

VORLESUNGSVERZEICHNIS

Wintersemester 2026/27 - Notbetrieb / Offline-Fassung

STUDIENGANGS-DOKUMENTATION

Master: Kulturwissenschaft und Kulturmanagement (Vollzeit)

DOKUMENT-METADATEN & UMFANG

Umfang dieses Studiengangs:	63 Veranstaltungsseiten (+ 1 Inhaltsuebersicht + 1 Deckblatt)
Enthaltene Faecher:	1 Faecher (vollstaendig erfasst)
Semester & Gueltigkeit:	Wintersemester 2026/27 (Stand: 09. September 2026)
Bereitstellungsgrund:	Systemausfall Hochschul-LSF / Autarke Dokumentfassung

HINWEISE ZUR NUTZUNG & NAVIGATION

Vollstaendiger Auszug des Studiengangs aus dem Vorlesungsverzeichnis.

[+] Navigation: Nutzen Sie die nachfolgende Inhaltsuebersicht der Faecher sowie die integrierten Lesezeichen (Bookmarks / Outline) Ihres PDF-Programms, um direkt zu den Faecherbereichen zu springen.

[+] Vollstaendigkeit: Alle dem Studiengang zugeordneten Faecher und Lehrveranstaltungen sind vollstaendig enthalten.

INHALTSUEBERSICHT DER FAECHER

Studiengang: Master: Kulturwissenschaft und Kulturmanagement (Vollzeit)

INTERAKTIVE NAVIGATION

Klicken Sie auf einen Eintrag oder die Seitenzahl, um direkt zur jeweiligen Lehrveranstaltung zu springen.

Master: Kulturwissenschaft und Kulturmanagement (Vollzeit)

S. 3

Bemerkungen:	Bausteinbestätigung (3 ECTS) durch regelmäßige Teilnahme sowie Erledigung aller Aufgaben und Tests in Moodle (mit Wiederholungsmöglichkeit). Studierende der Erwachsenenbildung oder des Erweiterungsstudiengangs Beratung können nach Absprache in der ersten Seminarsitzung eine Modulprüfung (nicht durch Hausarbeit) ablegen. Ein über das LSF zugewiesener Seminarplatz verfällt bei Nichterscheinen!
Kommentar:	Das professionelle Beratungsgespräch zeichnet sich im Vergleich zum Alltagsgespräch dadurch aus, dass es zeitlich begrenzt ist, dass es keinen privaten Kontakt zwischen Berater und Ratsuchendem geben darf, dass die Rollen klar bestimmt sind, dass der Berater nicht unmittelbar ins Leben des Ratsuchenden eingreifen darf, dass Bewertungen, Beschwichtigungen und Mitleidsbekundungen nicht in die professionelle Beratung gehören und dass Ratschläge, tiefe Interpretationen und das Ausfragen des Ratsuchenden zu unterbleiben haben. Zukünftige Lehrerinnen und Lehrer haben auch die Aufgabe, Eltern sowie Jungen und Mädchen zu beraten. Befunde aus der Diagnostik müssen beispielsweise einführend vermittelt werden, wenn sie in das Selbstkonzept der Eltern eingehen sollen. Die Kommunikation mit dem Ratsuchenden sollte durch Empathie, Akzeptanz und Kongruenz bestimmt sein. In diesem Seminar wird unter anderem auch mit Rollenspielen die Kommunikation in Beratungssituationen verdeutlicht und eingeübt. Voraussetzung für die Teilnahme ist deshalb auch die Bereitschaft, in Rollenspielen mitzuspielen. Weitere Seminarthemen: Klinische Psychologie und Geschichte des Umgangs mit Verhaltensauffälligkeiten, Verhaltenstherapie und die Behandlung von Phobien, Psychoanalyse, Belastete Sexualität.
Literatur:	Rausch, A., Hinz, A. & Wagner, R. (2008). Modul Beratungspsychologie. Bad Heilbrunn: Klinkhardt/UTB. Davison, G. & Neale, J. (1996). Klinische Psychologie (1. Kap.) (S. 3-26). Weinheim: PVU Hinz, A. (2021). Psychologie der Sexualität. Eine Einführung für Studium und Praxis sozialer Berufe. Beltz/Juventa

Modul 9: Projekt

B-1: Projekt

B-2: Kolloquium

Modul 10: Masterthesis

Sonstige Veranstaltungen

Kulturmanagement (berufsbegleitend)

Dieses Studienangebot ist nur für die im Master-Aufbaustudiengang Kulturmanagement eingeschriebenen Studierenden.

PO 2007

Kulturwissenschaft und Kulturmanagement (Vollzeit)

Bemerkungen: **Anmeldung: Persönliche Anmeldung per E-Mail oder in der Sprechstunde.**

Kommentar: Ausgehend vom epistemologischen Subjektmodell und unter Berücksichtigung der Perspektive anthropologischer Kernannahmen wissenschaftlicher Forschung, werden in dieser Veranstaltung gemischt qualitativ-quantitative Forschungstraditionen vor dem Hintergrund eigener Projekte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer vorgestellt und diskutiert. Dabei werden Möglichkeiten und Grenzen einzelner methodischer Forschungsansätze erarbeitet und reflektiert. Den methodologischen und metatheoretischen Diskussionshintergrund bietet dabei das Forschungsprogramm Subjektive Theorien (Groeben & Scheele, 2010) mit seinem Integrationspotential von quantitativ-erklärender und qualitativ-verstehender Forschungstradition.

Literatur: Basisliteratur (weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben):

Bortz, J & Döring, N. (2015). Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Heidelberg: Springer.

Groeben, N. & Scheele, B. (2010). Das Forschungsprogramm Subjektive Theorien. In G. Mey & K. Mruck (Hrsg.), Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie (S. 151-165). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Groeben, N., Wahl, D., Schlee, J. & Scheele, B. (1988). Das Forschungsprogramm Subjektive Theorien. eine Einführung in die Psychologie des reflexiven Subjekts. Tübingen: Francke.

Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften, Bachelor (2. Aufl.). Berlin: Springer.

Straub, J. & Weidemann, D. (2015). Handelnde Subjekte. „Subjektive Theorien“ als Gegenstand der verstehend-erklärenden Psychologie. Gießen: Psychosozial-Verlag.

Wagner, R. F. (1995). Kontrollüberzeugungen bei chronischer Pankreatitis – Das Forschungsprogramm Subjektive Theorien und klassische Fragebogenforschung im Vergleich. Münster: Aschendorff.

Wagner, R. F. (2016). Unterricht aus Sicht der Lehrerinnen und Lehrer. – Subjektive Theorien zur Unterrichtsgestaltung und ihre Veränderung durch ein Training zu neuen Unterrichtsmethoden. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Wagner, R. F. (2021). Selbstreflexion (in) der Psychologie: Wissenschaftstheoretische Aspekte und praktische Konsequenzen. In T. F. Kreutzer & S. Albers (Hrsg.), Selbstreflexion. (S. 147-158).

Modul 1: Kulturtheorie

Modul 2: Kulturgeschichte

Modul 3: Kultursoziologie

Modul 4: Kulturpolitik

Modul 5: Kulturökonomik

Modul 6: Kunstwissenschaften

Modul 7: Aktueller Kulturdiskurs

Modul 8: Forschungsmethoden

Modul 9: Managementlehre

Modul 10: Rechnungswesen

Modul 11: Kulturförderung

Modul 12: Personalmanagement

Modul 13: Kulturmarketing

Modul 14: Öffentlichkeitsarbeit

Modul 15: Kulturrecht

Modul 16: Informationsmanagement

Modul 17: Kulturbetrieb

Modul 18: Kommunikationskompetenz

Modul 19: Sonstige Studienleistungen

Modul 1: Kulturtheorie / Kulturgeschichte

Modul 2: Kunstwissenschaften

Modul 3: Kulturpolitik

Modul 4: Kulturrecht

Modul 5: Aktueller Kulturdiskurs

Modul 6: Forschungsmethoden

Modul 7: Wahlbereich

Modul 8: Kulturbetriebssteuerung

Modul 9: Kulturfinanzierung

Modul 10: Kulturmarketing

Modul 11: Kommunikationsmanagement

Modul 12: Kulturbetrieb

Modul 13: Teamlabor Kulturbetrieb

Modul 14: Sonstige Studienleistungen

Modul 1: Kulturtheorie/Kulturgeschichte

Modul 2: Angewandte Kunstwissenschaften

Modul 3 Kulturpolitik

Modul 4: Kulturrecht

Modul 5: Aktueller Kulturdiskurs

Modul 6: Empirische Kulturforschung

Modul 7: Wahlbereich

Modul 8: Kulturbetriebssteuerung

Modul 9: Kulturfinanzierung

Modul 10: Kulturmarketing

Modul 11: Kommunikationsmanagement

Modul 12: Personal und Führung

Modul 13: Teamlabor Kulturbetrieb

Modul 14: Sonstige Studienleistungen

Modul 15 Masterarbeit

Studienplan 2022

KM 4-1KL Klausur Kulturrecht 4-1: Vertragsrecht 10 Uhr

Prüfung

Einzel	10:00 - 11:00	Mi, 03.02.2027	5 5.005	Klink-Straub, J.
Einzel	10:00 - 11:00	Mi, 03.02.2027	5 5.006	Klink-Straub, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

KM M3KI Klausur Kulturpolitik 10 Uhr

Prüfung

Einzel	10:00 - 12:00	Mi, 10.02.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	10:00 - 12:00	Mi, 10.02.2027	5 5.006	Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

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

Seminar 1.2 Semesterwochenst.

Mittwoch	09:00 - 10:00	Mi, 28.10.2026-27.01.2027	5 5.005	Häutle, N. Schlünß, M.
Mittwoch	09:00 - 10:00	Mi, 28.10.2026-27.01.2027	5 5.006	Häutle, N. Schlünß, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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 seit dem Wintersemester 25/26 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 KI im Studium und in der Praxis über Veranstaltungstechnik bis zu Deep Dives in Theorie. Wir freuen uns ebenfalls über Vorschläge der Studierenden.

Modul 1: Kulturtheorie/Kulturgeschichte

1.1 Kulturtheorie der Moderne

1.2 Kulturtheorie der Gegenwart

Hauptseminar

2.0 Semesterwochenst.

Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 04.11.2026	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 18.11.2026	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 18.11.2026	5 5.006	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 09.12.2026	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 09.12.2026	5 5.006	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 16.12.2026	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 16.12.2026	5 5.006	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 20.01.2027	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 20.01.2027	5 5.006	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 27.01.2027	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 27.01.2027	5 5.006	Klünemann, C.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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 Lehrveranstaltung, die teils als Vorlesung, teils als Seminar stattfinden wird, steht der Begriff der Gegenwart als Selbstwahrnehmung einer Epoche im Vordergrund. Grundlage dieser Reflexionen wird das Zeitverständnis sein, wie es sich im 'Westen' etabliert hat: linear, progressiv und auf ein Ziel ausgerichtet. Dieses Zeitverständnis beruht auf den drei Schlüsselbegriffen von chronos, kairos und krisis, wie sie der französische Historiker François Hartog analysiert und die es im Laufe des Semesters zu vertiefen gilt. Neben diesem systematischen Zugang zum Problem einer Kulturtheorie der Gegenwart (genitivus obiectivus !) gilt es ebenfalls die historische Dimension dieses Phänomens zu thematisieren: Dies beginnt auf der Grundlage des Ruinenbegriffs, wie ihn der Historiker Martin Zimmermann unlängst in seinem Buch Versunkene Welten analysiert hat. Dieses Buch, ebenso wie Georg Simmels Essay Die Ruine von 1919, wird uns als Grundlage der analytischen Betrachtung von Zeitwahrnehmung (und also Wahrnehmung der jeweiligen Gegenwart) in der Geschichte dienen; dabei wird sich diese Betrachtung ebenfalls auf zwei andere historische Epochen beziehen, in denen sich die Menschen als Zeitgenossen einer neuen Gegenwart wahrnahmen: nämlich die Renaissance sowie die „Sattelzeit“ (Reinhart Koselleck) an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert. Aus beiden Epochen geht eine spezifische Erinnerungskultur hervor, welche grundlegend ist für die heutige Unterscheidung von Erinnerung ('mémoire') und Geschichte ('Histoire'). Es ist der Begriff der Zeitgenossenschaft in der Interpretation des italienischen Philosophen Giorgio Agamben (Zeitgenosse sei, wer „weder vollkommen in seiner Zeit [d.i. Gegenwart] aufgeht, noch sich ihren Erfordernissen anzupassen versucht“, denn „diese Abweichung, dieser Anachronismus erlauben es ihm, seine Zeit wahrzunehmen und zu erfassen.“), welcher den Gegenwartsbegriff umreißt: in diesem Zusammenhang gilt es, näher zu bestimmen, was den Begriff des „Unzeitgemäßen“ (Friedrich Nietzsche) ausmacht. Und schließlich gilt es, Kulturtheorie(en) der Gegenwart (genitivus subiectivus !) zu benennen und auf diese Weise den Kulturbegriff zu pointieren. Gleichsam als Motto über der solchermaßen synchron und diachron ausgerichteten Beschäftigung mit der Kulturtheorie der Gegenwart kann die folgende Äußerung des britischen Autors Leslie Poles Hartley gelten: „The past is a foreign country, they do things differently there.“ Die Fähigkeit, sich auf die Fremdheit historischer Epochen einzulassen, ohne sie in der Sprache der Gegenwart zu belehren, das Misstrauen gegen grobe Vereinfachungen und die Weiterentwicklung historischen Bewusstseins aus gesellschaftlichen Deutungskonflikten können der Zivilgesellschaft auch weiterhin zugetraut und zugemutet werden.
Literatur:	ASSMANN, Jan (1992/82018): Das kulturelle Gedächtnis, München ASSMANN, Aleida (1999): Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses, München. BREBECK, Wulff et al. (2008): Erinnerungsarbeit kontra Verklärung der NS-Zeit. Vom Umgang mit Tatorten, Gedenkort und Kultorten, München. BREDEKAMP, Horst (2018): Berlin am Mittelmeer. Kleine Architekturgeschichte der Sehnsucht nach dem Süden, Berlin. DARDAN, Asal et al. (2023): Cancell. Ein notwendiger Streit, München. HABERMAS, Jürgen (1990): Die Moderne. Ein unvollendetes Projekt, Leipzig. HARTOG, François (2020): Chronos. L'Occident aux prises avec le temps, Paris. JAEGGER, Michael (2021): Goethes Faust. Das Drama der Moderne, München. JULLIEN, François (2017): Es gibt keine kulturelle Identität, Berlin. KLÜNEMANN, Clemens (2026): Verstörende Vielfalt. Jacques-Louis David und die Inszenierung des Politischen – eine Kulturgeschichte der Französischen Revolution im Spiegel seiner Malerei, Würzburg MAC SWEENEY, Naoise (2023): Der Westen. Die neue Geschichte einer alten Idee, Berlin MESSLING, Markus (2026): Kulturtod und Reparatur. Der Fall Champollion, Berlin. NIETZSCHE, Friedrich (1873-1876): Unzeitgemäße Betrachtungen SAVOY, Bénédicte (2018): Die Provenienz der Kultur, Berlin. STORA, Benjamin (2007): La guerre des mémoires. La France face à son passé colonial, Paris. TERKESSIDIS, Mark (2019): Wessen Erinnerung zählt? Koloniale Vergangenheit und Rassismus heute, Hamburg. TROTHA, Hans von (2021): Die große Illusion. Ein Schloss, eine Fassade und ein Traum von Preußen, Berlin. VOLKOV, Shulamit (2022): Deutschland aus jüdischer Sicht. Eine andere Geschichte vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart, München. WITTE, Bernd (2018): Moses und Homer. Griechen, Juden, Deutsche: Eine andere Geschichte der deutschen Kultur, Berlin. ZIMMERMANN, Martin (2026): Versunkene Welten, München

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

2.1 im Kulturbetrieb I (Kunst)

KM MS 2-1 Angewandte Kunstwissenschaften im Kulturbetrieb I - Kunst/Museum

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Dienstag	12:15 - 13:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Dienstag	12:15 - 13:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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: Kunstakademien, Auktionshäuser, Museen – die Orte und Institutionen, an denen Kunst stattfindet, sind vielgestaltig. In dem Seminar wird zunächst ein Überblick über das System Kunstbetrieb gegeben und dann seine Funktionsweise exemplarisch anhand des Kunstmuseums untersucht.

