



Schwerpunkt

Recht

THEMEN & HINTERGRÜNDE

Steuerrechtliche Behandlung von Spenden und Sponsoring

• Seite 3

KM IM GESPRÄCH

Interview mit dem Kunstrechtsexperten Prof. Erik Jayme

• Seite 7

EX LIBRIS

Der Künstler und sein Recht (Rezension)

• Seite 12

Buchempfehlungen

• Seite 14

KONFERENZEN & TAGUNGEN

Recht und Steuern bei Fördervereinen

• Seite 15

Diagonale 2007

• Seite 16

Kongress zu Raubkunst

• Seite 16

SEITENSPRÜNGE

• Seite 17

Liebe Leserinnen und Leser,

jeder Kulturbetrieb und jeder Kulturmanager muss sich früher oder später mit rechtlichen Aspekten auseinandersetzen - sei es bei Verträgen, im Arbeits- und Tarifrecht, bei Urheberrechtsfragen oder Streitigkeiten mit Kunden. In der Regel wird man den Rat eines Experten einholen. Es ist aber empfehlenswert, Grundkenntnisse in den genannten Gebieten zu erwerben, um beispielsweise Konflikte rechtzeitig zu erkennen oder nicht schon bei Kleinigkeiten vorschnell teure Rechtsberatung in Anspruch zu nehmen. Alle Ausbildungsangebote im Kulturmanagement beziehen daher immer auch das Thema Recht im Curriculum ein.

In unserem Schwerpunkt Recht finden Sie heute einige Beiträge, die sich der Thematik auf unterschiedliche Weise nähern und Ihnen so eine Orientierung über aktuelle Entwicklungen geben sollen. So behandelt Christiane Linsel in ihrem Artikel die wichtige Frage nach der steuerrechtlichen Behandlung von Spenden und Sponsoring. RA Andri Jürgensen führte ein Interview mit Prof. Erik Jayme, der zu den international anerkannten Fachleuten im Kunstrecht gehört. Darin liefert er wertvolle Ratschläge, wie man sein Studium auf das Kunstrecht ausrichten kann.

Experten beklagten auf dem jüngsten Symposium zu Förder- und Freundeskreisen in der Kultur die Mängel beim Referentenentwurf des Finanzministeriums zur steuerlichen Absetzbarkeit von Spenden und gaben in einem Workshop für die Teilnehmer wertvolle Ratschläge zur rechtlichen und steuerlichen Situation von Freundeskreise. Dirk Schütz stellt Ihnen das Buch „Der Künstler und sein Recht“ vor, das soeben in einer Neuauflage erschienen ist. Zahlreiche weitere Buchempfehlungen sowie eine Linksammlung runden das Schwerpunktthema ab.

Unser besonderes Anliegen war es von jeher, die Entwicklungen in der Aus- und Weiterbildung zu begleiten. So nahmen wir überrascht zur Kenntnis, dass es 30 Jahre nach Gründung des ersten deutschsprachigen Studiengangs für Kulturmanagement erstmals gelungen war, die Vertreter dieser Aus- und Weiterbildungsangebote zu einem fachlichen Dialog zusammenzubringen. Im beschaulichen Rendsburg nutzten die Dozenten diese erste Gelegenheit, um über Fragen des Curriculums, des Bologna-Prozesses, des Arbeitsmarktes und des Berufsbildes zu diskutieren. Schade nur, dass wichtige Vertreter von Studiengängen aus Deutschland fehlten. Dirk Schütz wird Ihnen die wichtigsten Ergebnisse der Fachtagung in dieser Ausgabe von KM zusammenstellen, aber auch kritisch kommentieren.



KM – der Monat

KOMMENTAR

Bestandsaufnahme
und Perspektiven der
Kulturmanagement-
Ausbildung

• Seite 18

EX LIBRIS

Duales Controlling

• Seite 23

KONFERENZEN & TAGUNGEN

Rückblick auf Forum
Tiberius vom 13.12.

• Seite 25

Kultursponsoring-
gipfel

• Seite 26

Creative Industries

• Seite 27

Mai-Tagung Karlsruhe

• Seite 27

... Editorial

Tobias Werner macht in seiner Rezension deutlich, dass Controlling bei sinnvoller Umsetzung eine gute Basis für die Zukunftssicherung von Kulturbetrieben wie dem Theater sein kann, dass hier aber auch das Buch von Artemis Vakianis nur bedingt weiterhilft. Wir blicken außerdem zurück auf eine Veranstaltung der Reihe *Forum Tiberius* am 13.12. in Dresden, in der der Leiter des Siemens Arts Program, Michael Roßnagl, über das Geben und Nehmen, und wie Kultur und Wirtschaft miteinander umgehen könne, referierte.

