

Sommer 2025

Studienplan 2022

Modul 1: Kulturtheorie/Kulturgeschichte

KM MS 1-3 **Kunsttheorie der Moderne**

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Dienstag	12:15 - 13:45	Di, 15.04.2025-22.07.2025	5 5.005	Häutle, N.
Dienstag	12:15 - 13:45	Di, 15.04.2025-22.07.2025	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
 15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 07.04.2025 - 30.09.2025 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: Was ist Kunst? Diese Frage treibt Rezipierende, Kritiker*innen, Kunstschaffende und Kulturmanager*innen gleichermaßen um. In der kulturwissenschaftlichen Analyse und Kulturpraxis wird der Begriff der Hochkultur bereits seit Jahrzehnten dekonstruiert. Viele Kulturinstitutionen, die Kunstkritik und die Kunst selbst sind jedoch bis heute von einem hochkulturellen Kunstverständnis geprägt – sei es durch Affirmation oder Ablehnung.

Der europäische Hochkulturbegriff wird bestimmt durch eine lange Tradition der philosophischen Ästhetik, die in der griechischen Antike ihren Anfang nimmt, mit der beginnenden Moderne ab dem 18. Jahrhundert eine erste wissenschaftliche Definition erfährt und mit den Avantgarden des 20. Jahrhunderts einen weiteren Höhepunkt erlebt.

Im Zentrum des Seminars steht daher die Auseinandersetzung mit einzelnen Positionen der Kunsttheorie vom 18. Jahrhundert bis in die Gegenwart. Dabei werden zentrale Texte der Kunsttheorie diskursiv erschlossen und Einblicke in zeitgenössische Debatten gegeben. Ziel ist nicht zuletzt, die Zeitgebundenheit der Positionen einzuschätzen, ihre Bedeutung für das heutige Kunstverständnis zu erkennen und dieses kritisch reflektieren zu können.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Locher, Hubert (2023): Kunsttheorie von der Antike bis zur Gegenwart, München. (Erscheinungsdatum 12. Mai 2023)

Rebentisch, Juliane (2017): Theorien der Gegenwartskunst, Hamburg.

Reicher, Maria E. (2005): Einführung in die philosophische Ästhetik, Darmstadt.

Schüller, Marco (Hrsg.) (2013): Texte zur Ästhetik: eine kommentierte Anthologie, Darmstadt.

Siegmund, Judith (Hrsg.) (2022): Handbuch Kunstphilosophie, Bielefeld.

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

1.6 Kulturgeschichte des 20. Jh. - 2

Modul 2: Angewandte Kunstwissenschaften

KM MS 2-3 Angewandte Kunstwissenschaften - Literatur

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Mittwoch	12:15 - 13:45	Mi, 16.04.2025-23.07.2025	5 5.005	Häutle, N.
Mittwoch	12:15 - 13:45	Mi, 16.04.2025-23.07.2025	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 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: Wer die aktuellen Zahlen des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels ansieht, kann schnell feststellen: Zwar ist die Produktion von Erstauflagen im deutschen Buchhandel in den letzten zehn Jahren deutlich zurückgegangen, mit über 60.000 Erstauflagen scheint der Buchmarkt jedoch weiterhin vor Kreativität zur strotzen.

Im Seminar beschäftigen wir uns mit dem aktuellen Literaturbetrieb, den Akteuren darin und ihren jeweiligen Rollen. Im Zentrum steht dabei die Gegenwartsliteratur, deren Produktion, Rezeption und Vermittlung. Wir beschäftigen uns mit der Rolle von Autor*innen, Verlagen, Vertriebs- und Vermittlungsstrukturen, mit der Rezeption von Feuilleton bis BookTok ebenso wie mit Preisen und Förderungen. Gäste aus der Praxis geben dabei Einblicke in das konkrete Arbeiten mit Literatur.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Amlinger, Carolin (2021): Schreiben. Eine Soziologie literarischer Arbeit. Berlin.

Arnold, Heinz Ludwig / Mathias Beilein (Hrsg.) (2009): Literaturbetrieb in Deutschland. München. 3. Auflage, Neufassung.

Neuhaus, Stefan/Oliver Ruf (Hrsg.) (2011): Perspektiven der Literaturvermittlung, Innsbruck u.a.

Plachta, Bodo (2008): Literaturbetrieb. München (UTB).

Richter, Steffen (2011): Der Literaturbetrieb. Eine Einführung, Darmstadt.

2.1 im Kulturbetrieb I (Kunst)

2.2 im Kulturbetrieb II (Musik)

2.3 im Kulturbetrieb III (Literatur)

2.4 im Kulturbetrieb IV (Theater)

Modul 3 Kulturpolitik

3.1 Kulturpolitik I

3.2 Kulturpolitik II

Modul 4: Kulturrecht

KM MS 4-2 Kulturrecht II - Steuerrecht

Hauptseminar

Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 14.04.2025	Szczesny, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 12.05.2025	Szczesny, M.
Einzel	14:00 - 18:00	Do, 22.05.2025	Szczesny, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 16.06.2025	Szczesny, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 17.06.2025	Szczesny, M.
Einzel	09:00 - 15:00	Do, 24.07.2025	Szczesny, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 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.