Dabei geraten die Geschichte der Institution, ihre Akteure und Aufgaben in den Blick, aber auch kritische Positionen, die sich vor allem seit den 1960er-Jahren formierten. Rückgebunden an diese historischen Entwicklungen stehen aktuelle Herausforderungen wie Multiperspektivität und Digitalisierung im Fokus des Seminars. Welchen Themen müssen sich Museen heute stellen, um relevant zu bleiben? Nicht zuletzt spielt dabei die Ausstellungsgestaltung eine Rolle, die in Hinblick auf die zuvor aufgefächerten Problematiken betrachtet wird.

Ziel des Seminars ist es, ein Verständnis für die Grundkonzeption des Museums und seine aktuellen Herausforderungen zu erlangen. Einblicke in die praktische Museumsarbeit sowie die Auseinandersetzung mit exemplarisch ausgewählten Ausstellungen erlauben es, das erlernte theoretische Wissen an der Praxis zu überprüfen und zu diskutieren.

Literatur: Bennett, Tony (2013): The Birth of the Museum. History, Theory, Politics, New Delhi.
Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum, Bielefeld.
Thije, Steven ten (2017): The emancipated museum, Amsterdam.
Tyradellis, Daniel (2014): Müde Museen. Oder wie Ausstellungen unser Denken verändern können, Hamburg.

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

KM MS 3-1 Kulturpolitik I

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Mittwoch	12:15 - 13:45	Mi, 28.10.2026-27.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Mittwoch	12:15 - 13:45	Mi, 28.10.2026-27.01.2027	5 5.006	Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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: Kulturmanagement ist eng mit Kulturpolitik verwoben, denn kulturpolitische Ziele und Entscheidungen prägen maßgeblich die Rahmen- und Handlungsbedingungen von Kulturbetrieben. Für Kulturmanager*innen ist ein fundiertes Verständnis der Strukturen, Mechanismen und Akteure der Kulturpolitik daher unverzichtbar.

Wir befassen uns zunächst mit unterschiedlichen Aspekten der Begriffsfelder von „Politik“ und „Kultur“: Was bedeutet es, politisch zu denken und zu handeln? Mit welchen Kulturbegriffen arbeitet Kulturpolitik? Wie können sich Kultur und Politik zueinander verhalten? Im Anschluss an diese grundsätzlichen Erörterungen betrachten wir die historischen, juristischen und finanziellen Rahmenbedingungen von Kulturpolitik in Deutschland und setzen uns mit ihren Akteuren auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene auseinander. Darüber hinaus werfen wir einen Blick auf die prägenden kulturpolitischen Positionen der letzten Jahrzehnte und deren Relevanz für die Kulturpolitik von heute und morgen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf den konkreten Gestaltungsinstrumenten von Kulturpolitik und der Frage, wie wir als Kulturmanager*innen davon gezielt Gebrauch machen können.

Literatur: Crückeberg, Johannes u.a. (Hrsg.) (2024): Handbuch Kulturpolitik, Wiesbaden.
Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.) (2001-2025): 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

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	14:15 - 17:45	Di, 03.11.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 03.11.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 17.11.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 17.11.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 01.12.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 01.12.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 02.12.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 02.12.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 08.12.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 08.12.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.

Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 16.12.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 16.12.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 13.01.2027	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 13.01.2027	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 20.01.2027	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 20.01.2027	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 27.01.2027	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 27.01.2027	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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: Aufgrund politischer Entwicklungen und der Krise der öffentlichen Haushalte stehen Kultureinrichtungen und die Kulturförderung erheblich unter Druck. Umso dringlicher ist es, sich mit der Legitimation von Kulturförderung auseinanderzusetzen und gemeinsam sprechsicher im Umgang mit entsprechenden Debatten zu werden.

Im Seminar setzen wir uns empirisch und theoretisch mit Argumenten der Kulturförderung auseinander. Am Beispiel der Landeshauptstadt Stuttgart begleiten wir zudem einen aktuellen Prozess zur Neuausrichtung der Kulturförderung und treffen auf Akteur*innen aus Kulturverwaltung und Kulturpolitik. Auf Basis unserer Erkenntnisse wenden wir abschließend die Methode der Denkprovokation nach Edward de Bono an und fragen: Wie kann die Kulturförderung der Zukunft aussehen?

Literatur: Allmanritter, Vera/Kliment, Tibor/Renz, Thomas (2026): Kultur als Standortfaktor in Berlin. Ein Gesamtbild ökonomischer, gesellschaftlicher und stadtgestaltender Effekte (Schriftenreihe Kulturförderung des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung, Nr. 5), Berlin, https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2026/06/Studie-Standortfaktor-Kultur_IKTF-2026.pdf

Föhl, Patrick S./Pröbstle, Yvonne (2020): Die Suche nach dem großen Narrativ. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2019/20, Bd. 17, Bielefeld, S. 109–119, <https://doi.org/10.14361/9783839444917>.

Knoblich, Tobias J. (2024): Kulturpolitik der Weltbeziehungen. Transformation, Programmatik und Geschichte, Bielefeld, <https://doi.org/10.14361/9783839471692>.

Zimmer, Annette (2024): Legitimationsnarrative der Kulturpolitik. In: Crückeberg, Johannes u.a. (Hrsg.): Handbuch Kulturpolitik, Wiesbaden, S. 31f., https://doi.org/10.1007/978-3-658-34379-8_5.

Modul 4: Kulturrecht

4.1 Recht I

KM MS 4-1 **Kulturrecht I - Vertragsrecht**

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 09.11.2026	5 5.005	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 09.11.2026	5 5.006	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 14.12.2026	5 5.005	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 14.12.2026	5 5.006	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 18.01.2027	5 5.005	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 18.01.2027	5 5.006	Klink-Straub, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

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

Kommentar: Hallenmiete, Bilderleihe, Kartenverkauf, Werbeauftrag, Konzession des Museumsbistros: Im Kulturbereich werden ständig eine Vielzahl unterschiedlicher Verträge abgeschlossen. Die Kenntnis der Grundlagen des Vertragsrechts ist deshalb unerlässlich. Diese Kenntnisse werden in der Veranstaltung systematisch erarbeitet und anhand praktischer Fälle aus dem Kulturbereich vertieft, ohne dass juristische Vorkenntnisse erforderlich sind.

Die Studierenden werden mit den Anforderungen an einen wirksamen Vertragsabschluss und die Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen vertraut gemacht. Sie sollen die Folgen von Vertragsstörungen abschätzen können und erfahren, wie bei der Vertragsgestaltung hiergegen Vorsorge getroffen werden kann. Daneben werden der Persönlichkeitsrechtsschutz und Verkehrssicherungspflichten erörtert.

Literatur:

Brox/Walker, Allgemeines Schuldrecht, 46. Auflage, 2022

Brox/Walker, Besonderes Schuldrecht, 46. Auflage, 2022

Die Studierenden werden gebeten, eine Textausgabe des BGB in der neuesten Ausgabe mitzubringen.

4.2 Recht II

4.3 Recht III

4.4 Recht IV

Modul 5: Aktueller Kulturdiskurs

5.1 Diskurs im Kulturbetrieb I

KM MS 5-1 Diskurs im Kulturbetrieb I

Hauptseminar 1.0 Semesterwochenst.

Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 02.11.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 02.11.2026	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 16.11.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 16.11.2026	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 23.11.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 23.11.2026	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 30.11.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 30.11.2026	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 07.12.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 07.12.2026	5 5.006	Feldwieser, L.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Veranstaltungen finden in Präsenz, vor Ort in Kultureinrichtungen oder online über Zoom statt. Die einzelnen Themen und Orte werden zu Semesterbeginn auf Moodle bekannt gegeben.

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 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 – sofern Sie ihren Leistungsnachweis in diesem Wintersemester erbringen möchten – 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.

5.2 Diskurs im Kulturbetrieb II

5.3 Diskurs im Kulturbetrieb III

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 - 11:45	Mo, 11.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 11.01.2027	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 11.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 11.01.2027	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 25.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 25.01.2027	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 25.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 25.01.2027	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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 und die Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens werden wiederholt und vor dem Hintergrund der Entwicklungen im Feld der KI-Unterstützung kritisch diskutiert.
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

7.1 Wahlseminar/-projekt

KM MS 7-1b **Wahlbereich: Projekt mit ZKM Karlsruhe (Besucher*innenforschung)**

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.		Max. 12 Teiln.
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006 Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 12.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 26.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Fr, 11.12.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 07.01.2027	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: **Das Seminar findet neben den regelmäßigen Treffen (Dienstags) am 12.11.2026 ganztätig vor Ort am ZKM statt.**
 Darüber hinaus ist die Bereitschaft erforderlich, im Projektverlauf an voraussichtlich einem weiteren Tag zu Erhebungszwecken ans ZKM zu fahren. Die Termine 26.11.2026, 11.12.2026 und 07.01.2026 sind hierfür als mögliche Termine freigehalten. Sie müssen NICHT an allen diesen Terminen anwesend sein.

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 in den Modulen 10 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Wo geht's hier eigentlich in die Ausstellung? Diese Frage stellt sich, wer ein Museum oder Ausstellungshaus betritt. Aber dieser Eingangsbereich ist mehr als der Durchgang von der Tram-Haltestelle zum ersten Kunstwerk – er kann entscheiden, ob der Besuch schon in guter Atmosphäre oder in Frust beginnt, ob sich ein*e Besucher*in willkommen fühlt oder abgeschreckt ist. In einem Projektseminar in Kooperation mit dem ZKM – Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe, führen die Studierenden eine empirische Studie zur Visitor Journey vor Ort am ZKM durch.

Ziel der Untersuchung ist es, die Visitor Experience der Besuchenden im Foyer und den Außenbereichen des ZKM zu erfassen und zu analysieren. Im Zentrum stehen dabei die subjektiven Wahrnehmungen der Atmosphäre, das persönliche Empfinden sowie Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Besuchenden. Darüber hinaus soll untersucht werden, wie sich Besuchende im Raum orientieren, welche Wege sie nutzen, welche Hürden ihnen begegnen und wie sie die Aufenthaltsqualität wahrnehmen. Die Studie verfolgt einen mixed-methods Ansatz, bei dem verschiedene Erhebungsmethoden (wie Beobachtung, Befragung oder auch kreative Verfahren) kombiniert werden können, um ein umfassendes Bild der Erfahrungen und Bedürfnisse der Besuchenden zu erhalten.

Literatur: Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft: Grundlagen - Entwicklungen - Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld: transcript Verlag.
 Hausmann, Andrea/Schuhbauer, Sarah (2023): Schriftliche Besucherbefragungen im Kulturmarketing und Kulturtourismus, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
 Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum (Edition Museum, Band 13), Bielefeld: transcript Verlag.

KM MS 7-1c **Wahlbereich: Projekt mit Kulturamt Heilbronn (Erinnerungskultur)**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 12 Teiln.	
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 12.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 26.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Fr, 11.12.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 07.01.2027		Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
 05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die regelmäßige Teilnahme sowie die Übernahme von Verantwortung und die sorgfältige Bearbeitung von Projektaufgaben im Team erforderlich.

Folgende **Projektstage** für Kleingruppenarbeit stehen nach Bedarf und Absprache zur Verfügung: 12.11. / 26.11. / 11.12.2026 und 07.01.2027, jeweils 9 bis 13 Uhr.

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 in den Modulen 8 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Welche Rolle spielt die lokale Erinnerungskultur im schulischen Alltag? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Praxisseminar, das in Kooperation mit dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn durchgeführt wird. Das Amt betreut seit April 2024 auch das Themenfeld Erinnerungskultur und entwickelt in impulsgebender und koordinierender Funktion Maßnahmen, um die städtische Erinnerungskultur nachhaltig zu gestalten. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, junge Menschen zu erreichen und aktiv zu beteiligen.

Nach einer fachlichen Auseinandersetzung mit dem Konzept der Erinnerungskultur sowie der Rolle kommunaler und schulischer Erinnerungsarbeit entwickelt das studentische Projektteam in enger Abstimmung mit dem Projektpartner einen Interviewleitfaden und befragt Lehrerinnen und Lehrer weiterführender Heilbronner Schulen. Im Zentrum stehen dabei unter anderem die Verankerung erinnerungskultureller Themen im Unterricht sowie die Bekanntheit und (Nicht-)Nutzung bestehender Angebote und die Rolle digitaler Vermittlungsangebote.

Ziel ist es, auf Basis der Befragungsergebnisse konkrete Handlungsvorschläge für die Erinnerungskulturarbeit der Stadt Heilbronn zu entwickeln. Die Befragung versteht sich dabei als Auftakt für einen weiteren Beteiligungsprozess, etwa in Form eines Workshops mit Lehrkräften oder ergänzender Fokusgruppengespräche mit Schülerinnen und Schülern.

Literatur: Erinnerungskultur allgemein:

Assmann, Aleida (2020): Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention, 3., erweiterte und aktualisierte Auflage, München.

Assmann, Aleida (2021): Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, München.

Benz, Wolfgang (2025): Zukunft der Erinnerung. Das deutsche Erbe und die kommende Generation, München.

Czollek, Max (2023): Versöhnungstheater, München. (vgl. auch den Podcast des Autors „Trauer und Turnschuh“)

Erl, Astrid (2018): Kollektive Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Eine Einführung, 3., aktual. und erw. Auflage, Stuttgart.

Gautschi, Peter / Barbara Sommer Häller (Hg.) (2014): Der Beitrag von Schulen und Hochschulen zu Erinnerungskulturen, Schwalbach.

Siebert, Susanne (2025): Gedenken neu denken. Wie sich unser Erinnern an den Holocaust verändern muss, München. (vgl. auch Instagram-Kanal der Autorin @keine.erinnerungskultur)

Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (Hrsg.) (2025): Gedenkanstoß MEMO. Multidimensionaler Erinnerungsmonitor 2025. Online verfügbar unter https://www.stiftung-evz.de/assets/1_Was_wir_f%C3%B6rdern/Bilden/Bilden_fuer_lebendiges_Erinnern/MEMO_Studie/Gedenkansto%C3%9F/Gedenkansto%C3%9F_MEMO-Studie_2025_2_Auflage.pdf

Zimmerer, Jürgen (Hrsg.) (2023): Erinnerungskämpfe. Neues deutsches Geschichtsbewusstsein, Stuttgart.

Erinnerungskultur Heilbronn:

Wanner, Peter (2020): Vom Flickenteppich zur Topographie der Erinnerung? Gedenk- und Erinnerungsorte der NS-Zeit und der beiden Weltkriege in Heilbronn. In: Schrenk, Christhard / Peter Wanner: Heilbronn 1933ff. Beiträge zum Nationalsozialismus in der Stadtgeschichte (Quellen und Forschungen zur Geschichte der Stadt Heilbronn 24), Heilbronn, S. 433–450. Online unter: https://stadtarchiv.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtarchiv/online-publikationen/QF24Heilbronn1933ff/Heilbronn_1933ff_Peter_Wanner_Erinnerungsorte.pdf

Wypior, Cajus (2019): Wir sind, an was wir uns erinnern. Ein historischer Lerngang in das Gedächtnis einer Stadt zur NS-Zeit als Beitrag zur Archäologie des Gegenwartsbewusstseins: In: Staatliches Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Hrsg.): Zeitschrift für Didaktik und Unterricht 2019, S. 26-31.