Die Februarausgabe schließt mit der Vorschau auf drei interessante Veranstaltungen, wo Kulturmanagement Network wieder vor Ort sein wird. So beschäftigt sich der Kultursponsoringgipfel in Köln in diesem Jahr mit der Frage, ob Sponsoringengagements eigentlich auch zu mehr Umsatz führen. Erstmals findet in Friedrichshafen eine Messe mit angeschlossenem Kongress zum Thema Creative Industries statt, der zum Ziel hat, die verschiedenen Branchen der Kreativwirtschaft aus dem Raum Bodensee und den benachbarten Bundesländern und Regionen zusammenzubringen. Die MAI-Tagung des Fortbildungszentrums Abtei Brauweiler findet in diesem Jahr am Zentrum für Kunst- und Medientechnologie Karlsruhe statt und widmet sich neuen und innovativen Entwicklungen im Bereich internetbasierter Museumspräsentationen und -dienste.

Nur noch wenige Tage sind es bis zum angekündigten Relaunch unseres deutschen Internetportals. Die Spannung bei den Redakteuren und Programmierern, wie das neue Design, die neue Systematik und die verbesserten Bereiche von den Lesern und Nutzern angenommen wird, steigt. Noch sind wir damit beschäftigt, Inhalte einzustellen und technische Optimierungen vorzunehmen, damit der Start erfolgreich verlaufen kann. Alle Magazinleser erhalten automatisch ein Benutzerkonto für das Portal. Ihre bisherigen Benutzerdaten und Registrierungen bleiben jedoch erhalten. So wird erreicht, dass Sie sich nicht doppelt anmelden müssen. Künftig erhalten alle registrierten Benutzer des Portals das Magazin KM automatisch.

Wir freuen uns schon auf Ihr Feedback zum neuen Portal und wünschen Ihnen nun eine spannende Lektüre.

Ihr Dirk Schütz und Dirk Heinze

sowie das gesamte Team von Kulturmanagement Network



Chance Sponsoring

Die steuerrechtliche Behandlung von Spenden und Sponsoring

Die „Zeiten leerer Kassen“ treffen in besonderem Maße Bildungs- und Kultureinrichtungen. Es sind Zeiten, in denen zusätzliche Wege in der Finanzierung gesucht und neue, an mancher Stelle noch ungewohnte Partnerschaften eingegangen werden. Eine Form ist das Sponsoring.

CHRISTIANE

LINSEL

ist Persönliche Referentin des Rektors der Bauhaus-Universität Weimar und dort für den Bereich Partner und Alumni zuständig. Erfahrungen im Bereich der Drittmittelfinanzierung, insbesondere des Sponsorings und der Rechteverwertung sammelte die Juristin zuvor beim Süddeutschen Verlag und als Justiziarin der Bundeshochschule München 2005.

Beitrag von ass.jur. Christiane Linsel, christiane.linsel@uni-weimar.de

Das Interesse des Gesponserten an einer meist finanziellen Unterstützung wird mit dem Interesse des Sponsors an einer öffentlichkeitswirksamen Darstellung (Imagewerbung) verbunden. Von großer Bedeutung für die Wirksamkeit solcher Unterstützung ist die steuerliche Behandlung und somit der Umfang der bei der geförderten Körperschaft verbleibenden Einnahmen, egal ob es sich hierbei um eine Hochschule (juristische Person des öffentlichen Rechts) handelt oder um eine Körperschaft, die gem. §§ 51 ff Abgabenordnung (AO) steuerbegünstigte Zwecke verfolgt. Ungeachtet der Gefahr inhaltlicher Beeinflussung bergen passende Sponsorpartnerschaften für den Geförderten Chancen, die über die finanziellen Zuwendungen hinausgehen.

Spenden oder Sponsoring

Die Interessen von Geförderten und Förderern liegen auf den ersten Blick oft auseinander. Der Geförderte hat den Wunsch nach mäzenatischer Unterstützung (Spende) und Freiheit in seiner Arbeit und der Projektabwicklung. Ziel eines Förderers ist es u. a., seine Aufwendungen steuerlich in Abzug zu bringen. In der Regel will er über seine Unterstützung die eigene Imagedarstellung stärken: Gutes tun und darüber reden. Für Investitionen werden Gegenleistungen in Form von Werberechten und Kommunikation erwartet. Das umfasst an mancher Stelle sicher auch den Wunsch des Förderers, das im Mittelpunkt stehende Projekt an eigene Ziele anzupassen. Trotz der Gefahr einer solchen Einflussnahme birgt das Sponsoring die Möglichkeit, den unterschiedlichen Interessen in großem Maße zu entsprechen und weitere Handlungsspielräume für beide Partner zu eröffnen: Marketingbudgets sind zumeist höher als Spendenetats. Öffentlichkeitsarbeit und Werbung zur Darstellung der Sponsorpartnerschaft stärken neben dem Image des Sponsors gerade auch das eigene Projekt.

