 - 14:30	Do, 08.01.2026	5 5.005	Grimm, S.
Einzel	09:00 - 14:30	Do, 08.01.2026	5 5.006	Grimm, S.
Einzel	09:00 - 15:00	Do, 15.01.2026	5 5.005	Grimm, S.
Einzel	09:00 - 15:00	Do, 15.01.2026	5 5.006	Grimm, S.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.
- Kommentar:** In dem Seminar werden die verschiedenen gesellschaftsrechtlichen Rechtsformen, wie der Verein, die BGB-Gesellschaft, die Personenhandelsgesellschaften, die Partnerschaftsgesellschaft, die GmbH, die Aktiengesellschaft und die eingetragene Genossenschaft vorgestellt. Ziel des Seminars ist es, den Entscheidern im Kulturbereich Grundlagen für die Organisation und Rechtsformenwahl zu vermitteln.
- Literatur:** Es wird gebeten, den Gesetzesband: „Wichtige Wirtschaftsgesetze“ aus dem NWB-Verlag in der neuesten Ausgabe zum Seminar mitzubringen oder ein Gerät mit dem man auf Vorschriften aus dem Internet zugreifen kann.

13.3 Teamlabor Kulturbetrieb

KM MS 13-3b Teamlabor Kompakt Jahrgang 2024

Hauptseminar	1.0 Semesterwochenst.		
Einzel	10:00 - 18:00	Mo, 13.10.2025	Schlünß, M. Schwingen, A.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des dritten Semesters Pflicht.

Kommentar: Mit der Teamlaborwoche zu Beginn des Wintersemesters beginnen die abschließenden Arbeiten der studentischen Gruppen an ihren Geschäftsideen. Neben der Überarbeitung der Finanztabellen werden auf der Grundlage von Impulsen und eigenen Recherchen geeignete Finanzierungsmöglichkeiten ermittelt. Durch den Austausch mit Expert*innen erhalten die Studierenden Feedback zu möglichen Finanzierungsmöglichkeiten. Im Business Plan, der im Laufe des Wintersemesters von den Studierenden zu erarbeiten ist, werden die Ergebnisse der einjährigen Arbeit an den Unternehmensideen zusammengeführt.

Für die Detailplanung der Teamlaborwoche wird den Studierenden ein Terminplan übermittelt.

Informationen zur Abgabe des Businessplans in digitaler und gedruckter Form erhalten die Studierenden zu Beginn des Semesters. Nach Einreichung ihrer Business Pläne erhalten die Studierenden jeweils ein ausführliches Feedback durch die Dozentin. Der Termin der Abschlusspräsentation ist der Dienstag, 13. Januar 2026 um 17:00 Uhr im LiteraturCafé.

Modul 14: Sonstige Studienleistungen

14.1 Projektmanagement

KM MS 14-1 **Projektmanagement**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.		
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 02.12.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 02.12.2025	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 11.12.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 11.12.2025	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 16.12.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 16.12.2025	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 13.01.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 13.01.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 20.01.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 20.01.2026	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
 06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
 11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Kommentar: Projektarbeit wird im Kulturbetrieb immer wichtiger, gutes Projektmanagement zu betreiben damit essenziell. Die Teilnehmenden des Seminars erlernen die zentralen Techniken und Instrumente des klassischen Projektmanagements und erlangen ergänzend Einblicke in die Grundlagen des agilen Projektmanagements.

Methoden und Tools zu Definition, Planung, Durchführung und Abschluss von Projekten stehen im Zentrum: Was haben smarte Ziele mit einer klaren Projektdefinition zu tun? Wie kann ich Risiken analysieren, einschätzen und mit ihnen umgehen? Wie plane ich Abläufe im Projekt und kontrolliere ihre Umsetzung? Was gehört zu einem guten Projektabschluss? In Übungen anhand von Praxisbeispielen werden die vorgestellten Methoden und Tools direkt erprobt.

Literatur: Bemmé, Sven-Oliver (2020): Kultur-Projektmanagement. Kultur- und Organisationsprojekte erfolgreich managen, Wiesbaden.
 Klein, Armin (2010): Projektmanagement für Kulturmanager, Wiesbaden.

14.2 Exkursion

KM MS 14-2 Kultur vor Ort: Karlsruhe

Seminar 1.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:00 - 20:00	Do, 18.12.2025	Häutle, N.
Einzel	10:00 - 11:30	Fr, 19.12.2025	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.
Die Teilnahme steht auch Studierenden im 3. Semester offen.

Kommentar: Karlsruhe, als bedeutende Kultur- und Medienstadt in Baden-Württemberg, zeichnet sich durch eine vielfältige Kulturlandschaft aus. Neben international renommierten Institutionen wie dem Zentrum für Kunst und Medien (ZKM) dem Badischen Staatstheater oder dem Badischen Kunstverein e.V., einem der ältesten seiner Art, ist die Stadt auch Heimat einer lebendigen freien Szene, zahlreicher Festivals und innovativer Kulturinitiativen.

Ziel der Exkursion ist es, zentrale Kultureinrichtungen vor Ort kennenzulernen und Einblicke in ihre Organisationsstrukturen, Strategien und aktuellen Herausforderungen zu gewinnen. Die Studierenden erhalten Gelegenheit zum direkten Austausch mit Expert*innen und erlangen so ein erstes Verständnis für das praktische Berufsfeld des Kulturmanagements.

Ein besonderes Highlight im Dezember sind die Weihnachtsmärkte in der Stadt – ein Versorgungsstopp zum Abschluss des Tages ist eingeplant!

Ein Programm mit Details zum Ablauf wird rechtzeitig bekannt gegeben.

14.3 Praktikum (geöffnet für kulturelles Engagement)

KM MS 14-3 Praktikum und kulturelles Engagement

Seminar 1.0 Semesterwochenst.

Einzel	18:00 - 19:30	Di, 25.11.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	18:00 - 19:30	Di, 25.11.2025	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 11.08.2025 - 04.09.2025 1. Anmeldephase
06.09.2025 - 09.10.2025 2. Anmeldephase
11.10.2025 - 16.10.2025 3. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2025 14:00:00 - 31.03.2026 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an der Veranstaltung am 25.11.2025 um 18 Uhr ist Pflicht für alle Studierenden, die ein Praktikum absolviert haben und die ECTS-Punkte angerechnet haben möchten.
Die Teilnahme empfiehlt sich außerdem für alle, die in den darauffolgenden Monaten ein Praktikum absolvieren und sich dazu austauschen möchten.
Weitere Termine im Rahmen der Praktikumsbetreuung werden individuell vereinbart.

Kommentar: Ein Praktikum oder kulturelles Engagement kann Eingangstor in eine spannende Institution sein, wichtiger Punkt auf dem Lebenslauf oder einfach eine lehrreiche Erfahrung. Im Rahmen des Studiums haben Sie die Möglichkeit, sich diese Tätigkeiten anrechnen zu lassen.

Dazu müssen Sie neben dem Praktikum oder dem kulturellen Engagement einen Bericht abgeben und an einem Erfahrungsaustausch teilnehmen. Genaueres dazu finden Sie im Moodle-Kurs „Praktikum Kulturmanagement“ (Link dazu im Moodle-Kurs „Schwarzes Brett Institut für Kulturmanagement“).

Modul 15 Masterarbeit