Podcast zur Heilbronner Stadtgeschichte: <https://www.stimme.de/service/podcast/heilbronner-geschichten/>

KuBi M3/B-1 Audience Development

Seminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 40 Teiln.	
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 18.12.2026	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 08.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 22.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Termin am 22.1.2027 findet als Exkursion nach Stuttgart statt! Weitere Informationen erhalten Sie im Seminar.
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.
Literatur:	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-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld.

7.2 Wahlseminar/-projekt

KM MS 7-1b **Wahlbereich: Projekt mit ZKM Karlsruhe (Besucher*innenforschung)**

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.		Max. 12 Teiln.
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006 Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 12.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 26.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Fr, 11.12.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 07.01.2027	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: **Das Seminar findet neben den regelmäßigen Treffen (Dienstags) am 12.11.2026 ganztätig vor Ort am ZKM statt.**
 Darüber hinaus ist die Bereitschaft erforderlich, im Projektverlauf an voraussichtlich einem weiteren Tag zu Erhebungszwecken ans ZKM zu fahren. Die Termine 26.11.2026, 11.12.2026 und 07.01.2026 sind hierfür als mögliche Termine freigehalten. Sie müssen NICHT an allen diesen Terminen anwesend sein.

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 in den Modulen 10 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Wo geht's hier eigentlich in die Ausstellung? Diese Frage stellt sich, wer ein Museum oder Ausstellungshaus betritt. Aber dieser Eingangsbereich ist mehr als der Durchgang von der Tram-Haltestelle zum ersten Kunstwerk – er kann entscheiden, ob der Besuch schon in guter Atmosphäre oder in Frust beginnt, ob sich ein*e Besucher*in willkommen fühlt oder abgeschreckt ist. In einem Projektseminar in Kooperation mit dem ZKM – Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe, führen die Studierenden eine empirische Studie zur Visitor Journey vor Ort am ZKM durch.

Ziel der Untersuchung ist es, die Visitor Experience der Besuchenden im Foyer und den Außenbereichen des ZKM zu erfassen und zu analysieren. Im Zentrum stehen dabei die subjektiven Wahrnehmungen der Atmosphäre, das persönliche Empfinden sowie Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Besuchenden. Darüber hinaus soll untersucht werden, wie sich Besuchende im Raum orientieren, welche Wege sie nutzen, welche Hürden ihnen begegnen und wie sie die Aufenthaltsqualität wahrnehmen. Die Studie verfolgt einen mixed-methods Ansatz, bei dem verschiedene Erhebungsmethoden (wie Beobachtung, Befragung oder auch kreative Verfahren) kombiniert werden können, um ein umfassendes Bild der Erfahrungen und Bedürfnisse der Besuchenden zu erhalten.

Literatur: Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft: Grundlagen - Entwicklungen - Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld: transcript Verlag.
 Hausmann, Andrea/Schuhbauer, Sarah (2023): Schriftliche Besucherbefragungen im Kulturmarketing und Kulturtourismus, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
 Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum (Edition Museum, Band 13), Bielefeld: transcript Verlag.

KM MS 7-1c **Wahlbereich: Projekt mit Kulturamt Heilbronn (Erinnerungskultur)**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 12 Teiln.	
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 12.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 26.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Fr, 11.12.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 07.01.2027		Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
 05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die regelmäßige Teilnahme sowie die Übernahme von Verantwortung und die sorgfältige Bearbeitung von Projektaufgaben im Team erforderlich.

Folgende **Projektstage** für Kleingruppenarbeit stehen nach Bedarf und Absprache zur Verfügung: 12.11. / 26.11. / 11.12.2026 und 07.01.2027, jeweils 9 bis 13 Uhr.

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 in den Modulen 8 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Welche Rolle spielt die lokale Erinnerungskultur im schulischen Alltag? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Praxisseminar, das in Kooperation mit dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn durchgeführt wird. Das Amt betreut seit April 2024 auch das Themenfeld Erinnerungskultur und entwickelt in impulsgebender und koordinierender Funktion Maßnahmen, um die städtische Erinnerungskultur nachhaltig zu gestalten. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, junge Menschen zu erreichen und aktiv zu beteiligen.

Nach einer fachlichen Auseinandersetzung mit dem Konzept der Erinnerungskultur sowie der Rolle kommunaler und schulischer Erinnerungsarbeit entwickelt das studentische Projektteam in enger Abstimmung mit dem Projektpartner einen Interviewleitfaden und befragt Lehrerinnen und Lehrer weiterführender Heilbronner Schulen. Im Zentrum stehen dabei unter anderem die Verankerung erinnerungskultureller Themen im Unterricht sowie die Bekanntheit und (Nicht-)Nutzung bestehender Angebote und die Rolle digitaler Vermittlungsangebote.

Ziel ist es, auf Basis der Befragungsergebnisse konkrete Handlungsvorschläge für die Erinnerungskulturarbeit der Stadt Heilbronn zu entwickeln. Die Befragung versteht sich dabei als Auftakt für einen weiteren Beteiligungsprozess, etwa in Form eines Workshops mit Lehrkräften oder ergänzender Fokusgruppengespräche mit Schülerinnen und Schülern.

Literatur: Erinnerungskultur allgemein:

Assmann, Aleida (2020): Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention, 3., erweiterte und aktualisierte Auflage, München.

Assmann, Aleida (2021): Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, München.

Benz, Wolfgang (2025): Zukunft der Erinnerung. Das deutsche Erbe und die kommende Generation, München.

Czollek, Max (2023): Versöhnungstheater, München. (vgl. auch den Podcast des Autors „Trauer und Turnschuh“)

Erl, Astrid (2018): Kollektive Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Eine Einführung, 3., aktual. und erw. Auflage, Stuttgart.

Gautschi, Peter / Barbara Sommer Häller (Hg.) (2014): Der Beitrag von Schulen und Hochschulen zu Erinnerungskulturen, Schwalbach.

Siebert, Susanne (2025): Gedenken neu denken. Wie sich unser Erinnern an den Holocaust verändern muss, München. (vgl. auch Instagram-Kanal der Autorin @keine.erinnerungskultur)

Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (Hrsg.) (2025): Gedenkanstoß MEMO. Multidimensionaler Erinnerungsmonitor 2025. Online verfügbar unter https://www.stiftung-evz.de/assets/1_Was_wir_f%C3%B6rdern/Bilden/Bilden_fuer_lebendiges_Erinnern/MEMO_Studie/Gedenkansto%C3%9F/Gedenkansto%C3%9F_MEMO-Studie_2025_2_Auflage.pdf

Zimmerer, Jürgen (Hrsg.) (2023): Erinnerungskämpfe. Neues deutsches Geschichtsbewusstsein, Stuttgart.

Erinnerungskultur Heilbronn:

Wanner, Peter (2020): Vom Flickenteppich zur Topographie der Erinnerung? Gedenk- und Erinnerungsorte der NS-Zeit und der beiden Weltkriege in Heilbronn. In: Schrenk, Christhard / Peter Wanner: Heilbronn 1933ff. Beiträge zum Nationalsozialismus in der Stadtgeschichte (Quellen und Forschungen zur Geschichte der Stadt Heilbronn 24), Heilbronn, S. 433–450. Online unter: https://stadtarchiv.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtarchiv/online-publikationen/QF24Heilbronn1933ff/Heilbronn_1933ff_Peter_Wanner_Erinnerungsorte.pdf

Wypior, Cajus (2019): Wir sind, an was wir uns erinnern. Ein historischer Lerngang in das Gedächtnis einer Stadt zur NS-Zeit als Beitrag zur Archäologie des Gegenwartsbewusstseins: In: Staatliches Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Hrsg.): Zeitschrift für Didaktik und Unterricht 2019, S. 26-31.

Podcast zur Heilbronner Stadtgeschichte: <https://www.stimme.de/service/podcast/heilbronner-geschichten/>

KuBi M3/B-1 Audience Development

Seminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 40 Teiln.	
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 18.12.2026	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 08.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 22.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Termin am 22.1.2027 findet als Exkursion nach Stuttgart statt! Weitere Informationen erhalten Sie im Seminar.
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.
Literatur:	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-Besucherkforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld.

Modul 8: Kulturbetriebssteuerung

Grundlagen der Kulturbetriebssteuerung

KM MS 8-1 Grundlagen Kulturbetriebssteuerung

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.			
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 28.10.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 28.10.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 04.11.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 04.11.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 11.11.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 11.11.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 25.11.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 25.11.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 09.12.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 09.12.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 17.12.2026		Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 15:45	Do, 14.01.2027	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 15:45	Do, 14.01.2027	5 5.005	Schneidewind, P.

Belegpflicht!	Belegfristen:	10.08.2026 - 03.09.2026	1. Anmeldephase
		05.09.2026 - 15.10.2026	2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
		17.10.2026 - 31.03.2027	Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung 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 7-1c **Wahlbereich: Projekt mit Kulturamt Heilbronn (Erinnerungskultur)**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 12 Teiln.	
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 12.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 26.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Fr, 11.12.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 07.01.2027		Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die regelmäßige Teilnahme sowie die Übernahme von Verantwortung und die sorgfältige Bearbeitung von Projektaufgaben im Team erforderlich.
- Folgende **Projekttag**e für Kleingruppenarbeit stehen nach Bedarf und Absprache zur Verfügung: 12.11. / 26.11. / 11.12.2026 und 07.01.2027, jeweils 9 bis 13 Uhr.
- 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 in den Modulen 8 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.
- Studium nach der PO 2025:
- Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich.
- Kommentar:** Welche Rolle spielt die lokale Erinnerungskultur im schulischen Alltag? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Praxisseminar, das in Kooperation mit dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn durchgeführt wird. Das Amt betreut seit April 2024 auch das Themenfeld Erinnerungskultur und entwickelt in impulsgebender und koordinierender Funktion Maßnahmen, um die städtische Erinnerungskultur nachhaltig zu gestalten. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, junge Menschen zu erreichen und aktiv zu beteiligen.
- Nach einer fachlichen Auseinandersetzung mit dem Konzept der Erinnerungskultur sowie der Rolle kommunaler und schulischer Erinnerungsarbeit entwickelt das studentische Projektteam in enger Abstimmung mit dem Projektpartner einen Interviewleitfaden und befragt Lehrerinnen und Lehrer weiterführender Heilbronner Schulen. Im Zentrum stehen dabei unter anderem die Verankerung erinnerungskultureller Themen im Unterricht sowie die Bekanntheit und (Nicht-)Nutzung bestehender Angebote und die Rolle digitaler Vermittlungsangebote.
- Ziel ist es, auf Basis der Befragungsergebnisse konkrete Handlungsvorschläge für die Erinnerungskulturarbeit der Stadt Heilbronn zu entwickeln. Die Befragung versteht sich dabei als Auftakt für einen weiteren Beteiligungsprozess, etwa in Form eines Workshops mit Lehrkräften oder ergänzender Fokusgruppengespräche mit Schülerinnen und Schülern.
- Literatur:** **Erinnerungskultur allgemein:**
- Assmann, Aleida (2020): Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention, 3., erweiterte und aktualisierte Auflage, München.
- Assmann, Aleida (2021): Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, München.
- Benz, Wolfgang (2025): Zukunft der Erinnerung. Das deutsche Erbe und die kommende Generation, München.
- Czollek, Max (2023): Versöhnungstheater, München. (vgl. auch den Podcast des Autors „Trauer und Turnschuh“)
- Erl, Astrid (2018): Kollektive Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Eine Einführung, 3., aktual. und erw. Auflage, Stuttgart.
- Gautschi, Peter / Barbara Sommer Häller (Hg.) (2014): Der Beitrag von Schulen und Hochschulen zu Erinnerungskulturen, Schwalbach.
- Siebert, Susanne (2025): Gedenken neu denken. Wie sich unser Erinnern an den Holocaust verändern muss, München. (vgl. auch Instagram-Kanal der Autorin @keine.erinnerungskultur)
- Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (Hrsg.) (2025): Gedenkanstoß MEMO. Multidimensionaler Erinnerungsmonitor 2025. Online verfügbar unter https://www.stiftung-evz.de/assets/1_Was_wir_f%C3%B6rdern/Bilden/Bilden_fuer_lebendiges_Erinnern/MEMO_Studie/Gedenkansto%C3%9F/Gedenkansto%C3%9F_MEMO-Studie_2025_2._Auflage.pdf
- Zimmerer, Jürgen (Hrsg.) (2023): Erinnerungskämpfe. Neues deutsches Geschichtsbewusstsein, Stuttgart.
- Erinnerungskultur Heilbronn:**
- Wanner, Peter (2020): Vom Flickenteppich zur Topographie der Erinnerung? Gedenk- und Erinnerungsorte der NS-Zeit und der beiden Weltkriege in Heilbronn. In: Schrenk, Christhard / Peter Wanner: Heilbronn 1933ff. Beiträge zum Nationalsozialismus in der Stadtgeschichte (Quellen und Forschungen zur Geschichte der Stadt Heilbronn 24), Heilbronn, S. 433–450. Online unter: https://stadtarchiv.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtarchiv/online-publikationen/QF24Heilbronn1933ff/Heilbronn_1933ff_Peter_Wanner_Erinnerungsorte.pdf
- Wypior, Cajus (2019): Wir sind, an was wir uns erinnern. Ein historischer Lerngang in das Gedächtnis einer Stadt zur NS-Zeit als Beitrag zur Archäologie des Gegenwartsbewusstseins: In: Staatliches Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Hrsg.): Zeitschrift für Didaktik und Unterricht 2019, S. 26-31.
- Podcast zur Heilbronner Stadtgeschichte: <https://www.stimme.de/service/podcast/heilbronner-geschichten/>

Modul 9: Kulturfinanzierung

Grundlagen der Kulturfinanzierung

Einzel	14:15 - 17:45	Di, 27.10.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 27.10.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 10.11.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 10.11.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 24.11.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 24.11.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 15.12.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 15.12.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 12.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 12.01.2027	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 26.01.2027	5 5.006	Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung 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

Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 13.11.2026	5 5.005	Schuhbauer, S.
--------	---------------	----------------	---------	----------------

Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 13.11.2026	5 5.006	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 20.11.2026	5 5.005	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 20.11.2026	5 5.006	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 27.11.2026	5 5.005	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 27.11.2026	5 5.006	Schuhbauer, S.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung 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)

KM MS 7-1b **Wahlbereich: Projekt mit ZKM Karlsruhe (Besucher*innenforschung)**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 12 Teiln.	
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 12.11.2026		Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 26.11.2026		Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Fr, 11.12.2026		Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 07.01.2027		Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: **Das Seminar findet neben den regelmäßigen Treffen (Dienstags) am 12.11.2026 ganztägig vor Ort am ZKM statt.**
 Darüber hinaus ist die Bereitschaft erforderlich, im Projektverlauf an voraussichtlich einem weiteren Tag zu Erhebungszwecken ans ZKM zu fahren. Die Termine 26.11.2026, 11.12.2026 und 07.01.2026 sind hierfür als mögliche Termine freigehalten. Sie müssen NICHT an allen diesen Terminen anwesend sein.

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 in den Modulen 10 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Wo geht's hier eigentlich in die Ausstellung? Diese Frage stellt sich, wer ein Museum oder Ausstellungshaus betritt. Aber dieser Eingangsbereich ist mehr als der Durchgang von der Tram-Haltestelle zum ersten Kunstwerk – er kann entscheiden, ob der Besuch schon in guter Atmosphäre oder in Frust beginnt, ob sich ein*e Besucher*in willkommen fühlt oder abgeschreckt ist. In einem Projektseminar in Kooperation mit dem ZKM – Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe, führen die Studierenden eine empirische Studie zur Visitor Journey vor Ort am ZKM durch.