Kommentar: Steuerrechtliche Aspekte spielen im heutigen Kulturbetrieb eine immer größere Rolle. Das gilt nicht nur für den privatwirtschaftlichen Bereich, wo selbstverständlich eine Steuerpflicht besteht, sondern auch für den öffentlich-rechtlichen und gemeinnützigen Bereich, wo durch eine Tätigkeit außerhalb des Zweckbetriebs durchaus eine Steuerpflicht entstehen kann. Es ist deshalb sowohl aus strafrechtlicher Sicht (Steuerhinterziehung) als auch mit Blick auf die Kulturfinanzierung (Kostenfaktor Steuern) unumgänglich, dass Kulturmanager zumindest über Grundkenntnisse des Steuerrechts verfügen.

Das Seminar wird in die Grundlagen des deutschen Steuerrechts einführen und anschließend die wichtigsten Steuerarten (Umsatzsteuer, Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer) vorstellen, soweit sie für die Arbeit im Kulturbetrieb von besonderem Interesse sind.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Schaar, Rüdiger, Knauff, Reinhard, Skrotzki, Marie, Medienberufe und Steuern : 2. Auflage - Wiesbaden [2019]

Stolz, Hansjörg (1999): Die Kunst im Steuerrecht, Heidelberg.

4.1 Recht I

4.2 Recht II

4.3 Recht III

4.4 Recht IV

Modul 5: Aktueller Kulturdiskurs

KM MS 5-2 Diskurs im Kulturbetrieb II

Hauptseminar 1.0 Semesterwochenst.

Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 05.05.2025	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 05.05.2025	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 19.05.2025	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 19.05.2025	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 23.06.2025	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 23.06.2025	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 30.06.2025	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 30.06.2025	5 5.006	Feldwieser, L.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Veranstaltungen finden in Präsenz oder vor Ort in Kulturbetrieben oder online über Zoom statt. Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn auf Moodle bekannt gegeben.
Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist der Besuch von allen drei Terminen von zwei Seminaren und die Vorbereitung einer der Einzelveranstaltungen erforderlich.

Kommentar: Das Seminar setzt sich aus 4 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.
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 Sommersemester erbringen möchten, dort für die Moderation eines Termins anmelden können.

5.1 Diskurs im Kulturbetrieb I

5.2 Diskurs im Kulturbetrieb II

5.3 Diskurs im Kulturbetrieb III

5.4 Diskurs im Kulturbetrieb IV

Modul 6: Empirische Kulturforschung

KM MS 6-2 Empirische Kulturmanagementforschung

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Mittwoch	10:15 - 11:45	Mi, 16.04.2025-23.07.2025	5 5.005	Hausmann, A.
Mittwoch	10:15 - 11:45	Mi, 16.04.2025-23.07.2025	5 5.006	Hausmann, A.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 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: Durch die empirische Kulturmanagementforschung können Erkenntnisse gewonnen werden, die Kulturbetrieben bei der Steuerung ihrer eigenen Organisation und der Sicherung ihrer Zukunft zu helfen vermögen. Ziel des Seminars ist es, einen Überblick über die für das Kulturmanagement wichtigsten Methoden zu geben und die Kompetenzen der Studierenden in diesem Bereich zu stärken. So können mit Abschluss des Seminars zum einen Ergebnisse vorhandener Studien gelesen und interpretiert werden und zum anderen eigene Forschungsvorhaben konzipiert und durchgeführt werden.

Zu Beginn werden zentrale Begriffe geklärt sowie Grundfragen und -probleme besprochen. Mit Hilfe von praxisbezogenen Beispielen werden qualitative und quantitative Forschungsmethoden vorgestellt. Die Studierenden werden sich im Seminar sowohl theoretische Grundlagen aneignen als auch das Erlernte im Rahmen einer eigenen Studie in der Praxis erproben.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Föhl, Patrick S./Patrick Glogner-Pilz (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft. Grundlagen – Entwicklungen – Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis, Bielefeld.

Glogner-Pilz, Patrick/Patrick S, Föhl (Hrsg.) (2016): Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde, Berlin.

Glogner-Pilz, P. (2019): Kulturpublikumsforschung. Grundlagen und Methoden, 2. Aufl., Wiesbaden.

Häder, M. (2019): Empirische Sozialforschung. Eine Einführung, 4. Auflage, Wiesbaden.

Hausmann, Andrea (2021): Kulturmarketing, 3. Vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden.

Mayring, P. (2016): Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken, Weinheim.

Scholl, Armin (2018): Die Befragung, 4. Auflage, Konstanz.

KM MS 6-3 Einführung in SPSS und MAXQDA

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 27.06.2025	7 7.104	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 27.06.2025	1 1.203	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 11.07.2025	7 7.104	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 11.07.2025	5 5.006	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 18.07.2025	7 7.104	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 18.07.2025	5 5.006	Schuhbauer, S.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 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.

Das Seminar beginnt in Raum 1.203. Sie wechseln dann im Verlauf mehrmals von Seminarraum zu PC-Raum.

Kommentar: Grundkenntnisse in der deskriptiven Statistik sind für angehende Kulturmanager*innen unerlässlich, etwa um im Rahmen einer Besucher*innenbefragung Daten auswerten oder andere Studien lesen und einordnen zu können. Das Seminar gibt, neben der Einführung in die deskriptive Statistik, vor allem auch einen Einblick in die Statistik-Software SPSS, die sich für die Auswertung quantitativer Daten eignet. Im Seminar werden die Grundfunktionen von SPSS erläutert und der Einsatz des Programmes durch verschiedene Übungen getestet. Durch das Seminar sollen die TeilnehmerInnen im Umgang mit empirischen Daten und Standards geschult werden. Hierdurch sollen elementare Operationen der empirischen Datenauswertung erlernt und ein Ausblick auf weiterführende Methoden ermöglicht werden.