An dieser Stelle sei jedoch klar darauf hingewiesen, dass Sponsoreinnahmen beim Empfänger gerade nicht von der Besteuerung befreit sind. Die Bedeutung der Zuordnung ist somit auch in diesem Zusammenhang nicht zu unterschätzen. Die Abgrenzung zwischen Spende (Mäzenatentum) und Sponsoring stellt sich aus steuerrechtlicher Sicht differenziert dar. Die Vorstellungen beider Partner abzustimmen und innerhalb der gesetzlichen Rahmen



... Steuerliche Behandlung von Spenden und Sponsoring

miteinander in Einklang zu bringen, ist allein im Hinblick auf die bezweckten Ziele immer eine Frage des Einzelfalls.

Spenden sind Ausgaben, die freiwillig (ohne rechtliche Verpflichtung) und ohne Gegenleistung (kein unmittelbarer Zusammenhang zwischen Leistung und Gegenleistung) gewährt werden. Bei entsprechender Anerkennung sind Spenden für den Geförderten steuerfreie Einnahmen. Gem. §10b EStG sind Spenden zur Förderung mildtätiger, kirchlicher, religiöser, wissenschaftlicher und der als besonders förderungswürdig anerkannten gemeinnützigen Zwecke in begrenztem Maße (5-10%) als Sonderausgaben vom individuellen Jahreseinkommen abzugsfähig. Unternehmer können alternativ hierzu einen Höchstbetrag bis 2/1000 der Summe der Umsätze und der Jahreslohnsumme in Anspruch nehmen. Spendenetats in Unternehmen sind folglich begrenzt, da ein Einsatz nur in diesem gesetzlich vorgesehenen Umfang möglich ist.

Unter **Sponsoring** wird entsprechend des Sponsoringerlasses des Bundesfinanzministers (18.02.1998, Schreiben des BMF IV B 2 - S 2144 - 40/98, IV B 7 - S 0183 - 62/98) „üblicherweise die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/ oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen verstanden, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden. Leistungen eines Sponsors beruhen häufig auf einer vertraglichen Vereinbarung zwischen dem Sponsor und dem Empfänger der Leistungen (Sponsorvertrag), in der Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers geregelt sind.“ Die Aufwendungen des Förderers können in der Regel als Betriebsausgaben im Sinne des § 4 Abs. 4 EStG angesetzt werden. Beim Geförderten gehört das Sponsoring zur steuerlichen Sphäre des „Betriebes gewerblicher Art“ (Hochschulen als juristische Person des öffentlichen Rechts) bzw. zum „wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb“ (gemeinnützige Körperschaften) – Gewinne sind entsprechend zu versteuern.

Überschreiten Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit ein bestimmtes, geringes Maß nicht (Dank, Erwähnung, Höflichkeitsgesten etc.), werden Sponsorleistungen unter steuerlicher Betrachtung wie Spenden behandelt. Die Einordnung ist oft fließend. Wird dem Sponsor beispielsweise nur die Nutzung des Namens des Geförderten zu Werbezwecken gestattet (eigener Hinweis des Sponsors auf seine Leistungen an den Geförderten), handelt es sich nicht um einen Betrieb gewerblicher Art bzw. wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb. Anders ist es wiederum, wenn der Geförderte aktiv an den Werbemaßnahmen mitwirkt.



... Steuerliche Behandlung von Spenden und Sponsoring

Die Abgrenzung hängt jeweils von den individuellen Umständen ab und wird an verschiedenen Kriterien orientiert. Das sind insbesondere:

- Person des Förderers (*Privatperson, Stiftung, Unternehmer, Unternehmen*)
- Motivation (*Altruismus, Unterstützungswille, betriebliche Ziele wie Imagewerbung*)
- vertragliche Vereinbarung (*die Regel im Sponsoring*)
- Darstellung in der Öffentlichkeit/ Werbung (*Ziel des Sponsoring*)
- Gegenleistungen durch den Geförderten.

Entscheidet sich eine Körperschaft für die Verwertung ihrer werblichen Rechte im Rahmen des Sponsorings, kann sie dieses, wie dargestellt, direkt über „echte“ Sponsorpartnerschaften. Vorstellbar ist jedoch auch, die gesamten werblichen Rechte umfassend einer entsprechenden Sponsoragentur zu übertragen. Solche Agenturen suchen Wirtschaftspartner, handeln Verträge aus, schließen diese im eigenen Namen ab und betreuen Sponsoren in der Vertragsabwicklung.