Ziel der Untersuchung ist es, die Visitor Experience der Besuchenden im Foyer und den Außenbereichen des ZKM zu erfassen und zu analysieren. Im Zentrum stehen dabei die subjektiven Wahrnehmungen der Atmosphäre, das persönliche Empfinden sowie Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Besuchenden. Darüber hinaus soll untersucht werden, wie sich Besuchende im Raum orientieren, welche Wege sie nutzen, welche Hürden ihnen begegnen und wie sie die Aufenthaltsqualität wahrnehmen. Die Studie verfolgt einen mixed-methods Ansatz, bei dem verschiedene Erhebungsmethoden (wie Beobachtung, Befragung oder auch kreative Verfahren) kombiniert werden können, um ein umfassendes Bild der Erfahrungen und Bedürfnisse der Besuchenden zu erhalten.

Literatur: Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft: Grundlagen - Entwicklungen - Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld: transcript Verlag.

Hausmann, Andrea/Schuhbauer, Sarah (2023): Schriftliche Besucherbefragungen im Kulturmarketing und Kulturtourismus, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum (Edition Museum, Band 13), Bielefeld: transcript Verlag.

KuBi M3/B-1 **Audience Development**

Seminar	2.0 Semesterwochenst.		Max. 40 Teiln.	
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 18.12.2026	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 08.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 22.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
 05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Termin am 22.1.2027 findet als Exkursion nach Stuttgart statt! Weitere Informationen erhalten Sie im Seminar.
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.
Literatur:	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.

Modul 11: Kommunikationsmanagement

11.1 Grundlagen des Kommunikationsmanagements

KM MS 11-1 Grundlagen Kommunikationsmanagement

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.			
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 26.10.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 26.10.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 16.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 16.11.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 23.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 23.11.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 30.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 30.11.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 07.12.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 07.12.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 19.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 19.01.2027	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht!	Belegfristen:	10.08.2026 - 03.09.2026	1. Anmeldephase
		05.09.2026 - 15.10.2026	2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
		17.10.2026 - 31.03.2027	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.
- Hoffmann, 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, 03.12.2026	5 5.005	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 03.12.2026	5 5.006	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 04.12.2026	5 5.005	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 04.12.2026	5 5.006	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 15.01.2027	5 5.005	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 15.01.2027	5 5.006	Moschkau, J.
Belegpflicht!	Belegfristen:	10.08.2026 - 03.09.2026	1. Anmeldephase	
		05.09.2026 - 15.10.2026	2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger	
		17.10.2026 - 31.03.2027	Abmeldephase Semester	

Bemerkungen:	Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und am Seminar Vertiefung 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 erlangen. 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 soll ein Gespräch mit einer*m Journalistin*en das Seminar abrunden.
Literatur:	Ina Ross: Wie überlebe ich als Künstler*in? Eine Werkzeugkiste für alle, die sich selbst vermarkten wollen. Bielefeld 2022. Viola Falkenberg: Pressemitteilungen schreiben: die Standards professioneller Pressearbeit. Frankfurt/Main 2008. Klaus Schmidbauer: Vorsprung mit Konzept. Erfolgreiche Konzepte für die Unternehmens- und Marketingkommunikation entwickeln. Berlin 2011. Christiane Planck: Public Relations – crossmedial. Frankfurt/Main 2011. Lukas Greitemann: Copywriting. Worte, die wirken. Sätze, die verkaufen. Ideen, die bleiben. Bonn 2026. Urs Meyer: Poetik der Werbung. Berlin 2010. Cecilie Szkotak Nielsen und Søren Mikael Rasmussen: Mehr Publikum gewinnen. Toolbox für Orchester und Ensembles. Kopenhagen/Main 2024. Stefan Lüddemann: Kulturjournalismus. Medien, Themen, Praktiken. Wiesbaden 2015. Peter Overbeck (Hg.): Musikjournalismus. Konstanz 2005.

11.3 Vertiefung II Kommunikationsmanagement (Wahl)

KM MS 7-1b Wahlbereich: Projekt mit ZKM Karlsruhe (Besucher*innenforschung)

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.		Max. 12 Teiln.
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 12.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 26.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Fr, 11.12.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 07.01.2027	Häutle, N.

Belegpflicht!	Belegfristen:	10.08.2026 - 03.09.2026	1. Anmeldephase
		05.09.2026 - 15.10.2026	2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
		17.10.2026 - 31.03.2027	Abmeldephase Semester

Bemerkungen: **Das Seminar findet neben den regelmäßigen Treffen (Dienstags) am 12.11.2026 ganztätig vor Ort am ZKM statt.**
 Darüber hinaus ist die Bereitschaft erforderlich, im Projektverlauf an voraussichtlich einem weiteren Tag zu Erhebungszwecken ans ZKM zu fahren. Die Termine 26.11.2026, 11.12.2026 und 07.01.2026 sind hierfür als mögliche Termine freigehalten. Sie müssen NICHT an allen diesen Terminen anwesend sein.

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 in den Modulen 10 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Wo geht's hier eigentlich in die Ausstellung? Diese Frage stellt sich, wer ein Museum oder Ausstellungshaus betritt. Aber dieser Eingangsbereich ist mehr als der Durchgang von der Tram-Haltestelle zum ersten Kunstwerk – er kann entscheiden, ob der Besuch schon in guter Atmosphäre oder in Frust beginnt, ob sich ein*e Besucher*in willkommen fühlt oder abgeschreckt ist. In einem Projektseminar in Kooperation mit dem ZKM – Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe, führen die Studierenden eine empirische Studie zur Visitor Journey vor Ort am ZKM durch.

Ziel der Untersuchung ist es, die Visitor Experience der Besuchenden im Foyer und den Außenbereichen des ZKM zu erfassen und zu analysieren. Im Zentrum stehen dabei die subjektiven Wahrnehmungen der Atmosphäre, das persönliche Empfinden sowie Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Besuchenden. Darüber hinaus soll untersucht werden, wie sich Besuchende im Raum orientieren, welche Wege sie nutzen, welche Hürden ihnen begegnen und wie sie die Aufenthaltsqualität wahrnehmen. Die Studie verfolgt einen mixed-methods Ansatz, bei dem verschiedene Erhebungsmethoden (wie Beobachtung, Befragung oder auch kreative Verfahren) kombiniert werden können, um ein umfassendes Bild der Erfahrungen und Bedürfnisse der Besuchenden zu erhalten.

Literatur: Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft: Grundlagen - Entwicklungen - Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld: transcript Verlag.
 Hausmann, Andrea/Schuhbauer, Sarah (2023): Schriftliche Besucherbefragungen im Kulturmarketing und Kulturtourismus, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
 Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum (Edition Museum, Band 13), Bielefeld: transcript Verlag.

KM MS 7-1c **Wahlbereich: Projekt mit Kulturamt Heilbronn (Erinnerungskultur)**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 12 Teiln.	
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 12.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 26.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Fr, 11.12.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 07.01.2027		Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
 05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die regelmäßige Teilnahme sowie die Übernahme von Verantwortung und die sorgfältige Bearbeitung von Projektaufgaben im Team erforderlich.
- Folgende **Projekttag**e für Kleingruppenarbeit stehen nach Bedarf und Absprache zur Verfügung: 12.11. / 26.11. / 11.12.2026 und 07.01.2027, jeweils 9 bis 13 Uhr.
- 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 in den Modulen 8 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.
- Studium nach der PO 2025:
- Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die Teilnahme am Seminar und das Erbringen einer unbenoteten Einzelleistung erforderlich.
- Kommentar:** Welche Rolle spielt die lokale Erinnerungskultur im schulischen Alltag? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Praxisseminar, das in Kooperation mit dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn durchgeführt wird. Das Amt betreut seit April 2024 auch das Themenfeld Erinnerungskultur und entwickelt in impulsgebender und koordinierender Funktion Maßnahmen, um die städtische Erinnerungskultur nachhaltig zu gestalten. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, junge Menschen zu erreichen und aktiv zu beteiligen.
- Nach einer fachlichen Auseinandersetzung mit dem Konzept der Erinnerungskultur sowie der Rolle kommunaler und schulischer Erinnerungsarbeit entwickelt das studentische Projektteam in enger Abstimmung mit dem Projektpartner einen Interviewleitfaden und befragt Lehrerinnen und Lehrer weiterführender Heilbronner Schulen. Im Zentrum stehen dabei unter anderem die Verankerung erinnerungskultureller Themen im Unterricht sowie die Bekanntheit und (Nicht-)Nutzung bestehender Angebote und die Rolle digitaler Vermittlungsangebote.
- Ziel ist es, auf Basis der Befragungsergebnisse konkrete Handlungsvorschläge für die Erinnerungskulturarbeit der Stadt Heilbronn zu entwickeln. Die Befragung versteht sich dabei als Auftakt für einen weiteren Beteiligungsprozess, etwa in Form eines Workshops mit Lehrkräften oder ergänzender Fokusgruppengespräche mit Schülerinnen und Schülern.
- Literatur:** **Erinnerungskultur allgemein:**
- Assmann, Aleida (2020): Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention, 3., erweiterte und aktualisierte Auflage, München.
- Assmann, Aleida (2021): Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, München.
- Benz, Wolfgang (2025): Zukunft der Erinnerung. Das deutsche Erbe und die kommende Generation, München.
- Czollek, Max (2023): Versöhnungstheater, München. (vgl. auch den Podcast des Autors „Trauer und Turnschuh“)
- Erl, Astrid (2018): Kollektive Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Eine Einführung, 3., aktual. und erw. Auflage, Stuttgart.
- Gautschi, Peter / Barbara Sommer Häller (Hg.) (2014): Der Beitrag von Schulen und Hochschulen zu Erinnerungskulturen, Schwalbach.
- Siebert, Susanne (2025): Gedenken neu denken. Wie sich unser Erinnern an den Holocaust verändern muss, München. (vgl. auch Instagram-Kanal der Autorin @keine.erinnerungskultur)
- Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (Hrsg.) (2025): Gedenkanstoß MEMO. Multidimensionaler Erinnerungsmonitor 2025. Online verfügbar unter https://www.stiftung-evz.de/assets/1_Was_wir_f%C3%B6rdern/Bilden/Bilden_fuer_lebendiges_Erinnern/MEMO_Studie/Gedenkansto%C3%9F/Gedenkansto%C3%9F_MEMO-Studie_2025_2._Auflage.pdf
- Zimmerer, Jürgen (Hrsg.) (2023): Erinnerungskämpfe. Neues deutsches Geschichtsbewusstsein, Stuttgart.
- Erinnerungskultur Heilbronn:**
- Wanner, Peter (2020): Vom Flickenteppich zur Topographie der Erinnerung? Gedenk- und Erinnerungsorte der NS-Zeit und der beiden Weltkriege in Heilbronn. In: Schrenk, Christhard / Peter Wanner: Heilbronn 1933ff. Beiträge zum Nationalsozialismus in der Stadtgeschichte (Quellen und Forschungen zur Geschichte der Stadt Heilbronn 24), Heilbronn, S. 433–450. Online unter: https://stadtarchiv.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtarchiv/online-publikationen/QF24Heilbronn1933ff/Heilbronn_1933ff_Peter_Wanner_Erinnerungsorte.pdf
- Wypior, Cajus (2019): Wir sind, an was wir uns erinnern. Ein historischer Lerngang in das Gedächtnis einer Stadt zur NS-Zeit als Beitrag zur Archäologie des Gegenwartsbewusstseins: In: Staatliches Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Hrsg.): Zeitschrift für Didaktik und Unterricht 2019, S. 26-31.
- Podcast zur Heilbronner Stadtgeschichte: <https://www.stimme.de/service/podcast/heilbronner-geschichten/>

Modul 12: Personal und Führung

12.1 Personal und Führung I

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	Do, 05.11.2026	5 5.005	Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 05.11.2026	5 5.006	Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 06.11.2026		Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 29.01.2027	5 5.005	Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 29.01.2027	5 5.006	Höllen, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters. Seminar am 5./6. November 2026 von 10:00 bis 18:00 Uhr: Tinkertank, Pflugfelder Str. 23, 71636 Ludwigsburg. Details werden über Moodle und beim Kick-off rechtzeitig bekanntgegeben.
Kommentar:	Der Kulturbetrieb und die Kultur- und Kreativwirtschaft sind zentrale Felder, in denen neue Ideen, Formate und Geschäftsmodelle entstehen. Start-ups im Kultur- und Medienbereich gelten als wichtige Treiber für Innovation („Cultural Entrepreneurship“), während Methoden des Start-up-Managements auch für angestellte Kulturmanager*innen Impulse für betriebswirtschaftlich innovatives und strategisches Handeln innerhalb von Organisationen liefern („Cultural Intrapreneurship“). Damit rücken nicht nur die Themen von Gründung und Selbstständigkeit in den Fokus, sondern vor allem ein innovationsorientiertes Denken, Problemlösefähigkeiten sowie Kompetenzen im Bereich Innovations- und Design-Thinking-Methoden. Im Seminar steht die Vermittlung dieses Innovationsdenkens, das Kennenlernen von Methoden (u.a. aus Design Thinking und Start-up-Management) und die Entwicklung entsprechender Kompetenzen im Mittelpunkt. An zwei Tagen im Tinkertank Ludwigsburg widmen sich die Studierenden intensiv den Themen Innovation und Kompetenzentwicklung. Das Format eröffnet Raum für experimentelles Arbeiten, iterative Schleifen und kreative Prozesse mit unterschiedlichen Materialien und Werkzeugen. Im Mittelpunkt steht das gemeinsame Ausprobieren und Reflektieren – weniger das fertig ausgearbeitete Produkt, vielmehr das Erkunden von Wegen, das Lernen aus Fehlern und das Entwickeln neuer Perspektiven auf Gestaltungs- und Lösungsprozesse. An einem dritten Seminartag erhalten die Studierenden Einblicke in die Praxis von Gründer*innen und anderen externen Akteur*innen, um Motive, Rahmenbedingungen und Denkweisen von Unternehmungen im Kultur- und Kreativbereich kennenzulernen. Ziel des Seminars ist es, Gründungs- und Innovationskompetenzen im Feld der Kultur- und Kreativwirtschaft zu entwickeln und zentrale Methoden des Start-up- und Innovationsmanagements kennenzulernen. 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. 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. Medien- und Filmfördergesellschaft Baden-Württemberg (MFG): Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Südwesten, Standortstudie unter https://kreativ.mfg.de/die-kultur-und-kreativwirtschaft/ Mohr, H. / Niemann, C. / Knapp, K. (2019): Hidden Potential. Intrapreneurship in Museumsorganisationen. Deutsches Bergbau-Museum Bochum/ Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, unter https://www.kulturmanagement.net/dlf/28c28e7645eaad6f8a0d7bda856ea4ad,1.pdf Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt/New York. Rohrberg, A. / Schug, A. (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 - 15:00	Do, 21.01.2027	5 5.005	Grimm, S.
Einzel	09:00 - 15:00	Do, 21.01.2027	5 5.006	Grimm, S.
Einzel	09:00 - 15:00	Do, 28.01.2027	5 5.005	Grimm, S.
Einzel	09:00 - 15:00	Do, 28.01.2027	5 5.006	Grimm, S.
Belegpflicht!	Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase 05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger 17.10.2026 - 31.03.2027 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 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.