Neben quantitativen Daten können im Kulturmanagement aber auch qualitative Daten eine wichtige Rolle spielen. Im Seminar erfolgt daher zusätzlich auch eine Einführung in die Auswertungssoftware MAXQDA. Mit dieser Software kann qualitatives Datenmaterial (z.B. aus Leitfadeninterviews) mit der Methode der Inhaltsanalyse strukturiert und ausgewertet werden.

Das Seminar ist dabei eng verknüpft mit dem Seminar Empirische Sozialforschung. Besonders im Rahmen einer Projektarbeit am letzten Veranstaltungstag wird hierfür auf die dort erlangten Grundlagen und bereits vorbereitete Materialien zurückgegriffen. Aufgrund der Durchführung des Seminars im Computerraum können die Studierenden die erarbeiteten Kenntnisse dabei direkt praktisch erproben, da die beiden Programme SPSS und MAXQDA hier bereits vorinstalliert sind.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Brosius, Felix (2018): SPSS – Umfassendes Handbuch zu Statistik und Datenanalyse, 8. Aufl., Frechen.

Bühl, Achim (2018): SPSS. Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25, 16. aktual. Aufl., München.

Bühner, Markus (2021): Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, 4. korrig. u. erw. Aufl., München.

Duller, Christine (2019): Einführung in die Statistik mit Excel und SPSS. Ein anwendungsorientiertes Lehr- und Arbeitsbuch, 4. Aufl. Berlin / Heidelberg.

Field, Andy (2018): Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics, 5. Aufl., New York.

Flick, Uwe (2012): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, Reinbek bei Hamburg.

Glogner-Pilz, Patrick (2019): Kulturpublikumsforschung. Grundlagen und Methoden, 2. erw. und überarb. Aufl., Wiesbaden.

Janssen, Jürgen / Wilfried Laatz (2017): Statistische Datenanalyse mit SPSS. Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests, 9. Überarb. Und erw. Aufl., Berlin / Heidelberg.

Kuckartz, Udo (2010): Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten, 3., aktual. Aufl., Wiesbaden.

Kuckartz, Udo et al. (2013): Statistik. Eine verständliche Einführung, 2., überarb. Aufl., Wiesbaden.

Mayring, Philipp (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken, 13., überarb., erg. und aktual. Aufl., Weinheim / Basel.

6.1 Wissenschaft im Kulturmanagement

6.2 Empirische Kulturmanagementforschung

6.3 Einführung in SPSS und MAXQDA

Modul 7: Wahlbereich

KuBi M2/B3 **Theorien Interkulturelle Bildung**

Seminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 20 Teiln.	
Einzel	10:00 - 13:00	Fr, 11.04.2025	5 5.005	Frank, T. Pap, B.
BlockSa	10:00 - 17:00	09.05.2025-10.05.2025	5 5.005	Frank, T. Pap, B.
Einzel	10:00 - 17:00	Fr, 25.07.2025	5 5.005	Frank, T. Pap, B.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
 15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Termin am 11.4.2025 findet online statt! Angaben hierzu werden rechtzeitig bekanntgegeben.

KuBi M3-B2 **Vermittlung kulturellen Erbes**

Seminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 30 Teiln.	
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 09.04.2025	5 5.005	Frank, T. Schattschneider, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 30.04.2025	5 5.005	Frank, T. Schattschneider, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 14.05.2025	5 5.005	Frank, T. Schattschneider, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 28.05.2025	5 5.005	Frank, T. Schattschneider, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 18.06.2025	5 5.005	Frank, T. Schattschneider, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 02.07.2025	5 5.005	Frank, T. Schattschneider, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 16.07.2025	5 5.005	Frank, T. Schattschneider, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
 15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

Kommentar: **Titel: Die Museumsvermittlung im Wandel der Praxis**

Unsere Gesellschaft befindet sich in stetigem Wandel. Die Mediennutzung, das gesellschaftliche Engagement, das Freizeitverhalten aber auch die Erwartungen an kulturelle Institutionen haben sich grundlegend verändert.

Wie müssen die Museen auf diese Veränderungen reagieren? Welches Wissen soll eigentlich vermittelt werden? Wie können Museen mit dem sinkenden Interesse an kultureller Bildung umgehen? Welche Formate bieten sich an? Welche ästhetischen Methoden können verwendet werden?

Anhand ausgewählter Objekte der Referent: in für Südasien und insulares Südostasien des Linden-Museums, sollen unterschiedliche Vermittlungsmethoden ausprobiert und im Anschluss reflektiert werden.

Der erste Termin am 9.4.2025 findet im Linden-Museum statt, da dort die Objekte vorgestellt werden, die dann die Grundlage der Vermittlungsübungen bilden werden.

Lehrveranstaltungen zu Interkulturalität/Transkulturalität

Lehrveranstaltungen zu Kulturvermittlung

Lehrveranstaltungen zu Vermittlung des kulturellen Erbes

Lehrveranstaltungen zu Kultur und Tourismus

Modul 8: Kulturbetriebssteuerung

KM MS 8-2 **Kulturbetriebssteuerung Vertiefung I: Internes Rechnungswesen und Controlling**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.		
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 14.04.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 14.04.2025	5 5.006	Schneidewind, P.

Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 28.04.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 28.04.2025	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 12.05.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 12.05.2025	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 26.05.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 26.05.2025	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 12:00	Di, 08.07.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 21.07.2025	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 13:45	Mo, 21.07.2025	5 5.006	Schneidewind, P.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 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: Die Seminarinhalte bauen auf den im Wintersemester gelegten Grundlagen auf und rücken alle Bestandteile des internen Rechnungswesens, insbesondere die Controllingfunktion, in den Fokus.
Im Seminar soll geklärt werden, was hinter dem Controllingbegriff steckt und wie die spezielle Ausgestaltung in den Kulturbetrieben aussieht. Das richtige Controllingverständnis ist wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Anwendung.
Beim Überblick über die Instrumentarien des Controllings werden vor allem die Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung vertieft. Ziele, Aufgaben sowie Anforderungen und Prinzipien der Rechnung werden vorgestellt. Anhand von Beispielen wird die Funktionsweise verschiedener Kosten- und Leistungsrechnungssysteme eingeführt und im Hinblick auf die jeweils zu gewinnenden Aussagen kritisch beurteilt. Dabei werden sowohl die traditionellen Verfahren der Voll- und Teilkostenrechnung als auch neuere Kostenrechnungsverfahren vorgestellt. Das Seminar soll zudem konkrete Hinweise zur Einführung der Kosten- und Leistungsrechnung in Kulturbetrieben sowie zur Integration der Ergebnisse in ein Managementinformationssystem vermitteln.
Ein weiterer Schwerpunkt widmet sich dem Berichtswesen und den Fragen, wie die gewonnenen Informationen zielgerichtet eingesetzt werden können.

Literatur: Literaturempfehlungen:
Forum Theater-Controlling (Hrsg.): Controlling im Theater: https://kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/2c-kuma-t-01/PDF/Kontaktstudium/White_Paper_FINAL_.pdf
Horvath & Partner (Hrsg.) (2016): Das Controllingkonzept. Der Weg zu einem wirkungsvollen Controllingsystem, München.
Schneidewind, Petra (2012): Controlling im Kulturmanagement. Eine Einführung, Wiesbaden.
Schneidewind, Petra (2006): Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement, Bielefeld.
Schneidewind, Petra (2000): Entwicklung eines Theater-Management-Informationssystems, Frankfurt/M.
Vollmuth, Hilmar (2003): Controlling Instrumente von A-Z, Planegg/München.

Grundlagen der Kulturbetriebssteuerung

Vertiefung I Kulturbetriebssteuerung

Vertiefung II Kulturbetriebssteuerung (Wahl)

Modul 9: Kulturfinanzierung

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 16.05.2025	5 5.005	Groß, M.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 16.05.2025	5 5.006	Groß, M.
Einzel	09:15 - 17:15	Do, 10.07.2025	5 5.005	Groß, M.
Einzel	09:15 - 17:15	Do, 10.07.2025	5 5.006	Groß, M.
Einzel	09:15 - 17:15	Do, 17.07.2025	5 5.005	Groß, M.
Einzel	09:15 - 17:15	Do, 17.07.2025	5 5.006	Groß, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
 15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 07.04.2025 - 30.09.2025 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: In der heutigen Zeit werden die finanziellen Ressourcen für kulturelle Vorhaben zunehmend begrenzter, wodurch die Entwicklung effektiver Methoden zur Kapitalbeschaffung an Bedeutung gewinnt. Staatliche Förderungen stellen nur noch einen Teil der Finanzierungsquellen für Kulturprojekte dar. Vor diesem Hintergrund widmet sich das Seminar der Akquisition privater Drittmittel, darunter Sponsoring und Fundraising, als alternative Finanzierungsoptionen. Es beginnt mit einem Vergleich dieser beiden Ansätze zur Mittelbeschaffung und erläutert daraufhin ihre Grundprinzipien, Anforderungen und praktische Anwendungen. Das Seminar bietet zudem eine detaillierte Untersuchung der Märkte für Sponsoring und Spenden sowie eine Erklärung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen. Darüber hinaus werden Techniken und Werkzeuge präsentiert, die zur Planung und Realisierung von Fundraisingprojekten beitragen, wobei praktische Beispiele zur Vertiefung der Projektgestaltung, Kostenkalkulation und Durchführung herangezogen werden.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Bortoluzzi Dubach, Elisa / Chiara Tinonin (2022): Großzügigkeit im Dialog.

Buss, Peter (2012): Fundraising. Grundlagen, System und strategische Planung, Bern, Stuttgart, Wien.

Frohne, Julia / Brigitte Norwidat-Altmann / Oliver Scheytt (2015): Kultursponsoring. Leitfaden für kreative Allianzen, Wiesbaden.

Haibach, Marita (2012): Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, 4. Aufl., Frankfurt/M. u. New York.

Manfred Bruhn, Sponsoring, Systematische Planung und integrativer Einsatz (2017)

Grundlagen der Kulturfinanzierung

Vertiefung I Kulturfinanzierung

Vertiefung II Kulturfinanzierung (Wahl)

Modul 10: Kulturmarketing

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 15.04.2025-22.07.2025	5 5.005	Pröbstle, Y.
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 15.04.2025-22.07.2025	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	10:00 - 16:30	Mo, 07.07.2025		Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
 15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

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

Kommentar: Vielerorts haben Kultureinrichtungen neben dem lokalen und regionalen Publikum zunehmend touristische Besucher:innen im Blick. Und auch Tourismusorganisationen setzen in ihren Marketingkonzepten häufig auf den Attraktivitätsfaktor Kultur. Zentraler Erfolgsfaktor ist dabei die Bereitschaft beider Akteure zur Kooperation, denn ein singuläres Angebot induziert in der Regel keinen Tourismus. Kulturmanager:innen können diese Zusammenarbeit (mit-)initiiieren und koordinieren.