Die Körperschaft hat bei einer Vergabe ihrer Werberechte im Ganzen den Vorteil, dass dieser Weg nicht zur Sphäre des Betriebes gewerblicher Art/ wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes, sondern zur Sphäre der Vermögensverwaltung zählt. Zudem verfügen Agenturen neben guten Kontakten zu Unternehmen in der Regel auch über das fachliche Wissen zum Sponsoring und dessen Abwicklung. Durch die Vergabe der werblichen Rechte im Ganzen verliert die Körperschaft allerdings die Möglichkeit, gezielt Einfluss zu nehmen. Ob und auf welchem Wege werbliche Rechte vergeben werden, kann daher nur individuell betrachtet werden.

Sponsorvertrag

Vergibt eine Körperschaft ihre Werberechte selbst an Sponsoren, sollte sie dieses schriftlich fixieren. Neben üblichen Vertragsinhalten beinhalten Sponsorverträge insbesondere folgende Punkte:

- ausdrückliche Benennung als Sponsorvertrag
- ggf. Darstellung des geförderten Projekts
- genaue Bezeichnung der Leistungen des Sponsors
(*Geld- und/oder Sachleistungen ggf. unter Angabe des Wertes der Leistungen*)
- genaue Bezeichnung Gegenleistung des Gesponserten
(*insbesondere Sponsorstellung, Werberechte, Öffentlichkeitsarbeit etc.*).

In Sponsorpartnerschaften geht es um das gemeinsame Verfolgen von Zielen zum gegenseitigen Vorteil. Sie bedürfen einer engen, kontinuierlichen Abstimmung innerhalb der Projektabwicklung. Sponsoring ist aber auch ein Geschäft auf Gegenseitigkeit, das von den Regeln eines Marktes bestimmt wird. Leistung an einen Sponsor sind Werbeleistungen. Durch Sponsorleistungen dürfen Projekte in ihrem Inhalt nicht „verkauft“ werden. Eine gute Sponsorpartnerschaft setzt entsprechende Grenzen voraus. Passende fachliche Beratung, die auf die ausgeprägten Besonderheiten, auch in der steuerli-



... Steuerliche Behandlung von Spenden und Sponsoring

chen Behandlung eingeht, ist ebenso gefragt, wie das Wissen der geförderten Körperschaften um die besonderen rechtlichen Rahmenbedingungen und um den Wert der Gegenleistungen an den Sponsor. Nur so können vorhandene Handlungsspielräume und die Chancen des Sponsorings umfassend genutzt werden. ¶

- Anzeige -

Neuerscheinung

Roswitha Muttenthaler/Regina Wonisch: Gesten des Zeigens



Welche Bilder und Erzählungen präsentieren Ausstellungen zu Männern und Frauen, zum Eigenen und Anderen? Mit dem Blick auf die Kategorien gender und race analysieren die Autorinnen das Museum für Völkerkunde, das Natur- und das Kunsthistorische Museum in Wien. Da es im Unterschied zu Theater oder Film kaum Ausstellungskritiken gibt, die dem spezifischen Medium Ausstellung gerecht werden, will der Band zudem zur Entwicklung von Analysemethoden beitragen. Der Fokus richtet sich daher auf die Verfahrensweisen des Ausstellens,

also auf Praktiken, wie Exponate, Bilder, Texte und Gestaltungsmittel in einem Raum verknüpft werden, um Deutungsangebote zu machen.

Gesten des Zeigens. Zur Repräsentation von Gender und Race in Ausstellungen
transcript-Verlag Bielefeld, Januar 2007

268 S., kart., zahlr. Abb., 26,80 €, ISBN: 978-3-89942-580-2

Details: www.kulturmanagement.net/Books-id-770.html



Interview mit Prof. Jayme

Wie kann man sein Studium auf das Kunstrecht ausrichten?

Das Kunstrecht ist ein in Deutschland noch junges Fach. Auf Studenten übt es dessen ungeachtet einen hohen Reiz aus. Einer der international renommierten Kunstrechtler ist Professor Dr. Erik Jayme von der Universität Heidelberg. RA Andri Jürgensen führte mit ihm vor einiger Zeit ein Interview, das an Aktualität nicht verloren hat und in dem sich Prof. Jayme zur besonderen Studienrichtung des Kunstrechts äußert.

ZUR PERSON

Prof. Dr. Dr. h.c. Erik Jayme war Direktor des Instituts für ausländisches und internationales Privat- und Wirtschaftsrecht an der Universität Heidelberg. Er gehört zu den international anerkannten Fachleuten des Kunstrechts.

Jürgensen: Herr Professor Jayme, "Kunstrecht studieren" - gibt es ein Kunstrecht als eigene juristische Disziplin überhaupt?

Jayme: Das Kunstrecht ist eine ganz neue Disziplin. Sie hat ihre Konturen noch nicht gefunden. Auf der anderen Seite gibt es sehr viele Normen, die spezifisch auf das Kunstrecht zugeschnitten sind, im europäischen Recht, aber auch im nationalen Recht.