13.3 Teamlabor Kulturbetrieb

Modul 14: Sonstige Studienleistungen

14.1 Projektmanagement

KM MS 14-1 Projektmanagement

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.			
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 29.10.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 29.10.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Fr, 30.10.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Fr, 30.10.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 19.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 19.11.2026	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht!	Belegfristen:	10.08.2026 - 03.09.2026	1. Anmeldephase
		05.09.2026 - 15.10.2026	2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
		17.10.2026 - 31.03.2027	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 Einblicke in die Grundlagen des agilen Projektmanagements. Im Kontext des klassischen Projektmanagements stehen Methoden und Tools zu Definition, Planung, Durchführung und Abschluss von Projekten 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. Zum agilen Projektmanagement werden Einblicke in Frameworks wie SCRUM gegeben, aber auch grundlegende agile Prinzipien diskutiert. Die Studierenden reflektieren den Einsatz verschiedener Herangehensweisen an das Projektmanagement und können gezielt geeignete Methoden auswählen.
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

Seminar	1.0 Semesterwochenst.		
Einzel	09:00 - 20:00	Do, 10.12.2026	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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: Ziel der Veranstaltung ist es, zentrale Kultureinrichtungen einer Kommune im näheren Umkreis von Ludwigsburg vor Ort kennenzulernen. Dabei gewinnen die Studierenden Einblicke in deren Organisationsstrukturen, Strategien und aktuellen Herausforderungen. Die Studierenden erhalten Gelegenheit zum direkten Austausch mit Expert*innen und erlangen so ein erstes Verständnis für das praktische Berufsfeld des Kulturmanagements.

Ort sowie das Programm mit Details zum Ablauf werden rechtzeitig bekannt gegeben.

KM MS 14-2b **Kultur vor Ort 1**

Seminar 2.0 Semesterwochenst.

Dienstag	08:15 - 09:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	Häutle, N. Pröbstle, Y.
----------	---------------	---------------------------	-------------------------

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme ist Pflicht für alle Studierenden im ersten Semester.

Kommentar: Die Veranstaltung dient der inhaltlichen Vorbereitung und Planung des Seminars „Kultur vor Ort“ im Sommersemester. Im Seminar werden Zielsetzung und Profil der Studienreise festgelegt, geeignete Städte/Regionen sowie Kulturinstitutionen und -projekte recherchiert und verglichen. Die Studierenden beteiligen sich an der Programmplanung und stimmen organisatorische Fragen ab, sodass ein fachlich fundiertes und gut strukturiertes Seminar „Kultur vor Ort“ durchgeführt werden kann.

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, 17.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
--------	---------------	----------------	---------	------------

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Teilnahme an der Veranstaltung am Dienstag, 17.11.2026 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

Studienplan 2025

KM 4-1KL Klausur Kulturrecht 4-1: Vertragsrecht 10 Uhr**Prüfung**

Einzel	10:00 - 11:00	Mi, 03.02.2027	5 5.005	Klink-Straub, J.
Einzel	10:00 - 11:00	Mi, 03.02.2027	5 5.006	Klink-Straub, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester**KM M3KI Klausur Kulturpolitik 10 Uhr****Prüfung**

Einzel	10:00 - 12:00	Mi, 10.02.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	10:00 - 12:00	Mi, 10.02.2027	5 5.006	Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester**KM MS LP Let's play! Offener Denk- und Experimentierraum**

Seminar 1.2 Semesterwochenst.

Mittwoch	09:00 - 10:00	Mi, 28.10.2026-27.01.2027	5 5.005	Häutle, N. Schlünß, M.
Mittwoch	09:00 - 10:00	Mi, 28.10.2026-27.01.2027	5 5.006	Häutle, N. Schlünß, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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 seit dem Wintersemester 25/26 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 KI im Studium und in der Praxis über Veranstaltungstechnik bis zu Deep Dives in Theorie. Wir freuen uns ebenfalls über Vorschläge der Studierenden.

Modul 1: Kulturtheorie/Kulturgeschichte**1.1 Kulturtheorie der Moderne****1.2 Kulturtheorie der Gegenwart****KM MS 1-2 Kulturtheorie der Gegenwart**

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 04.11.2026	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 18.11.2026	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 18.11.2026	5 5.006	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 09.12.2026	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 09.12.2026	5 5.006	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 16.12.2026	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 16.12.2026	5 5.006	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 20.01.2027	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 20.01.2027	5 5.006	Klünemann, C.

Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 27.01.2027	5 5.005	Klünemann, C.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 27.01.2027	5 5.006	Klünemann, C.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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 Lehrveranstaltung, die teils als Vorlesung, teils als Seminar stattfinden wird, steht der Begriff der Gegenwart als Selbstwahrnehmung einer Epoche im Vordergrund. Grundlage dieser Reflexionen wird das Zeitverständnis sein, wie es sich im 'Westen' etabliert hat: linear, progressiv und auf ein Ziel ausgerichtet. Dieses Zeitverständnis beruht auf den drei Schlüsselbegriffen von chronos, kairos und krisis, wie sie der französische Historiker François Hartog analysiert und die es im Laufe des Semesters zu vertiefen gilt.

Neben diesem systematischen Zugang zum Problem einer Kulturtheorie der Gegenwart (genitivus obiectivus !) gilt es ebenfalls die historische Dimension dieses Phänomens zu thematisieren: Dies beginnt auf der Grundlage des Ruinenbegriffs, wie ihn der Historiker Martin Zimmermann unlängst in seinem Buch Versunkene Welten analysiert hat. Dieses Buch, ebenso wie Georg Simmels Essay Die Ruine von 1919, wird uns als Grundlage der analytischen Betrachtung von Zeitwahrnehmung (und also Wahrnehmung der jeweiligen Gegenwart) in der Geschichte dienen; dabei wird sich diese Betrachtung ebenfalls auf zwei andere historische Epochen beziehen, in denen sich die Menschen als Zeitgenossen einer neuen Gegenwart wahrnahmen: nämlich die Renaissance sowie die „Sattelzeit“ (Reinhart Koselleck) an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert. Aus beiden Epochen geht eine spezifische Erinnerungskultur hervor, welche grundlegend ist für die heutige Unterscheidung von Erinnerung ('mémoire') und Geschichte ('Histoire').

Es ist der Begriff der Zeitgenossenschaft in der Interpretation des italienischen Philosophen Giorgio Agamben (Zeitgenosse sei, wer „weder vollkommen in seiner Zeit [d.i. Gegenwart] aufgeht, noch sich ihren Erfordernissen anzupassen versucht“, denn „diese Abweichung, dieser Anachronismus erlauben es ihm, seine Zeit wahrzunehmen und zu erfassen.“), welcher den Gegenwartsbegriff umreißt: in diesem Zusammenhang gilt es, näher zu bestimmen, was den Begriff des „Unzeitgemäßen“ (Friedrich Nietzsche) ausmacht.

Und schließlich gilt es, Kulturtheorie(en) der Gegenwart (genitivus subiectivus !) zu benennen und auf diese Weise den Kulturbegriff zu pointieren. Gleichsam als Motto über der solchermaßen synchron und diachron ausgerichteten Beschäftigung mit der Kulturtheorie der Gegenwart kann die folgende Äußerung des britischen Autors Leslie Poles Hartley gelten: „The past is a foreign country, they do things differently there.“ Die Fähigkeit, sich auf die Fremdheit historischer Epochen einzulassen, ohne sie in der Sprache der Gegenwart zu belehren, das Misstrauen gegen grobe Vereinfachungen und die Weiterentwicklung historischen Bewusstseins aus gesellschaftlichen Deutungskonflikten können der Zivilgesellschaft auch weiterhin zugetraut und zugemutet werden.

Literatur: ASSMANN, Jan (1992/82018): Das kulturelle Gedächtnis, München

ASSMANN, Aleida (1999): Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses, München.

BREBECK, Wulff et al. (2008): Erinnerungsarbeit kontra Verklärung der NS-Zeit. Vom Umgang mit Tatorten, Gedenkortorten und Kultorten, München.

BREDEKAMP, Horst (2018): Berlin am Mittelmeer. Kleine Architekturgeschichte der Sehnsucht nach dem Süden, Berlin.

DARDAN, Asal et al. (2023): Cancell. Ein notwendiger Streit, München.

HABERMAS, Jürgen (1990): Die Moderne. Ein unvollendetes Projekt, Leipzig.

HARTOG, François (2020): Chronos. L'Occident aux prises avec le temps, Paris.

JAEGER, Michael (2021): Goethes Faust. Das Drama der Moderne, München.

JULLIEN, François (2017): Es gibt keine kulturelle Identität, Berlin.

KLÜNEMANN, Clemens (2026): Verstörende Vielfalt. Jacques-Louis David und die Inszenierung des Politischen – eine Kulturgeschichte der Französischen Revolution im Spiegel seiner Malerei, Würzburg

MAC SWEENEY, Naoise (2023): Der Westen. Die neue Geschichte einer alten Idee, Berlin

MESSLING, Markus (2026): Kulturtod und Reparatur. Der Fall Champollion, Berlin.

NIETZSCHE, Friedrich (1873-1876): Unzeitgemäße Betrachtungen

SAVOY, Bénédicte (2018): Die Provenienz der Kultur, Berlin.

STORA, Benjamin (2007): La guerre des mémoires. La France face à son passé colonial, Paris.

TERKESSIDIS, Mark (2019): Wessen Erinnerung zählt? Koloniale Vergangenheit und Rassismus heute, Hamburg.

TROTHA, Hans von (2021): Die große Illusion. Ein Schloss, eine Fassade und ein Traum von Preußen, Berlin.

VOLKOV, Shulamit (2022): Deutschland aus jüdischer Sicht. Eine andere Geschichte vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart, München.

WITTE, Bernd (2018): Moses und Homer. Griechen, Juden, Deutsche: Eine andere Geschichte der deutschen Kultur, Berlin.

ZIMMERMANN, Martin (2026): Versunkene Welten, München

1.3 Kunsttheorie der Moderne

1.4 Kulturgeschichte des 20. Jh. - 1

1.5 Kulturgeschichte des 20. Jh. - 2

Modul 2: Angewandte Kunstwissenschaften

2.1 im Kulturbetrieb I (Kunst)

KM MS 2-1 Angewandte Kunstwissenschaften im Kulturbetrieb I - Kunst/Museum

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Dienstag	12:15 - 13:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Dienstag	12:15 - 13:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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: Kunstakademien, Auktionshäuser, Museen – die Orte und Institutionen, an denen Kunst stattfindet, sind vielgestaltig. In dem Seminar wird zunächst ein Überblick über das System Kunstbetrieb gegeben und dann seine Funktionsweise exemplarisch anhand des Kunstmuseums untersucht.

Dabei geraten die Geschichte der Institution, ihre Akteure und Aufgaben in den Blick, aber auch kritische Positionen, die sich vor allem seit den 1960er-Jahren formierten. Rückgebunden an diese historischen Entwicklungen stehen aktuelle Herausforderungen wie Multiperspektivität und Digitalisierung im Fokus des Seminars. Welchen Themen müssen sich Museen heute stellen, um relevant zu bleiben? Nicht zuletzt spielt dabei die Ausstellungsgestaltung eine Rolle, die in Hinblick auf die zuvor aufgefächerten Problematiken betrachtet wird.

Ziel des Seminars ist es, ein Verständnis für die Grundkonzeption des Museums und seine aktuellen Herausforderungen zu erlangen. Einblicke in die praktische Museumsarbeit sowie die Auseinandersetzung mit exemplarisch ausgewählten Ausstellungen erlauben es, das erlernte theoretische Wissen an der Praxis zu überprüfen und zu diskutieren.

Literatur: Bennett, Tony (2013): The Birth of the Museum. History, Theory, Politics, New Delhi.
Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum, Bielefeld.
Thije, Steven ten (2017): The emancipated museum, Amsterdam.
Tyradellis, Daniel (2014): Müde Museen. Oder wie Ausstellungen unser Denken verändern können, Hamburg.

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

KM MS 3-1 Kulturpolitik I

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Mittwoch	12:15 - 13:45	Mi, 28.10.2026-27.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Mittwoch	12:15 - 13:45	Mi, 28.10.2026-27.01.2027	5 5.006	Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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: Kulturmanagement ist eng mit Kulturpolitik verwoben, denn kulturpolitische Ziele und Entscheidungen prägen maßgeblich die Rahmen- und Handlungsbedingungen von Kulturbetrieben. Für Kulturmanager*innen ist ein fundiertes Verständnis der Strukturen, Mechanismen und Akteure der Kulturpolitik daher unverzichtbar.

Wir befassen uns zunächst mit unterschiedlichen Aspekten der Begriffsfelder von „Politik“ und „Kultur“: Was bedeutet es, politisch zu denken und zu handeln? Mit welchen Kulturbegriffen arbeitet Kulturpolitik? Wie können sich Kultur und Politik zueinander verhalten? Im Anschluss an diese grundsätzlichen Erörterungen betrachten wir die historischen, juristischen und finanziellen Rahmenbedingungen von Kulturpolitik in Deutschland und setzen uns mit ihren Akteuren auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene auseinander. Darüber hinaus werfen wir einen Blick auf die prägenden kulturpolitischen Positionen der letzten Jahrzehnte und deren Relevanz für die Kulturpolitik von heute und morgen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf den konkreten Gestaltungsinstrumenten von Kulturpolitik und der Frage, wie wir als Kulturmanager*innen davon gezielt Gebrauch machen können.

Literatur: Crückeberg, Johannes u.a. (Hrsg.) (2024): Handbuch Kulturpolitik, Wiesbaden.
Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.) (2001-2025): 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

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	14:15 - 17:45	Di, 03.11.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 03.11.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 17.11.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 17.11.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 01.12.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 01.12.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 02.12.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 02.12.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 08.12.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 08.12.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.

Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 16.12.2026	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 16.12.2026	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 13.01.2027	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 13.01.2027	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 20.01.2027	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 20.01.2027	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 27.01.2027	5 5.005	Häutle, N. Pröbstle, Y.
Einzel	10:15 - 11:45	Mi, 27.01.2027	5 5.006	Häutle, N. Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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: Aufgrund politischer Entwicklungen und der Krise der öffentlichen Haushalte stehen Kultureinrichtungen und die Kulturförderung erheblich unter Druck. Umso dringlicher ist es, sich mit der Legitimation von Kulturförderung auseinanderzusetzen und gemeinsam sprechsicher im Umgang mit entsprechenden Debatten zu werden.

Im Seminar setzen wir uns empirisch und theoretisch mit Argumenten der Kulturförderung auseinander. Am Beispiel der Landeshauptstadt Stuttgart begleiten wir zudem einen aktuellen Prozess zur Neuausrichtung der Kulturförderung und treffen auf Akteur*innen aus Kulturverwaltung und Kulturpolitik. Auf Basis unserer Erkenntnisse wenden wir abschließend die Methode der Denkprovokation nach Edward de Bono an und fragen: Wie kann die Kulturförderung der Zukunft aussehen?

Literatur: Allmanritter, Vera/Kliment, Tibor/Renz, Thomas (2026): Kultur als Standortfaktor in Berlin. Ein Gesamtbild ökonomischer, gesellschaftlicher und stadtgestaltender Effekte (Schriftenreihe Kulturförderung des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung, Nr. 5), Berlin, https://www.iktf.berlin/wp-content/uploads/2026/06/Studie-Standortfaktor-Kultur_IKTF-2026.pdf

Föhl, Patrick S./Pröbstle, Yvonne (2020): Die Suche nach dem großen Narrativ. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2019/20, Bd. 17, Bielefeld, S. 109–119, <https://doi.org/10.14361/9783839444917>.

Knoblich, Tobias J. (2024): Kulturpolitik der Weltbeziehungen. Transformation, Programmatik und Geschichte, Bielefeld, <https://doi.org/10.14361/9783839471692>.

Zimmer, Annette (2024): Legitimationsnarrative der Kulturpolitik. In: Crückeberg, Johannes u.a. (Hrsg.): Handbuch Kulturpolitik, Wiesbaden, S. 31f., https://doi.org/10.1007/978-3-658-34379-8_5.