Im Seminar beschäftigen wir uns angebotsseitig mit den verschiedenen Erscheinungsformen und Akteur:innen des Kulturtourismus und betrachten aktuelle Entwicklungen und Trends. Anschließend wenden wir uns der Nachfrageseite zu und fragen nach spezifischen Merkmalen von Kulturtourist:innen in Abgrenzung zu nicht-touristischen Besucher:innen. Daraus lassen sich konkrete Empfehlungen für die Marketing- und Vermittlungspraxis ableiten. Darüber hinaus werden verschiedene Fallbeispiele Gegenstand des Seminars sein.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Burzinski, M./L. Buschmann /Y. Pröbstle (2018): Kulturtourismusstudie 2018. Empirische Einblicke in die Praxis von Kultur- und Tourismusakteuren, verfügbar unter: https://www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/phlb/hochschule/fakultaet2/kulturmanagement/PDF/Forschung/Kulturtourismusstudie_2018_final.pdf.

Dreyer, A./Ch. Antz (Hrsg.) (2020): Kulturtourismus. 3. Aufl., Berlin.

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

Pröbstle, Y. (2014): Kulturtouristen. Eine Typologie, Springer.

KM MS 10-3 Kulturmarketing Vertiefung II - Audience Development

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 04.07.2025	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 04.07.2025	5 5.006	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 11.07.2025	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 11.07.2025	5 5.006	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 18.07.2025	5 5.005	Gerlitz, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich. In Kooperation mit Kultureller Bildung
Kommentar:	Auf den Strukturwandel des Publikums zu reagieren, stellt für viele Kulturbetriebe eine große Herausforderung dar. Zudem werden öffentlich getragene Kultureinrichtungen zunehmend mit Legitimationsfragen konfrontiert. Was können Kulturbetriebe tun, um eine Besucher*innenschaft anzusprechen und zu gewinnen, die mehr die gesellschaftliche Heterogenität abbildet und zugleich das bestehende Publikum weiter bindet? Wo das klassische Marketing mit dem Kunstwerk verbundene Aspekte ausklammert und vorwiegend quantitative Ziele verfolgt, integriert Audience Development neben Marketing auch Kunstvermittlung sowie die Entwicklung künstlerischer Programme für die jeweiligen Zielgruppen. Audience Development ist folglich eng mit den Marketingbemühungen verknüpft, zeigt sich im Kulturmanagement jedoch als umfassenderes, das Wesen der Organisation bestimmendes Konzept. Unterschiedliche Kompetenzen sollen mit dem Ziel zusammengeführt werden, eine dauerhafte Beziehung zu unterschiedlichen Besucher*innengruppen herzustellen und Zugangsbarrieren konsequent abzubauen. Lernziel dieses Seminars ist es, Rahmenbedingungen, Strategien und Planungstools des Audience Developments kennenzulernen und für die Bedeutung einer teilhabeorientierten Marketing- und Vermittlungsarbeit zu sensibilisieren. Beleuchtet werden Möglichkeiten der Besucher*innenorientierung, -entwicklung, -bindung und -rückgewinnung. Die Studierenden erkennen den Zusammenhang von Audience Development mit in den letzten Jahren im Fokus stehenden Themenfeldern, wie z.B. Diversität, Ländlicher Raum, Digitalisierung, Demokratie. Am dritten Seminartag werden bei einer Tages-Exkursion die theoretischen Grundlagen mit Einblicken in die Praxis von Kulturbetrieben im Stuttgarter Norden ergänzt. Hinweis: Das Seminar baut auf Grundlagenwissen über Kulturmarketing auf. Studierenden des M.A. Kulturelle Bildung wird ein vorheriges Einlesen in das Themenfeld Kulturmarketing empfohlen.
Literatur:	Literaturempfehlungen: Allmanritter, Vera (2017): Audience Development in der Migrationsgesellschaft. Neue Strategien für Kulturinstitutionen, Bielefeld. Europäische Kommission (2017): Final Report. Study on Audience Development - How to place audiences at the centre of cultural organisations, Brüssel. Hausmann, Andrea (2021): Kulturmarketing, 3. Aufl., Wiesbaden. Gerlitz, Johannes Maria (2023): Audience Development mittels Besucher*innen. Eine Programmevaluation im Theaterbetrieb, Ludwigsburg. Klein, Armin (2008): Besucherbindung im Kulturbetrieb, 2. Aufl., Wiesbaden. Mandel, Birgit (2013): Interkulturelles Audience Development: Zukunftsstrategien für öffentlich geförderte Kultureinrichtungen, Bielefeld. Renz, Thomas (2016): Nicht-Besucherbeforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld.