Jürgensen: Ist "Kunstrecht" als juristischer Fachbegriff beschränkt z.B. auf den Kunsthandel, oder gehören auch Bereiche wie das Theater-, Film- oder Musikrecht dazu?

Jayme: Das klassische Urheberrecht, und dazu würde ich dann auch das Musiktheaterrecht zählen, ist eine eigene Disziplin. Wenn wir an das Kunstrecht denken, dann gehört das Urheberrecht letztlich auch dazu, aber wir meinen hauptsächlich das Recht der bildenden Künste. Und dabei geht es um den Kunsthandel, also Kaufverträge, Eigentumsfragen, es geht aber auch um den Kulturgüterschutz, also eine öffentlich-rechtliche Disziplin. Diese hat zwei Verzweigungen. Das eine ist der Denkmalschutz, und das andere ist der Schutz nationalen Kulturguts vor Abwanderung ins Ausland.

DER MARKT FÜR KUNSTJURISTEN

Jürgensen: Folgt die Rechtswissenschaft mit dem neuen Gebiet "Kunstrecht" einem wirtschaftlichen Markt, der Bedarf an Kunstjuristen hat?

Jayme: Es ist richtig, daß überall Kunstrechtler gefragt sind, Spezialisten aus dem zivilrechtlichen und öffentlich-rechtlichen Bereich, die aber auch kunsthistorische Kenntnisse haben.

Die großen Auktionshäuser beispielsweise brauchen Juristen, auch die Kunsthandelsverbände. Neuerdings gibt es einen Boom in dem Bereich der Rückführung von Kunstwerken an die Erben von jüdischen Kunstsammlern. Das setzt allerdings voraus, daß der Jurist auch kunsthistorische Kenntnisse hat. Zudem ist die Gutachterhaftung heute das zentrale, ungelöste Problem im Bereich des internationalen Kunsthandels.



... Interview mit Prof. Jayme

Auch Kunstversicherungen benötigen Juristen, aber dort sind vornehmlich speziell ausgebildete Kunsthistoriker gefragt, welche die zu versichernden Kunstwerke bewerten.

Jürgensen: Welche Qualifikationen muß ein Jurist in diesem Bereich aufweisen?

Jayme: Selbstverständlich sind gute Grundkenntnisse der jeweiligen Rechtsordnung wichtig. Besonders wichtig ist der internationale Rechtsverkehr. Der Kunsthandel und vor allem der Leihverkehr, der ein ganz neues Rechtsgebiet darstellt, kennen keine Grenzen. Von daher sind Internationales Privatrecht, Internationales Zivilverfahrensrecht, Rechtsvergleichung und Völkerrecht gefragt.

Jürgensen: Wie wichtig sind kunsthistorische Kenntnisse?

Jayme: Sie sind sehr wichtig. Wichtig ist auch eine Marktbeobachtung. Der Markt reagiert verschieden auf Zeitströmungen. Man muß eine gewisse Kenntnis von kunsthistorischen Epochen haben und vielleicht auch ein gewisse Liebe zur Kunst, denn diese Kenntnisse sind nicht einfach zu erwerben.

Es gibt spezielle Stagen bei großen Auktionshäusern, die auch junge Juristen ausbilden im Bereich der kunsthistorischen Epochen. Ansonsten empfiehlt es sich, Museen zu besuchen und Ausstellungen, um sich diese Kenntnisse zu verschaffen. Es ist gut, wenn man außerdem ein Spezialgebiet hat, also etwa Malerei von Picasso, das 19. Jahrhundert oder Barockschränke, so daß man auch überprüfen kann, was andere in diesem Bereich sagen.

STUDIUM UND REFERENDARIAT

Jürgensen: Wenn ein Studierender mit dem Kunstrecht liebäugelt: wie sollte er das Studium angehen?

Jayme: Er sollte sich neben den bekannten Grundfächern auch Kenntnisse verschaffen in den privatrechtlichen Auslandsfächern: *Internationales Zivilverfahrensrecht*, dann ist natürlich das europäische *Privatrecht* gefragt, die Fragen der Richtlinien, die sich mit dem *Kulturgüterschutz* befassen. Hinzu kommt der europäische Verbraucherschutz. Es ist quasi eine Marktnische entstanden, was das Verhältnis von *Verbraucherschutzrecht* und Kunsthandel angeht. Dann sollte er oder sie, und das ist ganz wichtig, Sprachen lernen. Englisch sollte jeder so gut es geht beherrschen. Es empfiehlt sich zudem Französisch. Eine dritte Sprache, Spanisch oder Italienisch, kann nicht schaden.

Jürgensen: Wie kann man sich über die Pflicht-Praktika hinaus mit der Praxis und dem Markt vertraut machen?