Modul 4: Kulturrecht

4.1 Recht I

KM MS 4-1 **Kulturrecht I - Vertragsrecht**

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 09.11.2026	5 5.005	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 09.11.2026	5 5.006	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 14.12.2026	5 5.005	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 14.12.2026	5 5.006	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 18.01.2027	5 5.005	Klink-Straub, J.
Einzel	09:00 - 17:00	Mo, 18.01.2027	5 5.006	Klink-Straub, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

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

Kommentar: Hallenmiete, Bilderleihe, Kartenverkauf, Werbeauftrag, Konzession des Museumsbistros: Im Kulturbereich werden ständig eine Vielzahl unterschiedlicher Verträge abgeschlossen. Die Kenntnis der Grundlagen des Vertragsrechts ist deshalb unerlässlich. Diese Kenntnisse werden in der Veranstaltung systematisch erarbeitet und anhand praktischer Fälle aus dem Kulturbereich vertieft, ohne dass juristische Vorkenntnisse erforderlich sind.

Die Studierenden werden mit den Anforderungen an einen wirksamen Vertragsabschluss und die Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen vertraut gemacht. Sie sollen die Folgen von Vertragsstörungen abschätzen können und erfahren, wie bei der Vertragsgestaltung hiergegen Vorsorge getroffen werden kann. Daneben werden der Persönlichkeitsrechtsschutz und Verkehrssicherungspflichten erörtert.

Literatur:

Brox/Walker, Allgemeines Schuldrecht, 46. Auflage, 2022

Brox/Walker, Besonderes Schuldrecht, 46. Auflage, 2022

Die Studierenden werden gebeten, eine Textausgabe des BGB in der neuesten Ausgabe mitzubringen.

4.2 Recht II

4.3 Recht III

4.4 Recht IV

Modul 5: Aktueller Kulturdiskurs

5.1 Diskurs im Kulturbetrieb I

KM MS 5-1 **Diskurs im Kulturbetrieb I**

Hauptseminar

1.0 Semesterwochenst.

Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 02.11.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 02.11.2026	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 16.11.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 16.11.2026	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 23.11.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 23.11.2026	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 30.11.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 30.11.2026	5 5.006	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 07.12.2026	5 5.005	Feldwieser, L.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 07.12.2026	5 5.006	Feldwieser, L.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Die Veranstaltungen finden in Präsenz, vor Ort in Kultureinrichtungen oder online über Zoom statt. Die einzelnen Themen und Orte werden zu Semesterbeginn auf Moodle bekannt gegeben.

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 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 – sofern Sie ihren Leistungsnachweis in diesem Wintersemester erbringen möchten – 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.

5.2 Diskurs im Kulturbetrieb II

5.3 Diskurs im Kulturbetrieb III

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 - 11:45	Mo, 11.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 11.01.2027	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 11.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 11.01.2027	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 25.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	10:15 - 11:45	Mo, 25.01.2027	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 25.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 25.01.2027	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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 und die Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens werden wiederholt und vor dem Hintergrund der Entwicklungen im Feld der KI-Unterstützung kritisch diskutiert.
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 Statistik und digitale Tools für praxisnahe Kulturmanagementforschung

Modul 7: Wahlbereich

7.1 Wahlseminar/-projekt

KM MS 7-1b **Wahlbereich: Projekt mit ZKM Karlsruhe (Besucher*innenforschung)**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 12 Teiln.	
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 12.11.2026		Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 26.11.2026		Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Fr, 11.12.2026		Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 07.01.2027		Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: **Das Seminar findet neben den regelmäßigen Treffen (Dienstags) am 12.11.2026 ganztätig vor Ort am ZKM statt.**
 Darüber hinaus ist die Bereitschaft erforderlich, im Projektverlauf an voraussichtlich einem weiteren Tag zu Erhebungszwecken ans ZKM zu fahren. Die Termine 26.11.2026, 11.12.2026 und 07.01.2026 sind hierfür als mögliche Termine freigehalten. Sie müssen NICHT an allen diesen Terminen anwesend sein.

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 in den Modulen 10 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Wo geht's hier eigentlich in die Ausstellung? Diese Frage stellt sich, wer ein Museum oder Ausstellungshaus betritt. Aber dieser Eingangsbereich ist mehr als der Durchgang von der Tram-Haltestelle zum ersten Kunstwerk – er kann entscheiden, ob der Besuch schon in guter Atmosphäre oder in Frust beginnt, ob sich ein*e Besucher*in willkommen fühlt oder abgeschreckt ist. In einem Projektseminar in Kooperation mit dem ZKM – Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe, führen die Studierenden eine empirische Studie zur Visitor Journey vor Ort am ZKM durch.

Ziel der Untersuchung ist es, die Visitor Experience der Besuchenden im Foyer und den Außenbereichen des ZKM zu erfassen und zu analysieren. Im Zentrum stehen dabei die subjektiven Wahrnehmungen der Atmosphäre, das persönliche Empfinden sowie Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Besuchenden. Darüber hinaus soll untersucht werden, wie sich Besuchende im Raum orientieren, welche Wege sie nutzen, welche Hürden ihnen begegnen und wie sie die Aufenthaltsqualität wahrnehmen. Die Studie verfolgt einen mixed-methods Ansatz, bei dem verschiedene Erhebungsmethoden (wie Beobachtung, Befragung oder auch kreative Verfahren) kombiniert werden können, um ein umfassendes Bild der Erfahrungen und Bedürfnisse der Besuchenden zu erhalten.

Literatur: Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft: Grundlagen - Entwicklungen - Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld: transcript Verlag.
 Hausmann, Andrea/Schuhbauer, Sarah (2023): Schriftliche Besucherbefragungen im Kulturmarketing und Kulturtourismus, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
 Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum (Edition Museum, Band 13), Bielefeld: transcript Verlag.

KM MS 7-1c **Wahlbereich: Projekt mit Kulturamt Heilbronn (Erinnerungskultur)**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 12 Teiln.	
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 12.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 26.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Fr, 11.12.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 07.01.2027		Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
 05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die regelmäßige Teilnahme sowie die Übernahme von Verantwortung und die sorgfältige Bearbeitung von Projektaufgaben im Team erforderlich.

Folgende **Projektstage** für Kleingruppenarbeit stehen nach Bedarf und Absprache zur Verfügung: 12.11. / 26.11. / 11.12.2026 und 07.01.2027, jeweils 9 bis 13 Uhr.

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 in den Modulen 8 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Welche Rolle spielt die lokale Erinnerungskultur im schulischen Alltag? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Praxisseminar, das in Kooperation mit dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn durchgeführt wird. Das Amt betreut seit April 2024 auch das Themenfeld Erinnerungskultur und entwickelt in impulsgebender und koordinierender Funktion Maßnahmen, um die städtische Erinnerungskultur nachhaltig zu gestalten. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, junge Menschen zu erreichen und aktiv zu beteiligen.

Nach einer fachlichen Auseinandersetzung mit dem Konzept der Erinnerungskultur sowie der Rolle kommunaler und schulischer Erinnerungsarbeit entwickelt das studentische Projektteam in enger Abstimmung mit dem Projektpartner einen Interviewleitfaden und befragt Lehrerinnen und Lehrer weiterführender Heilbronner Schulen. Im Zentrum stehen dabei unter anderem die Verankerung erinnerungskultureller Themen im Unterricht sowie die Bekanntheit und (Nicht-)Nutzung bestehender Angebote und die Rolle digitaler Vermittlungsangebote.

Ziel ist es, auf Basis der Befragungsergebnisse konkrete Handlungsvorschläge für die Erinnerungskulturarbeit der Stadt Heilbronn zu entwickeln. Die Befragung versteht sich dabei als Auftakt für einen weiteren Beteiligungsprozess, etwa in Form eines Workshops mit Lehrkräften oder ergänzender Fokusgruppengespräche mit Schülerinnen und Schülern.

Literatur: **Erinnerungskultur allgemein:**

Assmann, Aleida (2020): Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention, 3., erweiterte und aktualisierte Auflage, München.

Assmann, Aleida (2021): Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, München.

Benz, Wolfgang (2025): Zukunft der Erinnerung. Das deutsche Erbe und die kommende Generation, München.

Czollek, Max (2023): Versöhnungstheater, München. (vgl. auch den Podcast des Autors „Trauer und Turnschuh“)

Erl, Astrid (2018): Kollektive Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Eine Einführung, 3., aktual. und erw. Auflage, Stuttgart.

Gautschi, Peter / Barbara Sommer Häller (Hg.) (2014): Der Beitrag von Schulen und Hochschulen zu Erinnerungskulturen, Schwalbach.

Siebert, Susanne (2025): Gedenken neu denken. Wie sich unser Erinnern an den Holocaust verändern muss, München. (vgl. auch Instagram-Kanal der Autorin @keine.erinnerungskultur)

Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (Hrsg.) (2025): Gedenkanstoß MEMO. Multidimensionaler Erinnerungsmonitor 2025. Online verfügbar unter https://www.stiftung-evz.de/assets/1_Was_wir_f%C3%B6rdern/Bilden/Bilden_fuer_lebendiges_Erinnern/MEMO_Studie/Gedenkansto%C3%9F/Gedenkansto%C3%9F_MEMO-Studie_2025_2_Auflage.pdf

Zimmerer, Jürgen (Hrsg.) (2023): Erinnerungskämpfe. Neues deutsches Geschichtsbewusstsein, Stuttgart.

Erinnerungskultur Heilbronn:

Wanner, Peter (2020): Vom Flickenteppich zur Topographie der Erinnerung? Gedenk- und Erinnerungsorte der NS-Zeit und der beiden Weltkriege in Heilbronn. In: Schrenk, Christhard / Peter Wanner: Heilbronn 1933ff. Beiträge zum Nationalsozialismus in der Stadtgeschichte (Quellen und Forschungen zur Geschichte der Stadt Heilbronn 24), Heilbronn, S. 433–450. Online unter: https://stadtarchiv.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtarchiv/online-publikationen/QF24Heilbronn1933ff/Heilbronn_1933ff_Peter_Wanner_Erinnerungsorte.pdf

Wypior, Cajus (2019): Wir sind, an was wir uns erinnern. Ein historischer Lerngang in das Gedächtnis einer Stadt zur NS-Zeit als Beitrag zur Archäologie des Gegenwartsbewusstseins: In: Staatliches Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Hrsg.): Zeitschrift für Didaktik und Unterricht 2019, S. 26-31.

Podcast zur Heilbronner Stadtgeschichte: <https://www.stimme.de/service/podcast/heilbronner-geschichten/>

KuBi M3/B-1 Audience Development

Seminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 40 Teiln.	
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 18.12.2026	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 08.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 22.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Termin am 22.1.2027 findet als Exkursion nach Stuttgart statt! Weitere Informationen erhalten Sie im Seminar.
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.
Literatur:	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-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld.

7.2 Wahlseminar/-projekt

KM MS 7-1b **Wahlbereich: Projekt mit ZKM Karlsruhe (Besucher*innenforschung)**

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.		Max. 12 Teiln.
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006 Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 12.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 26.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Fr, 11.12.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 07.01.2027	Häutle, N.

Belegpflicht!	Belegfristen:	10.08.2026 - 03.09.2026	1. Anmeldephase
		05.09.2026 - 15.10.2026	2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
		17.10.2026 - 31.03.2027	Abmeldephase Semester

Bemerkungen: **Das Seminar findet neben den regelmäßigen Treffen (Dienstags) am 12.11.2026 ganztätig vor Ort am ZKM statt.**
 Darüber hinaus ist die Bereitschaft erforderlich, im Projektverlauf an voraussichtlich einem weiteren Tag zu Erhebungszwecken ans ZKM zu fahren. Die Termine 26.11.2026, 11.12.2026 und 07.01.2026 sind hierfür als mögliche Termine freigehalten. Sie müssen NICHT an allen diesen Terminen anwesend sein.

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 in den Modulen 10 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Wo geht's hier eigentlich in die Ausstellung? Diese Frage stellt sich, wer ein Museum oder Ausstellungshaus betritt. Aber dieser Eingangsbereich ist mehr als der Durchgang von der Tram-Haltestelle zum ersten Kunstwerk – er kann entscheiden, ob der Besuch schon in guter Atmosphäre oder in Frust beginnt, ob sich ein*e Besucher*in willkommen fühlt oder abgeschreckt ist. In einem Projektseminar in Kooperation mit dem ZKM – Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe, führen die Studierenden eine empirische Studie zur Visitor Journey vor Ort am ZKM durch.

Ziel der Untersuchung ist es, die Visitor Experience der Besuchenden im Foyer und den Außenbereichen des ZKM zu erfassen und zu analysieren. Im Zentrum stehen dabei die subjektiven Wahrnehmungen der Atmosphäre, das persönliche Empfinden sowie Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Besuchenden. Darüber hinaus soll untersucht werden, wie sich Besuchende im Raum orientieren, welche Wege sie nutzen, welche Hürden ihnen begegnen und wie sie die Aufenthaltsqualität wahrnehmen. Die Studie verfolgt einen mixed-methods Ansatz, bei dem verschiedene Erhebungsmethoden (wie Beobachtung, Befragung oder auch kreative Verfahren) kombiniert werden können, um ein umfassendes Bild der Erfahrungen und Bedürfnisse der Besuchenden zu erhalten.

Literatur: Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft: Grundlagen - Entwicklungen - Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld: transcript Verlag.
 Hausmann, Andrea/Schuhbauer, Sarah (2023): Schriftliche Besucherbefragungen im Kulturmarketing und Kulturtourismus, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
 Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum (Edition Museum, Band 13), Bielefeld: transcript Verlag.

KM MS 7-1c **Wahlbereich: Projekt mit Kulturstad Heilbronn (Erinnerungskultur)**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 12 Teiln.	
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 12.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 26.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Fr, 11.12.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 07.01.2027		Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
 05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die regelmäßige Teilnahme sowie die Übernahme von Verantwortung und die sorgfältige Bearbeitung von Projektaufgaben im Team erforderlich.

Folgende **Projektstage** für Kleingruppenarbeit stehen nach Bedarf und Absprache zur Verfügung: 12.11. / 26.11. / 11.12.2026 und 07.01.2027, jeweils 9 bis 13 Uhr.

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 in den Modulen 8 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Welche Rolle spielt die lokale Erinnerungskultur im schulischen Alltag? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Praxisseminar, das in Kooperation mit dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn durchgeführt wird. Das Amt betreut seit April 2024 auch das Themenfeld Erinnerungskultur und entwickelt in impulsgebender und koordinierender Funktion Maßnahmen, um die städtische Erinnerungskultur nachhaltig zu gestalten. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, junge Menschen zu erreichen und aktiv zu beteiligen.

Nach einer fachlichen Auseinandersetzung mit dem Konzept der Erinnerungskultur sowie der Rolle kommunaler und schulischer Erinnerungsarbeit entwickelt das studentische Projektteam in enger Abstimmung mit dem Projektpartner einen Interviewleitfaden und befragt Lehrerinnen und Lehrer weiterführender Heilbronner Schulen. Im Zentrum stehen dabei unter anderem die Verankerung erinnerungskultureller Themen im Unterricht sowie die Bekanntheit und (Nicht-)Nutzung bestehender Angebote und die Rolle digitaler Vermittlungsangebote.

Ziel ist es, auf Basis der Befragungsergebnisse konkrete Handlungsvorschläge für die Erinnerungskulturarbeit der Stadt Heilbronn zu entwickeln. Die Befragung versteht sich dabei als Auftakt für einen weiteren Beteiligungsprozess, etwa in Form eines Workshops mit Lehrkräften oder ergänzender Fokusgruppengespräche mit Schülerinnen und Schülern.

Literatur: Erinnerungskultur allgemein:

Assmann, Aleida (2020): Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention, 3., erweiterte und aktualisierte Auflage, München.

Assmann, Aleida (2021): Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, München.

Benz, Wolfgang (2025): Zukunft der Erinnerung. Das deutsche Erbe und die kommende Generation, München.

Czollek, Max (2023): Versöhnungstheater, München. (vgl. auch den Podcast des Autors „Trauer und Turnschuh“)

Erl, Astrid (2018): Kollektive Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Eine Einführung, 3., aktual. und erw. Auflage, Stuttgart.