Grundlagen des Kulturmarketings

Vertiefung I Kulturmarketing

Vertiefung II Kulturmarketing (Wahl)

Modul 11: Kommunikationsmanagement

11.1 Grundlagen des Kommunikationsmanagements

11.2 Vertiefung I Kommunikationsmanagement

11.3 Vertiefung II Kommunikationsmanagement (Wahl)

KM MS 11-3 Kommunikationsmanagement Vertiefung II - Onlinekommunikation

Hauptseminar

2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:30 - 17:30	Do, 17.04.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 17.04.2025	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 08.05.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 08.05.2025	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 15.05.2025	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 15.05.2025	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
 15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich.

Kommentar: Wir alle kommunizieren täglich online. Wer heute Öffentlichkeitsarbeit im Kulturbereich betreibt, muss sich daher auch mit Onlinekommunikation beschäftigen, die individuellen Chancen und Herausforderungen unterschiedlicher Kanäle kennen und eine Haltung zu ihrem Einsatz entwickeln.

Im Vertiefungsseminar II wollen wir die Möglichkeiten von Kultur-PR als Onlinekommunikation kritisch reflektieren, Praxisbeispiele analysieren und je nach den Interessensgebieten der Teilnehmenden selbst tätig werden. Von Erstellen von Podcast-Folgen über den Dreh von Kurzvideos für Social Media bis zur Konzeption eines Newsletters ist dabei alles denkbar, was technisch möglich ist – wer sich selbst einer Challenge stellen will, kann hier endlich ausprobieren, wozu es bisher noch keine Gelegenheit gab. Wie es dem Kommunikationsmanagement entspricht, werden hier ebenso strategische Überlegungen wie praktische Umsetzungsmöglichkeiten Raum finden.

Über den praktischen Ansatz hinaus soll dieses Seminar Gelegenheit bieten, Diskussionen über die Ethik der Nutzung von Social Media, Herausforderungen der Online-Kommunikation wie beispielsweise Shitstorms oder der Umgang mit Datenschutz zu führen.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Schweiger, Wolfgang / Beck, Klaus: Handbuch Online-Kommunikation (Hrsg.) (2019): Handbuch Online-Kommunikation. Wiesbaden.

Hoffmann, Olaf / Pfeil, Thomas (Hrsg.) (2015): Strategische Onlinekommunikation: Theoretische Konzepte und empirische Befunde. Wiesbaden.

Drössler, Kira (2021): Formate für Digital Natives: Innovatives Entwickeln, Umsetzen und Managen. Wiesbaden.

Kvalnes, Øyvind (2020): Digital Dilemmas. Exploring Social Media Ethics in Organizations. Cham.

Ruisinger, Dominik (2024): Das Ende von Social Media. Warum wir digitale Netzwerke neu denken müssen. Stuttgart.

Preger, Sven (2024): Geschichten erzählen: Storytelling für Radio und Podcast. Wiesbaden. 2. Auflage

Friedmann, Joachim (2021): Storytelling for Media: Introduction to the Theory and Practice of Narrative Design. München/Tübingen.

Modul 12: Personal und Führung

12.1 Personal und Führung I

12.2 Personal und Führung II

12.3 Personal und Führung III

Hauptseminar

2.0 Semesterwochenst.

Einzel	14:15 - 17:45	Di, 15.04.2025	5 5.005	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 15.04.2025	5 5.006	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 29.04.2025	5 5.005	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 29.04.2025	5 5.006	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 06.05.2025	5 5.005	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 06.05.2025	5 5.006	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 13.05.2025	5 5.005	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 13.05.2025	5 5.006	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 20.05.2025	5 5.005	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 20.05.2025	5 5.006	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 27.05.2025	5 5.005	Hausmann, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 27.05.2025	5 5.006	Hausmann, A.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
 15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 07.04.2025 - 30.09.2025 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: Andere zu verstehen, ist eine Kunst — auch und gerade im Berufsleben von Kulturmanagern und Kulturmanagerinnen, das geprägt ist durch ein heterogenes Arbeitsumfeld mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Beschäftigtengruppen, Aufgabenbereichen, Zielvorstellungen, Ressourcenausstattungen etc. Miteinander reden und einander zuhören wird in klassischen Kulturbetrieben, aber auch in Verwaltungen, Stiftungen etc. immer wichtiger im Hinblick auf gelingende Arbeitsbeziehungen.

Fachliche Kompetenzen allein schützen Kulturmanager und Kulturmanagerinnen dabei nicht vor Missverständnissen und Konflikten. Vielmehr ist es sinnvoll, sich bereits im Studium mit den Grundlagen von Kommunikation und der Psychologie von Konflikten zu befassen – so kann es im Arbeitsleben besser gelingen, sachbezogen, zielorientiert und wertschätzend miteinander umzugehen. Zu den Schwerpunktthemen im Seminar gehören: Grundlagen der Kommunikation, typische Konfliktarten in Kulturbetrieben und Möglichkeiten des Umgangs mit Konflikten. Ziel des Seminars ist es, die Studierenden dafür zu befähigen, die Kommunikationskultur und Konfliktfähigkeit von Kulturbetrieben künftig stärker mitzugestalten – sei es als Mitarbeitende oder angehende Führungskräfte.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Glasl, F. (2020): Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führung, Beratung und Mediation, 12. Aufl., Haupt: Stuttgart.

Hausmann, A./Zischler, L. (2023). Leadership in Arts Organisations. The Power of Successful Work Relationships. Palgrave MacMillan.

Schulz von Thun, F./Ruppel, J./Stratmann, R. (2016): Miteinander reden. Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, 16. Aufl., Rowohlt: Reinbek/Hamburg.

Weibler, J. (2024): Personalführung, 4. Aufl., München: Vahlen.