... Interview mit Prof. Jayme

Jayme: Man kann etwa Auktionen besuchen, um sich mit dem Auktionsablauf zu befassen. Es sind zwei Phasen: die Einlieferungsphase und die Versteigerung. Die Versteigerung ist öffentlich, aber vielleicht kann man sich bemühen, in einem Auktionshaus als Volontair zu arbeiten, um bei der Einlieferung dabei zu sein. Denn das ist eine besonders interessante Phase: die Hauptproblematik des Kunsthandels ist immer die Provenienz. Die Provenienz entscheidet über den Preis, eine gute Provenienz ist das Gütesiegel der Kunstwerke.

Hinzu kommen Spezialseminare. Ich selbst veranstalte jedes zweite Semester ein Seminar im Kunstrecht. Es gibt ein Zentrum für Kunstrecht in Genf, es gibt ein weiteres in Wien, eines in Lyon. Diese veranstalten Seminare, Vorträge, sie haben Spezialbibliotheken, die besucht und angeschrieben werden können.

Jürgensen: Gibt es Fachbücher zum Kunstrecht?

Jayme: Ja. Man muß dazu sagen, daß es in Amerika ein eigenes Fach „Kunstrecht“ gibt. Es gibt "Art Law in a Nutshell" von Leonard DuBoff, ein kleines Büchlein, das wenig kostet und in dem die sehr heterogenen Grundfragen des Kunstrechts zusammengefaßt sind. In Europa fehlt es an Lehrbüchern, die aber wahrscheinlich bald erscheinen werden. Es gibt aber sehr gute Bücher zu Spezialfragen, die sehr teuer sind, für wenige Spezialisten geschrieben.

Zum Beispiel Norman Palmer, "Art Loans", kostet 350,- Mark, ist aber ein hervorragendes Buch für alle Museen, die Kunstwerke verleihen. Die ganzen Fragen der Transportversicherung, des Leihvertrags, der Entschädigung bei Beschädigung usw sind dort abgehandelt. Man darf nicht vergessen, daß die jüngste Entwicklung dahin geht, ein freies Geleit für Kunstwerke zu garantieren. Der deutsche Gesetzgeber hat das 1998 getan, Frankreich schon 1994. Das Problem sind natürlich immer wieder Restitutionsansprüche, es gibt ein Spannungsverhältnis zwischen Restitutionsansprüchen einzelner und dem öffentlichen Interesse an dem Schutz des Leihverkehrs.

Dann gibt es hervorragende Zeitschriften. In Amerika gibt es eine Zeitschrift *Art and Entertainment Law*, da gehört also auch der ganze Bereich Musikrecht und Filmrecht dazu. Dann gibt Palmer eine Spezialzeitschrift heraus. Ich selbst wirke mit an dem *International Journal of Cultural Property*.

Jürgensen: Welche Möglichkeiten bietet das Referendariat in einer langfristigen Strategie?

Jayme: Wenn das Referendariat ansteht, stellt sich die Frage, ob man eine Stage bei einem international renomierten Auktionshaus machen kann, *Christie's* oder *Sotheby's*, aber auch bei einem der großen deutschen Auktionshäuser, *Villa Griesebach* oder *Lempertz* etwa.



... Interview mit Prof. Jayme

DAS AUSLANDSSTUDIUM

Jürgensen: Der Kunstrechtler bewegt sich zwangsläufig auf internationalem Parkett. Treffen die Vorzüge eines Auslandsaufenthalts deshalb gerade auch angehende Kunstjuristen?

Jayme: Man muß von dem Juristen verlangen, daß er einen Überblick über die typischen Lösungen hat, welche die Rechtsordnungen für bestimmte Kunstrechtsfälle bietet.

Das heißt zum Beispiel: Der gutgläubige Erwerb gestohlener Kunstwerke ist in Italien möglich, bei uns nicht. In der Schweiz gibt es das Lösungsrecht, der Eigentümer kann gegen Zahlung des Kaufpreises die Sache wieder zurückbekommen. Dann die Fragen, wie das grenzüberschreitend wirkt. Es gibt rechtsvergleichend interessante Grundfragen mit typischen Lösungen, die der Kunstjurist kennen sollte. Dann gibt es die Fragen des Exportverbots und der Genehmigung von Exporten, der Restitution von illegal ausgeführten Kunstwerken, wobei ein schwieriges Problem immer ist, wie die öffentlich-rechtlichen Vorschriften das Privatrecht beeinflussen. Ob sie zur Nichtigkeit von Kaufverträgen führen usw., das hängt wieder vom anwendbaren Recht ab. Man braucht also einen Grundstock von rechtsvergleichenden Kenntnissen.

Jürgensen: Die wichtigsten Handelsplätze für den Kunstmarkt sind London und New York. Läßt sich daraus ableiten, daß fundierte Kenntnisse des angelsächsischen Rechts zwingend sind?

Jayme: Es empfiehlt sich, das man im *Common Law-Bereich* studiert hat. Man sollte wissen, wie dort argumentiert wird, man sollte die *Common Law-Technik* kennen.