Gautschi, Peter / Barbara Sommer Häller (Hg.) (2014): Der Beitrag von Schulen und Hochschulen zu Erinnerungskulturen, Schwalbach.

Siebert, Susanne (2025): Gedenken neu denken. Wie sich unser Erinnern an den Holocaust verändern muss, München. (vgl. auch Instagram-Kanal der Autorin @keine.erinnerungskultur)

Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (Hrsg.) (2025): Gedenkanstoß MEMO. Multidimensionaler Erinnerungsmonitor 2025. Online verfügbar unter https://www.stiftung-evz.de/assets/1_Was_wir_f%C3%B6rdern/Bilden/Bilden_fuer_lebendiges_Erinnern/MEMO_Studie/Gedenkansto%C3%9F/Gedenkansto%C3%9F_MEMO-Studie_2025_2_Auflage.pdf

Zimmerer, Jürgen (Hrsg.) (2023): Erinnerungskämpfe. Neues deutsches Geschichtsbewusstsein, Stuttgart.

Erinnerungskultur Heilbronn:

Wanner, Peter (2020): Vom Flickenteppich zur Topographie der Erinnerung? Gedenk- und Erinnerungsorte der NS-Zeit und der beiden Weltkriege in Heilbronn. In: Schrenk, Christhard / Peter Wanner: Heilbronn 1933ff. Beiträge zum Nationalsozialismus in der Stadtgeschichte (Quellen und Forschungen zur Geschichte der Stadt Heilbronn 24), Heilbronn, S. 433–450. Online unter: https://stadtarchiv.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtarchiv/online-publikationen/QF24Heilbronn1933ff/Heilbronn_1933ff_Peter_Wanner_Erinnerungsorte.pdf

Wypior, Cajus (2019): Wir sind, an was wir uns erinnern. Ein historischer Lerngang in das Gedächtnis einer Stadt zur NS-Zeit als Beitrag zur Archäologie des Gegenwartsbewusstseins: In: Staatliches Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Hrsg.): Zeitschrift für Didaktik und Unterricht 2019, S. 26-31.

Podcast zur Heilbronner Stadtgeschichte: <https://www.stimme.de/service/podcast/heilbronner-geschichten/>

KuBi M3/B-1 Audience Development

Seminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 40 Teiln.	
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 18.12.2026	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 08.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 22.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Termin am 22.1.2027 findet als Exkursion nach Stuttgart statt! Weitere Informationen erhalten Sie im Seminar.
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.
Literatur:	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-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld.

7.3 Wahlseminar/-projekt

KM MS 7-1b **Wahlbereich: Projekt mit ZKM Karlsruhe (Besucher*innenforschung)**

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.		Max. 12 Teiln.
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006 Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 12.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 26.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Fr, 11.12.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 07.01.2027	Häutle, N.

Belegpflicht!	Belegfristen:	10.08.2026 - 03.09.2026	1. Anmeldephase
		05.09.2026 - 15.10.2026	2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
		17.10.2026 - 31.03.2027	Abmeldephase Semester

Bemerkungen: **Das Seminar findet neben den regelmäßigen Treffen (Dienstags) am 12.11.2026 ganztätig vor Ort am ZKM statt.**
 Darüber hinaus ist die Bereitschaft erforderlich, im Projektverlauf an voraussichtlich einem weiteren Tag zu Erhebungszwecken ans ZKM zu fahren. Die Termine 26.11.2026, 11.12.2026 und 07.01.2026 sind hierfür als mögliche Termine freigehalten. Sie müssen NICHT an allen diesen Terminen anwesend sein.

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 in den Modulen 10 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Wo geht's hier eigentlich in die Ausstellung? Diese Frage stellt sich, wer ein Museum oder Ausstellungshaus betritt. Aber dieser Eingangsbereich ist mehr als der Durchgang von der Tram-Haltestelle zum ersten Kunstwerk – er kann entscheiden, ob der Besuch schon in guter Atmosphäre oder in Frust beginnt, ob sich ein*e Besucher*in willkommen fühlt oder abgeschreckt ist. In einem Projektseminar in Kooperation mit dem ZKM – Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe, führen die Studierenden eine empirische Studie zur Visitor Journey vor Ort am ZKM durch.

Ziel der Untersuchung ist es, die Visitor Experience der Besuchenden im Foyer und den Außenbereichen des ZKM zu erfassen und zu analysieren. Im Zentrum stehen dabei die subjektiven Wahrnehmungen der Atmosphäre, das persönliche Empfinden sowie Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Besuchenden. Darüber hinaus soll untersucht werden, wie sich Besuchende im Raum orientieren, welche Wege sie nutzen, welche Hürden ihnen begegnen und wie sie die Aufenthaltsqualität wahrnehmen. Die Studie verfolgt einen mixed-methods Ansatz, bei dem verschiedene Erhebungsmethoden (wie Beobachtung, Befragung oder auch kreative Verfahren) kombiniert werden können, um ein umfassendes Bild der Erfahrungen und Bedürfnisse der Besuchenden zu erhalten.

Literatur: Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft: Grundlagen - Entwicklungen - Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld: transcript Verlag.

Hausmann, Andrea/Schuhbauer, Sarah (2023): Schriftliche Besucherbefragungen im Kulturmarketing und Kulturtourismus, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum (Edition Museum, Band 13), Bielefeld: transcript Verlag.

KM MS 7-1c **Wahlbereich: Projekt mit Kulturamt Heilbronn (Erinnerungskultur)**

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst. Max. 12 Teiln.

Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 12.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 26.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Fr, 11.12.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 07.01.2027		Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
 05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die regelmäßige Teilnahme sowie die Übernahme von Verantwortung und die sorgfältige Bearbeitung von Projektaufgaben im Team erforderlich.

Folgende **Projektstage** für Kleingruppenarbeit stehen nach Bedarf und Absprache zur Verfügung: 12.11. / 26.11. / 11.12.2026 und 07.01.2027, jeweils 9 bis 13 Uhr.

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 in den Modulen 8 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Welche Rolle spielt die lokale Erinnerungskultur im schulischen Alltag? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Praxisseminar, das in Kooperation mit dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn durchgeführt wird. Das Amt betreut seit April 2024 auch das Themenfeld Erinnerungskultur und entwickelt in impulsgebender und koordinierender Funktion Maßnahmen, um die städtische Erinnerungskultur nachhaltig zu gestalten. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, junge Menschen zu erreichen und aktiv zu beteiligen.

Nach einer fachlichen Auseinandersetzung mit dem Konzept der Erinnerungskultur sowie der Rolle kommunaler und schulischer Erinnerungsarbeit entwickelt das studentische Projektteam in enger Abstimmung mit dem Projektpartner einen Interviewleitfaden und befragt Lehrerinnen und Lehrer weiterführender Heilbronner Schulen. Im Zentrum stehen dabei unter anderem die Verankerung erinnerungskultureller Themen im Unterricht sowie die Bekanntheit und (Nicht-)Nutzung bestehender Angebote und die Rolle digitaler Vermittlungsangebote.

Ziel ist es, auf Basis der Befragungsergebnisse konkrete Handlungsvorschläge für die Erinnerungskulturarbeit der Stadt Heilbronn zu entwickeln. Die Befragung versteht sich dabei als Auftakt für einen weiteren Beteiligungsprozess, etwa in Form eines Workshops mit Lehrkräften oder ergänzender Fokusgruppengespräche mit Schülerinnen und Schülern.

Literatur: **Erinnerungskultur allgemein:**

Assmann, Aleida (2020): Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention, 3., erweiterte und aktualisierte Auflage, München.

Assmann, Aleida (2021): Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, München.

Benz, Wolfgang (2025): Zukunft der Erinnerung. Das deutsche Erbe und die kommende Generation, München.

Czollek, Max (2023): Versöhnungstheater, München. (vgl. auch den Podcast des Autors „Trauer und Turnschuh“)

Erl, Astrid (2018): Kollektive Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Eine Einführung, 3., aktual. und erw. Auflage, Stuttgart.

Gautschi, Peter / Barbara Sommer Häller (Hg.) (2014): Der Beitrag von Schulen und Hochschulen zu Erinnerungskulturen, Schwalbach.

Siebert, Susanne (2025): Gedenken neu denken. Wie sich unser Erinnern an den Holocaust verändern muss, München. (vgl. auch Instagram-Kanal der Autorin @keine.erinnerungskultur)

Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (Hrsg.) (2025): Gedenkanstoß MEMO. Multidimensionaler Erinnerungsmonitor 2025. Online verfügbar unter https://www.stiftung-evz.de/assets/1_Was_wir_f%C3%B6rdern/Bilden/Bilden_fuer_lebendiges_Erinnern/MEMO_Studie/Gedenkansto%C3%9F/Gedenkansto%C3%9F_MEMO-Studie_2025_2_Auflage.pdf

Zimmerer, Jürgen (Hrsg.) (2023): Erinnerungskämpfe. Neues deutsches Geschichtsbewusstsein, Stuttgart.

Erinnerungskultur Heilbronn:

Wanner, Peter (2020): Vom Flickenteppich zur Topographie der Erinnerung? Gedenk- und Erinnerungsorte der NS-Zeit und der beiden Weltkriege in Heilbronn. In: Schrenk, Christhard / Peter Wanner: Heilbronn 1933ff. Beiträge zum Nationalsozialismus in der Stadtgeschichte (Quellen und Forschungen zur Geschichte der Stadt Heilbronn 24), Heilbronn, S. 433–450. Online unter: https://stadtarchiv.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtarchiv/online-publikationen/QF24Heilbronn1933ff/Heilbronn_1933ff_Peter_Wanner_Erinnerungsorte.pdf

Wypior, Cajus (2019): Wir sind, an was wir uns erinnern. Ein historischer Lerngang in das Gedächtnis einer Stadt zur NS-Zeit als Beitrag zur Archäologie des Gegenwartsbewusstseins: In: Staatliches Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Hrsg.): Zeitschrift für Didaktik und Unterricht 2019, S. 26-31.

Podcast zur Heilbronner Stadtgeschichte: <https://www.stimme.de/service/podcast/heilbronner-geschichten/>

KuBi M3/B-1 Audience Development

Seminar	2.0 Semesterwochenst.		Max. 40 Teiln.	
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 18.12.2026	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 08.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 22.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Termin am 22.1.2027 findet als Exkursion nach Stuttgart statt! Weitere Informationen erhalten Sie im Seminar.
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.
Literatur:	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-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld.

7.4 Wahlseminar/-projekt

KM MS 7-1b **Wahlbereich: Projekt mit ZKM Karlsruhe (Besucher*innenforschung)**

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.		Max. 12 Teiln.
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.006 Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 12.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 26.11.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Fr, 11.12.2026	Häutle, N.
Einzel	09:00 - 18:00	Do, 07.01.2027	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: **Das Seminar findet neben den regelmäßigen Treffen (Dienstags) am 12.11.2026 ganztätig vor Ort am ZKM statt.**
 Darüber hinaus ist die Bereitschaft erforderlich, im Projektverlauf an voraussichtlich einem weiteren Tag zu Erhebungszwecken ans ZKM zu fahren. Die Termine 26.11.2026, 11.12.2026 und 07.01.2026 sind hierfür als mögliche Termine freigehalten. Sie müssen NICHT an allen diesen Terminen anwesend sein.

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 in den Modulen 10 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Wo geht's hier eigentlich in die Ausstellung? Diese Frage stellt sich, wer ein Museum oder Ausstellungshaus betritt. Aber dieser Eingangsbereich ist mehr als der Durchgang von der Tram-Haltestelle zum ersten Kunstwerk – er kann entscheiden, ob der Besuch schon in guter Atmosphäre oder in Frust beginnt, ob sich ein*e Besucher*in willkommen fühlt oder abgeschreckt ist. In einem Projektseminar in Kooperation mit dem ZKM – Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe, führen die Studierenden eine empirische Studie zur Visitor Journey vor Ort am ZKM durch.

Ziel der Untersuchung ist es, die Visitor Experience der Besuchenden im Foyer und den Außenbereichen des ZKM zu erfassen und zu analysieren. Im Zentrum stehen dabei die subjektiven Wahrnehmungen der Atmosphäre, das persönliche Empfinden sowie Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Besuchenden. Darüber hinaus soll untersucht werden, wie sich Besuchende im Raum orientieren, welche Wege sie nutzen, welche Hürden ihnen begegnen und wie sie die Aufenthaltsqualität wahrnehmen. Die Studie verfolgt einen mixed-methods Ansatz, bei dem verschiedene Erhebungsmethoden (wie Beobachtung, Befragung oder auch kreative Verfahren) kombiniert werden können, um ein umfassendes Bild der Erfahrungen und Bedürfnisse der Besuchenden zu erhalten.

Literatur: Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (2017): Kulturmanagement als Wissenschaft: Grundlagen - Entwicklungen - Perspektiven. Einführung für Studium und Praxis (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld: transcript Verlag.
 Hausmann, Andrea/Schuhbauer, Sarah (2023): Schriftliche Besucherbefragungen im Kulturmarketing und Kulturtourismus, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
 Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum (Edition Museum, Band 13), Bielefeld: transcript Verlag.

KM MS 7-1c **Wahlbereich: Projekt mit Kulturamt Heilbronn (Erinnerungskultur)**

Hauptseminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 12 Teiln.	
Dienstag	10:15 - 11:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 12.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 26.11.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Fr, 11.12.2026		Pröbstle, Y.
Einzel	09:00 - 13:00	Do, 07.01.2027		Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
 05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
 17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten ist die regelmäßige Teilnahme sowie die Übernahme von Verantwortung und die sorgfältige Bearbeitung von Projektaufgaben im Team erforderlich.

Folgende **Projektstage** für Kleingruppenarbeit stehen nach Bedarf und Absprache zur Verfügung: 12.11. / 26.11. / 11.12.2026 und 07.01.2027, jeweils 9 bis 13 Uhr.

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 in den Modulen 8 und 11 als eine Vertiefung II angerechnet werden.

Studium nach der PO 2025:

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

Kommentar: Welche Rolle spielt die lokale Erinnerungskultur im schulischen Alltag? Diese und weitere Fragen bilden den Ausgangspunkt für ein Praxisseminar, das in Kooperation mit dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn durchgeführt wird. Das Amt betreut seit April 2024 auch das Themenfeld Erinnerungskultur und entwickelt in impulsgebender und koordinierender Funktion Maßnahmen, um die städtische Erinnerungskultur nachhaltig zu gestalten. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, junge Menschen zu erreichen und aktiv zu beteiligen.

Nach einer fachlichen Auseinandersetzung mit dem Konzept der Erinnerungskultur sowie der Rolle kommunaler und schulischer Erinnerungsarbeit entwickelt das studentische Projektteam in enger Abstimmung mit dem Projektpartner einen Interviewleitfaden und befragt Lehrerinnen und Lehrer weiterführender Heilbronner Schulen. Im Zentrum stehen dabei unter anderem die Verankerung erinnerungskultureller Themen im Unterricht sowie die Bekanntheit und (Nicht-)Nutzung bestehender Angebote und die Rolle digitaler Vermittlungsangebote.

Ziel ist es, auf Basis der Befragungsergebnisse konkrete Handlungsvorschläge für die Erinnerungskulturarbeit der Stadt Heilbronn zu entwickeln. Die Befragung versteht sich dabei als Auftakt für einen weiteren Beteiligungsprozess, etwa in Form eines Workshops mit Lehrkräften oder ergänzender Fokusgruppengespräche mit Schülerinnen und Schülern.

Literatur: **Erinnerungskultur allgemein:**

Assmann, Aleida (2020): Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention, 3., erweiterte und aktualisierte Auflage, München.

Assmann, Aleida (2021): Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, München.

Benz, Wolfgang (2025): Zukunft der Erinnerung. Das deutsche Erbe und die kommende Generation, München.