Modul 13: Teamlabor Kulturbetrieb

13.1 Existenzgründung

13.2 Gesellschaftsrecht

13.3 Teamlabor Kulturbetrieb

KM MS 13-3a Teamlabor Kompakt Jahrgang 2024

Seminar		1.0 Semesterwochenst.		
Einzel	10:00 - 17:00	Di, 08.04.2025	5 5.005	Schwingen, A.
Einzel	10:00 - 17:00	Di, 08.04.2025	5 5.006	Schwingen, A.
Einzel	10:00 - 13:00	Mi, 09.04.2025	5 5.005	Schwingen, A.
Einzel	10:00 - 13:00	Mi, 09.04.2025	5 5.006	Schwingen, A.
Einzel	10:00 - 13:00	Do, 10.04.2025	5 5.005	Schwingen, A.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
 15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Das Teamlabor ist Pflicht für Studierende im zweiten Semester.

Kommentar: Das Teamlabor Kulturbetrieb, zu dem sich Studierende in Kleingruppen für mehrere Semester als „Unternehmensgründer:innen“ zusammenfinden, bietet den Raum, verschiedene Elemente des Kulturmanagements anhand einer selbst einzubringenden Gründungsidee zusammenzufassen und durchzuspielen. In Gruppen von drei bis fünf Personen überlegen sich die Studierenden ihr eigenes (fiktives) Geschäftsmodell und gehen gemeinsam folgenden Fragen nach: Welche Voraussetzungen muss ich als Gründer:in eines Kulturbetriebs erfüllen? Welche Unternehmensideen sind attraktiv? Wie plane ich mein eigenes Unternehmen? Wie erstelle ich einen Businessplan? Wie treffe ich strategische Entscheidungen und wie agiere ich operativ erfolgreich? Wie bilde ich ein schlagkräftiges Team? Wie funktioniert die Finanzierung, wie das Marketing, wie die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit?

Die notwendigen Bausteine zur Beantwortung all dieser Fragen liefert das Lehrangebot des Studiengangs. Der Transfer in die Praxis des Kulturbetriebs kann dann in der Eigenregie der Studierenden im Teamlabor erfolgen und wird durch kurze fachliche Inputs im Seminar angereichert. Die theoretischen und praktischen Anforderungen im komplexen System des Kulturbetriebs werden so spielerisch eingeübt. Zugleich eröffnen sich Chancen der Verbindung von kreativem Denken und geschäftstüchtigem Rechnen.

Der konkrete Themen- und Ablaufplan des Teamlabors Kulturbetrieb für das Sommersemester 2025 wird im Rahmen der **Teamlabortage** zu Semesterbeginn vorgestellt. Die Kompaktveranstaltung dient als Plattform zum intensiven Austausch mit und zwischen den Teams. Dabei erhalten die Studierenden auch eine Expertenberatung für das weitere Vorgehen. Zudem wird es im Rahmen der Teamlabortage eine Zwischenpräsentation des bisherigen Arbeitsstands mit Feedback der IKM-Dozierenden geben.

Im Sommersemester stehen im Wesentlichen folgende Inhalte im Teamlabor an: Operatives Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Personalplanung und Preispolitik, Wahl der Rechtsform sowie die Finanzplanung.

KM MS 13-3b Teamlabor Jahrgang 2024

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.		
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 16.04.2025	5 5.005	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 16.04.2025	5 5.006	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 07.05.2025	5 5.005	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 07.05.2025	5 5.006	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 21.05.2025	5 5.005	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 21.05.2025	5 5.006	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 25.06.2025	5 5.005	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 25.06.2025	5 5.006	Schwingen, A.
Einzel	09:00 - 12:30	Do, 03.07.2025	5 5.005	Schwingen, A.
Einzel	09:00 - 12:30	Do, 03.07.2025	5 5.006	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 09.07.2025	5 5.005	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 09.07.2025	5 5.006	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 23.07.2025	5 5.005	Schwingen, A.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 23.07.2025	5 5.006	Schwingen, A.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
 15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

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

Kommentar: Das Teamlabor Kulturbetrieb, zu dem sich Studierende in Kleingruppen für mehrere Semester als „Unternehmensgründer:innen“ zusammenfinden, bietet den Raum, verschiedene Elemente des Kulturmanagements anhand einer selbst einzubringenden Gründungsidee zusammenzufassen und durchzuspielen. In Gruppen von drei bis fünf Personen überlegen sich die Studierenden ihr eigenes (fiktives) Geschäftsmodell und gehen gemeinsam folgenden Fragen nach: Welche Voraussetzungen muss ich als Gründer:in eines Kulturbetriebs erfüllen? Welche Unternehmensideen sind attraktiv? Wie plane ich mein eigenes Unternehmen? Wie erstelle ich einen Businessplan? Wie treffe ich strategische Entscheidungen und wie agiere ich operativ erfolgreich? Wie bilde ich ein schlagkräftiges Team? Wie funktioniert die Finanzierung, wie das Marketing, wie die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit?

Die notwendigen Bausteine zur Beantwortung all dieser Fragen liefert das Lehrangebot des Studiengangs. Der Transfer in die Praxis des Kulturbetriebs kann dann in der Eigenregie der Studierenden im Teamlabor erfolgen und wird durch kurze fachliche Inputs im Seminar angereichert. Die theoretischen und praktischen Anforderungen im komplexen System des Kulturbetriebs werden so spielerisch eingeübt. Zugleich eröffnen sich Chancen der Verbindung von kreativem Denken und geschäftstüchtigem Rechnen.