Auf der anderen Seite gibt es übergreifende Strukturen des Kunstrechts: Die neueste Frage betrifft etwa den internationalen Leihverkehr von Kunstwerken. Es stehen sich zwei Modelle gegenüber, ein Modell der Privatversicherung und ein Staatshaftungsmodell. Dieses kommt aus Amerika, diese Dinge werden überhaupt von Amerika vorgelebt und modellhaft dort durchdacht.

Man muß vielleicht dazu sagen, daß zur Zeit ja sehr das sog. *Folgerecht* diskutiert wird. Die kontinental-europäischen Rechtsordnungen schützen den Künstler in der Weise, daß er an den Weiterverkäufen wirtschaftlich partizipiert. Das gibt es im englischen Recht nicht, auch nicht in New York, und dadurch gibt es ein Spannungsverhältnis bei modernen, großen Künstlern. Deren Werke werden gerne nach London und New York gebracht, weil man sie dort eben billiger erwerben kann als bei uns. Man braucht eine gewisse Grundkenntnis des jeweils typischen Kunstrechts, der Rechtstechnik und der Argumentationsweise des *Common Law*.



ONLINE

kunstrecht.de

... Interview mit Prof. Jayme

Empfehlen Sie nach Ihrer eigenen Erfahrung in der Betreuung von Studenten und Post-Graduierten einen Aufenthalt noch während des Studiums oder erst danach, etwa in Verbindung mit einem LL.M-Programm?

Jayme: Meine Empfehlung geht dahin, daß man die eigene Rechtsordnung kennen soll, ehe man sich mit ausländischem Recht beschäftigt. Nach dem Ersten Staatsexamen geht man dann in die USA, erwirbt den LL.M, kann vielleicht schon Vorbereitungen für eine Doktorarbeit treffen. Eine Doktorarbeit im Kunstrecht ist natürlich ein besonders guter Ausweis für einen späteren Arbeitgeber.

Jürgensen: Gibt es Einrichtungen in Europa oder im angelsächsischen Rechtskreis, die einen speziell kunstrechtlichen Abschluß anbieten?

Jayme: Universitäten, die einen speziellen Abschluß im Kunstrecht anbieten, sind mir nicht bekannt. Ich könnte mir aber vorstellen, daß man an der Stanford University in Californien besonders gut das Kunstrecht studieren kann. Dort lehrt Professor Merryman, er ist einer der bedeutendsten Kunstrechtler weltweit. Ein sehr bedeutender Kunstrechtler ist auch Professor Siehr in Zürich, dort gibt es auch spezielle Lehrveranstaltungen. ¶

Abdruck mit freundlicher Genehmigung von RA Andri Jürgensen, Kiel

**HERAUSGEBER**

Hermann Josef Fischer
Steven A. Reich

VERLAG

Beck Juristischer Verl.

ERSCHIENEN

Januar 2007 (2. Aufl.)

ISBN

978-3-406-53249

Der Künstler und sein Recht. Ein Handbuch für die Praxis

Rezension von Dirk Schütz, ds@kulturmanagement.net

"Der Künstler und sein Recht" liefert einen umfassenden Überblick über alle für Künstler relevanten Gebiete des Kulturrechts in Deutschland. Belange des internationalen oder europäischen Rechts fließen hierbei nur zum Teil ein, wobei die Herausgeber und Autoren darauf hinweisen, dass "das Recht der Europäischen Gemeinschaft inzwischen so konkret in die hier behandelten Rechtsgebiete hineinwirkt, dass eine Darstellung zu den jeweiligen Themen sinnvoller erscheint".

Ausgehend von den eher abstrakten und verfassungsrechtlichen Begriffsebenen der Freiheit der Kunst und des Kunstbegriffes und deren Verankerung im Grundgesetz stellen die Autorinnen und Autoren umfassend alle für Künstler heute relevanten Rechtsgebiete im deutschen Kulturrecht dar. Sie bieten somit einen ausgezeichneten Überblick und tieferen Einblick in sämtliche rechtlichen Belange für Künstler aller Sparten - aber auch für Vermittler, Geschäftspartner, Interessenvertreter oder Manager von Künstlern. Neben Urheber- und Verwertungsrechten werden tief gehend die Rechtsfragen der Erwerbstätigkeit und des Vertragsrechts sowie steuer- und sozialversicherungsrechtliche Aspekte behandelt. Hilfreich verknüpfen die Autorinnen und Autoren dabei Praxisbeispiele, die den Bezug zu alltäglichen rechtlichen Problemen herstellen und ermöglichen so ein besseres Verständnis für die Rechtsgegenstände.