Czollek, Max (2023): Versöhnungstheater, München. (vgl. auch den Podcast des Autors „Trauer und Turnschuh“)

Erl, Astrid (2018): Kollektive Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Eine Einführung, 3., aktual. und erw. Auflage, Stuttgart.

Gautschi, Peter / Barbara Sommer Häller (Hg.) (2014): Der Beitrag von Schulen und Hochschulen zu Erinnerungskulturen, Schwalbach.

Siebert, Susanne (2025): Gedenken neu denken. Wie sich unser Erinnern an den Holocaust verändern muss, München. (vgl. auch Instagram-Kanal der Autorin @keine.erinnerungskultur)

Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (Hrsg.) (2025): Gedenkanstoß MEMO. Multidimensionaler Erinnerungsmonitor 2025. Online verfügbar unter https://www.stiftung-evz.de/assets/1_Was_wir_f%C3%B6rdern/Bilden/Bilden_fuer_lebendiges_Erinnern/MEMO_Studie/Gedenkansto%C3%9F/Gedenkansto%C3%9F_MEMO-Studie_2025_2_Auflage.pdf

Zimmerer, Jürgen (Hrsg.) (2023): Erinnerungskämpfe. Neues deutsches Geschichtsbewusstsein, Stuttgart.

Erinnerungskultur Heilbronn:

Wanner, Peter (2020): Vom Flickenteppich zur Topographie der Erinnerung? Gedenk- und Erinnerungsorte der NS-Zeit und der beiden Weltkriege in Heilbronn. In: Schrenk, Christhard / Peter Wanner: Heilbronn 1933ff. Beiträge zum Nationalsozialismus in der Stadtgeschichte (Quellen und Forschungen zur Geschichte der Stadt Heilbronn 24), Heilbronn, S. 433–450. Online unter: https://stadtarchiv.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtarchiv/online-publikationen/QF24Heilbronn1933ff/Heilbronn_1933ff_Peter_Wanner_Erinnerungsorte.pdf

Wypior, Cajus (2019): Wir sind, an was wir uns erinnern. Ein historischer Lerngang in das Gedächtnis einer Stadt zur NS-Zeit als Beitrag zur Archäologie des Gegenwartsbewusstseins: In: Staatliches Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Hrsg.): Zeitschrift für Didaktik und Unterricht 2019, S. 26-31.

Podcast zur Heilbronner Stadtgeschichte: <https://www.stimme.de/service/podcast/heilbronner-geschichten/>

KuBi M3/B-1 Audience Development

Seminar		2.0 Semesterwochenst.	Max. 40 Teiln.	
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 18.12.2026	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 08.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.
Einzel	09:15 - 17:15	Fr, 22.01.2027	5 5.005	Gerlitz, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Termin am 22.1.2027 findet als Exkursion nach Stuttgart statt! Weitere Informationen erhalten Sie im Seminar.
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.
Literatur:	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.

Modul 8: Kulturbetriebssteuerung

Grundlagen Kulturbetriebssteuerung

KM MS 8-1 Grundlagen Kulturbetriebssteuerung

Hauptseminar	2.0 Semesterwochenst.			
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 28.10.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 28.10.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 04.11.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 04.11.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 11.11.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 11.11.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 25.11.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 25.11.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 09.12.2026	5 5.005	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 11:30	Mi, 09.12.2026	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 17.12.2026		Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 15:45	Do, 14.01.2027	5 5.006	Schneidewind, P.
Einzel	10:15 - 15:45	Do, 14.01.2027	5 5.005	Schneidewind, P.

Belegpflicht!	Belegfristen:	10.08.2026 - 03.09.2026	1. Anmeldephase
		05.09.2026 - 15.10.2026	2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
		17.10.2026 - 31.03.2027	Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung 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 Kulturbetriebssteuerung

Modul 9: Kulturfinanzierung

Grundlagen Kulturfinanzierung

KM MS 9-1 Grundlagen Kulturfinanzierung

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	14:15 - 17:45	Di, 27.10.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 27.10.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 10.11.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 10.11.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 24.11.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 24.11.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 15.12.2026	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 15.12.2026	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 12.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 12.01.2027	5 5.006	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 26.01.2027	5 5.005	Pröbstle, Y.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 26.01.2027	5 5.006	Pröbstle, Y.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung 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 Kulturfinanzierung

Modul 10: Kulturmarketing

Grundlagen Kulturmarketing

KM MS 10-1 Grundlagen Kulturmarketing

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 13.11.2026	5 5.005	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 13.11.2026	5 5.006	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 20.11.2026	5 5.005	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 20.11.2026	5 5.006	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 27.11.2026	5 5.005	Schuhbauer, S.
Einzel	09:00 - 17:00	Fr, 27.11.2026	5 5.006	Schuhbauer, S.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen: Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung 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 Kulturmarketing

Modul 11: Kommunikationsmanagement

11.1 Grundlagen Kommunikationsmanagement

KM MS 11-1 Grundlagen Kommunikationsmanagement

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 26.10.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 26.10.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 16.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 16.11.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 23.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 23.11.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 30.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 30.11.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 07.12.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Mo, 07.12.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 19.01.2027	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	14:15 - 17:45	Di, 19.01.2027	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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.
- Hoffmann, 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 Kommunikationsmanagement

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

Hauptseminar

2.0 Semesterwochenst.

Einzel	10:00 - 18:00	Do, 03.12.2026	5 5.005	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 03.12.2026	5 5.006	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 04.12.2026	5 5.005	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 04.12.2026	5 5.006	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 15.01.2027	5 5.005	Moschkau, J.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 15.01.2027	5 5.006	Moschkau, J.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

Bemerkungen:	Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und am Seminar Vertiefung 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 erlangen. 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 soll 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. Viola Falkenberg: Pressemitteilungen schreiben: die Standards professioneller Pressearbeit. Frankfurt/Main 2008. Klaus Schmidbauer: Vorsprung mit Konzept. Erfolgreiche Konzepte für die Unternehmens- und Marketingkommunikation entwickeln. Berlin 2011. Christiane Planck: Public Relations – crossmedial. Frankfurt/Main 2011. Lukas Greitemann: Copywriting. Worte, die wirken. Sätze, die verkaufen. Ideen, die bleiben. Bonn 2026. Urs Meyer: Poetik der Werbung. Berlin 2010. Cecilie Szkotak Nielsen und Søren Mikael Rasmussen: Mehr Publikum gewinnen. Toolbox für Orchester und Ensembles. Kopenhagen/Main 2024. Stefan Lüddemann: Kulturjournalismus. Medien, Themen, Praktiken. Wiesbaden 2015. Peter Overbeck (Hg.): Musikjournalismus. Konstanz 2005.

Modul 12: Personal und Führung

12.1 Personal und Führung I

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	Do, 05.11.2026	5 5.005	Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Do, 05.11.2026	5 5.006	Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 06.11.2026		Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 29.01.2027	5 5.005	Höllen, M.
Einzel	10:00 - 18:00	Fr, 29.01.2027	5 5.006	Höllen, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

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

Seminar am 5./6. November 2026 von 10:00 bis 18:00 Uhr: Tinkertank, Pflugfelder Str. 23, 71636 Ludwigsburg.

Details werden über Moodle und beim Kick-off rechtzeitig bekanntgegeben.

Kommentar: Der Kulturbetrieb und die Kultur- und Kreativwirtschaft sind zentrale Felder, in denen neue Ideen, Formate und Geschäftsmodelle entstehen. Start-ups im Kultur- und Medienbereich gelten als wichtige Treiber für Innovation („Cultural Entrepreneurship“), während Methoden des Start-up-Managements auch für angestellte Kulturmanager*innen Impulse für betriebswirtschaftlich innovatives und strategisches Handeln innerhalb von Organisationen liefern („Cultural Intrapreneurship“).

Damit rücken nicht nur die Themen von Gründung und Selbstständigkeit in den Fokus, sondern vor allem ein innovationsorientiertes Denken, Problemlösefähigkeiten sowie Kompetenzen im Bereich Innovations- und Design-Thinking-Methoden.

Im Seminar steht die Vermittlung dieses Innovationsdenkens, das Kennenlernen von Methoden (u.a. aus Design Thinking und Start-up-Management) und die Entwicklung entsprechender Kompetenzen im Mittelpunkt. An zwei Tagen im Tinkertank Ludwigsburg widmen sich die Studierenden intensiv den Themen Innovation und Kompetenzentwicklung. Das Format eröffnet Raum für experimentelles Arbeiten, iterative Schleifen und kreative Prozesse mit unterschiedlichen Materialien und Werkzeugen. Im Mittelpunkt steht das gemeinsame Ausprobieren und Reflektieren – weniger das fertig ausgearbeitete Produkt, vielmehr das Erkunden von Wegen, das Lernen aus Fehlern und das Entwickeln neuer Perspektiven auf Gestaltungs- und Lösungsprozesse.

An einem dritten Seminartag erhalten die Studierenden Einblicke in die Praxis von Gründer*innen und anderen externen Akteur*innen, um Motive, Rahmenbedingungen und Denkweisen von Unternehmungen im Kultur- und Kreativbereich kennenzulernen.

Ziel des Seminars ist es, Gründungs- und Innovationskompetenzen im Feld der Kultur- und Kreativwirtschaft zu entwickeln und zentrale Methoden des Start-up- und Innovationsmanagements kennenzulernen. 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.

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.

Medien- und Filmfördergesellschaft Baden-Württemberg (MFG): Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Südwesten, Standortstudie unter <https://kreativ.mfg.de/die-kultur-und-kreativwirtschaft/>

Mohr, H. / Niemann, C. / Knapp, K. (2019): Hidden Potential. Intrapreneurship in Museumsorganisationen. Deutsches Bergbau-Museum Bochum/ Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, unter <https://www.kulturmanagement.net/dlf/28c28e7645eaad6f8a0d7bda856ea4ad,1.pdf>

Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt/New York.

Rohrberg, A. / Schug, A. (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 - 15:00	Do, 21.01.2027	5 5.005	Grimm, S.
Einzel	09:00 - 15:00	Do, 21.01.2027	5 5.006	Grimm, S.
Einzel	09:00 - 15:00	Do, 28.01.2027	5 5.005	Grimm, S.

Einzel	09:00 - 15:00	Do, 28.01.2027	5 5.006	Grimm, S.
--------	---------------	----------------	---------	-----------

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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 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.

13.3 Teamlabor Kulturbetrieb

KM MS 13-3a Teamlabor Kulturbetrieb Jahrgang 2026

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:30 - 17:30	Do, 22.10.2026	5 5.005	Schlünß, M.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 22.10.2026	5 5.006	Schlünß, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 28.10.2026	5 5.005	Schlünß, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 28.10.2026	5 5.006	Schlünß, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 11.11.2026	5 5.005	Schlünß, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 11.11.2026	5 5.006	Schlünß, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 25.11.2026	5 5.005	Schlünß, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 25.11.2026	5 5.006	Schlünß, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 13.01.2027	5 5.005	Schlünß, M.
Einzel	14:15 - 17:45	Mi, 13.01.2027	5 5.006	Schlünß, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

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

Kommentar: Kulturmanagement kann als Komplex von Steuerungsaufgaben zur Hervorbringung und Sicherung kultureller Angebote in arbeitsteiligen Systemen verstanden werden. Dazu braucht es Ideen, Ressourcen, Verfahren, Techniken – und ein Team. Das Teamlabor Kulturbetrieb, zu dem sich Studierende in Kleingruppen für mehrere Semester als Unternehmensgründer*innen zusammenfinden, bietet den Ort und die Chance, viele Elemente des Kulturmanagements an einem konkreten, wenn auch fiktiven, Beispiel zusammenzufassen und durchzuspielen.

Welche Kompetenzen muss ich als Gründer*in eines Kulturbetriebs mitbringen? Welche Unternehmensideen sind attraktiv? Wie plane ich mein eigenes Unternehmen? Wie erstelle ich einen Businessplan? Wie treffe ich strategische Entscheidungen, wie agiere ich operativ erfolgreich? Wie bilde ich ein funktionsfähiges 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 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 Themen- und Ablaufplan des Teamlabors Kulturbetrieb wird im Rahmen der Einführungswoche vorgestellt. Die einzelnen Seminartermine dienen als Plattform zum permanenten Austausch mit und unter den verschiedenen Gründungsprojekten.

KM MS 13-3b Teamlabor Kompakt Jahrgang 2025

Hauptseminar 1.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:30 - 17:30	Mo, 19.10.2026	5 5.006	Schlünß, M.
Einzel	09:30 - 17:30	Di, 20.10.2026	5 5.006	Schlünß, M.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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 Businessplan, 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 Businesspläne erhalten die Studierenden jeweils ein ausführliches Feedback durch die Dozentin. Der Termin der Abschlusspräsentation ist der Dienstag, 12. Januar 2027 um 17:00 Uhr im LiteraturCafé.

Modul 14: Sonstige Studienleistungen

14.1 Projektmanagement

KM MS 14-1 Projektmanagement

Hauptseminar 2.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:30 - 17:30	Do, 29.10.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 29.10.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Fr, 30.10.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Fr, 30.10.2026	5 5.006	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 19.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
Einzel	09:30 - 17:30	Do, 19.11.2026	5 5.006	Häutle, N.

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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 Einblicke in die Grundlagen des agilen Projektmanagements.

Im Kontext des klassischen Projektmanagements stehen Methoden und Tools zu Definition, Planung, Durchführung und Abschluss von Projekten 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.

Zum agilen Projektmanagement werden Einblicke in Frameworks wie SCRUM gegeben, aber auch grundlegende agile Prinzipien diskutiert. Die Studierenden reflektieren den Einsatz verschiedener Herangehensweisen an das Projektmanagement und können gezielt geeignete Methoden auswählen.

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

Seminar 1.0 Semesterwochenst.

Einzel	09:00 - 20:00	Do, 10.12.2026	Häutle, N.
--------	---------------	----------------	------------

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 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:** Ziel der Veranstaltung ist es, zentrale Kultureinrichtungen einer Kommune im näheren Umkreis von Ludwigsburg vor Ort kennenzulernen. Dabei gewinnen die Studierenden Einblicke in deren Organisationsstrukturen, Strategien und aktuellen Herausforderungen. Die Studierenden erhalten Gelegenheit zum direkten Austausch mit Expert*innen und erlangen so ein erstes Verständnis für das praktische Berufsfeld des Kulturmanagements.
Ort sowie das Programm mit Details zum Ablauf werden rechtzeitig bekannt gegeben.

KM MS 14-2b **Kultur vor Ort 1**

Seminar 2.0 Semesterwochenst.

Dienstag	08:15 - 09:45	Di, 27.10.2026-26.01.2027	Häutle, N. Probstle, Y.
----------	---------------	---------------------------	-------------------------

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Die Teilnahme ist Pflicht für alle Studierenden im ersten Semester.
- Kommentar:** Die Veranstaltung dient der inhaltlichen Vorbereitung und Planung des Seminars „Kultur vor Ort“ im Sommersemester. Im Seminar werden Zielsetzung und Profil der Studienreise festgelegt, geeignete Städte/Regionen sowie Kulturinstitutionen und -projekte recherchiert und verglichen. Die Studierenden beteiligen sich an der Programmplanung und stimmen organisatorische Fragen ab, sodass ein fachlich fundiertes und gut strukturiertes Seminar „Kultur vor Ort“ durchgeführt werden kann.

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, 17.11.2026	5 5.005	Häutle, N.
--------	---------------	----------------	---------	------------

Belegpflicht! Belegfristen: 10.08.2026 - 03.09.2026 1. Anmeldephase
05.09.2026 - 15.10.2026 2. Anmeldephase / Anmeldephase Studienanfänger
17.10.2026 - 31.03.2027 Abmeldephase Semester

- Bemerkungen:** Die Teilnahme an der Veranstaltung am Dienstag, 17.11.2026 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

15.1 Kolloquium

Master Gymnasiales Lehramt Physik