Der konkrete Themen- und Ablaufplan des Teamlabors Kulturbetrieb für das Sommersemester 2025 wird im Rahmen der **Teamlabortage** zu Semesterbeginn vorgestellt. Die Kompaktveranstaltung dient als Plattform zum intensiven Austausch mit und zwischen den Teams. Dabei erhalten die Studierenden auch eine Expertenberatung für das weitere Vorgehen. Zudem wird es im Rahmen der Teamlabortage eine Zwischenpräsentation des bisherigen Arbeitsstands mit Feedback der IKM-Dozierenden geben.

Im Sommersemester stehen im Wesentlichen folgende Inhalte im Teamlabor an: Operatives Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Personalplanung und Preispolitik, Wahl der Rechtsform sowie die Finanzplanung.

Modul 14: Sonstige Studienleistungen

14.1 Projektmanagement

14.2 Exkursion

KM MS 14-2 **Kultur vor Ort: Kulturhauptstadt Chemnitz 2**

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

BlockVorl	09:00 - 20:00	02.06.2025-06.06.2025	Häutle, N. Probstle, Y.
-----------	---------------	-----------------------	-------------------------

Belegpflicht!	Belegfristen:	17.02.2025 - 13.03.2025	1. Anmeldephase
		15.03.2025 - 03.04.2025	2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
		07.04.2025 - 30.09.2025	Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des zweiten Semesters Pflicht.
(nur für Kulturmanagement-Studierende im 2. Semester geöffnet)

Kommentar: Die einwöchige Jahresexkursion ist immer ein Höhepunkt im Masterstudium Kulturwissenschaften und Kulturmanagement. Sie bietet Raum und Zeit für intensive Einblicke in einen ausgewählten Kulturraum.

Ziel ist in diesem Jahr Chemnitz - Kulturhauptstadt Europas 2025

Das detaillierte Exkursionsprogramm steht zu Beginn des Semesters bereit. Die Aufgabe der Teilnehmer*innen umfasst kurze Beiträge zum Exkursionsreader, aktive Vorbereitung der Begegnungen mit den Expert*innen vor Ort und deren Dokumentation.

14.3 Praktikum (geöffnet für kulturelles Engagement)

KM MS 14-3 Praktikum und Kulturelles Engagement

Seminar 1.0 Semesterwochenst.

Einzel	18:00 - 19:30	Mi, 16.04.2025	5 5.005	Häutle, N.
--------	---------------	----------------	---------	------------

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an der Veranstaltung am 16.04.2025 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 in Moodle (Schwarzes Brett Institut für Kulturmanagement).

Modul 15 Masterarbeit

KM MS 15-1a Kolloquium zur Masterarbeit - Prof. Hausmann

Kolloquium 2.0 Semesterwochenst.

Dienstag	18:00 - 19:30	Di, 15.04.2025-22.07.2025	5 5.005	Hausmann, A.
----------	---------------	---------------------------	---------	--------------

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden Pflicht, die in diesem Semester ihre Masterarbeit schreiben.

Kommentar: Das Kolloquium richtet sich an alle Kandidatinnen und Kandidaten, die während des Sommersemesters ihre Masterarbeit am Institut für Kulturmanagement schreiben (ist aber auch für Interessierte des zweiten Semesters offen). Im Seminar werden Fragen besprochen, die allgemein das Anfertigen einer wissenschaftlichen Arbeit betreffen. Zudem sollen die Kandidatinnen und Kandidaten im Laufe des Sommersemesters kurz die Struktur ihrer jeweiligen Arbeit vorstellen, die dann im Kolloquium gemeinsam diskutiert werden kann.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Kornmeier, M. (2018): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: Für Bachelor, Master und Dissertation, 8. Aufl., Stuttgart.

Theisen, M.R. (2024): Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 19., neu bearb. Aufl., Wiesbaden.

KM MS 15-1b Kolloquium zur Masterarbeit - Prof. Pröbstle

Kolloquium 2.0 Semesterwochenst.

Dienstag	18:00 - 19:30	Di, 15.04.2025-22.07.2025	5 5.006	Pröbstle, Y.
----------	---------------	---------------------------	---------	--------------

Belegpflicht! Belegfristen: 17.02.2025 - 13.03.2025 1. Anmeldephase
15.03.2025 - 03.04.2025 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
07.04.2025 - 30.09.2025 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden Pflicht, die in diesem Semester ihre Masterarbeit schreiben.

Kommentar: Das Kolloquium richtet sich an alle Kandidatinnen und Kandidaten, die während des Sommersemesters ihre Masterarbeit am Institut für Kulturmanagement schreiben (ist aber auch für Interessierte des zweiten Semesters offen). Im Seminar werden Fragen besprochen, die allgemein das Anfertigen einer wissenschaftlichen Arbeit betreffen. Zudem sollen die Kandidatinnen und Kandidaten im Laufe des Sommersemesters kurz die Struktur ihrer jeweiligen Arbeit vorstellen, die dann im Kolloquium gemeinsam diskutiert werden kann.

Literatur: Literaturempfehlungen:

Kornmeier, M. (2018): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: Für Bachelor, Master und Dissertation, 8. Aufl., Stuttgart.

Theisen, M.R. (2024): Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 19., neu bearb. Aufl., Wiesbaden.