Die Klarheit der Beispiele, auch in der Sprache und Beschreibung der Sachverhalte, findet jedoch zu wenig Fortführung in der Beschreibung der einzelnen Rechtsgebiete und -aspekte. Hier ist es für den Laien zum Teil recht schwer, sich - durch die immer präsente "juristische Sprache" und deren Fachtermini - zurecht zu finden bzw. die behandelten Gegenstände und Sachverhalte vollständig zu verstehen. Um einen Rechtsbeistand kommt man also auch durch dieses Buch nicht herum. Interessant und hilfreich für den Leser wäre es sicher, die Intentionen, die der Gesetzgeber bei der Ausformulierung der einzelnen Gesetze hatte, vermittelt zu bekommen. Erklärungen hierzu wären hilfreich und würden dem Leser einen besseren Bezug zu relevanten eigenen Praxisproblemen schaffen. Etwas umständlich zu handhaben ist das Sachverzeichnis. Durch fehlende Seitenangaben zu den jeweiligen Begriffen muss man länger suchen als nötig und wiederum das Inhaltsverzeichnis zu Rate ziehen. Dies könnte alles bei der nächsten Auflage des Buches berücksichtigt werden. Um dem Anspruch eines Handbuches gerecht zu werden, würden sich zweifellos viele Leser über einen Serviceteil mit Ansprechpartnern, Interessenvertretern und Organisationen freuen, bei denen man als Künstler kompetent weiterführende Hilfe bekommt, über Musterverträge und Beschreibungen zu den wichtigsten Fällen und Fehlern oder über Hinweise zu Online-Ressourcen, die einen ständig aktualisierten Überblick über die Rechtsprechung bieten.



... Der Künstler und sein Recht

Den Rechtsbeistand eines im Kulturrecht versierten Anwalts ersetzt dieses Buch sicher nicht. Der Kauf lohnt sich dennoch, denn eine bessere und kompaktere Übersicht über das aktuelle Kulturrecht bekommt man sonst kaum. Es ist nicht nur ein wichtiges Nachschlagewerk, sondern hilft vor allem auch rechtliche Probleme und Unsicherheiten im Vorfeld zu vermeiden. ¶

DETAILS UND BESTELLEN

www.kulturmanagement.net/Books-id-767.html

- Anzeige -

KULTURMANAGEMENT STELLENMARKT


- umfangreichste Auswahl an Stellenanzeigen in allen Sparten
- stets autorisierte, bestätigte Stellenanzeigen
- laufende Aktualisierung (mindestens 2x wöchentlich)
- Zeitvorteil bei der Stellensuche gegenüber anderen Medien
- Zeitersparnis durch komfortable und umfassende Suchfunktion
- kostenlose Aufgabe von Stellen- und Praktikumsanzeigen für Anbieter
- Stellenangebote aus Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Trennung von Stellen und Praktika (Praktikumsbörse kostenfrei!)
- hilfreiche Tipps rund um das Thema Beruf, Bewerbung, Qualifikation

Jetzt abonnieren: stellenmarkt.kulturmanagement.net



Buchempfehlungen

Eine Zusammenstellung wichtiger Fachliteratur zu rechtlichen Aspekten

- Dietmar Pauger: *Art goes Law*, Böhlau, Wien 2005
www.kulturmanagement.net/Books-id-674.html
- Christian W. Huber: *Das GEMA-Handbuch für Musiker*, Bosworth Verlag 2003
www.kulturmanagement.net/Books-id-623.html
- Fischer / Reich: *Der Künstler und sein Recht*, Beck, 2007
www.kulturmanagement.net/Books-id-767.html
- Christina Klein: *Der Künstlermanagementvertrag*, interna-Verlag, Bonn 2004
www.kulturmanagement.net/Books-id-634.html
- Unverzagt / Röckrath: *Handbuch Kultur & Recht*, Raabe, Stuttgart 2001
www.kulturmanagement.net/Books-id-86.html
- Funke / Müller: *Handbuch zum Eventrecht*, Otto Schmidt Verlag, Köln 2003
www.kulturmanagement.net/Books-id-314.html
- Oliver Scheytt: *Kommunales Kulturrecht*, C.H.Beck, München 2005
www.kulturmanagement.net/Books-id-647.html
- Karl Korinek u. a.: *Kulturrecht im Überblick*, Facultas, Wien 2004
www.kulturmanagement.net/Books-id-575.html
- Ulrike Pluschke: *Kunstsporing. Vertragsrechtliche Aspekte*, ESV, Berlin 2005
www.kulturmanagement.net/Books-id-635.html
- Gernot Schulze: *Meine Rechte als Urheber*, 5. Aufl., dtv, München 2004
www.kulturmanagement.net/Books-id-285.html
- Hanns Kurz: *Praxishandbuch Theaterrecht*, C.H.Beck, München 1999
www.kulturmanagement.net/Books-id-173.html
- Starke / Buschhoff / Scherer: *Praxisleitfaden Versammlungsstättenverordnung*, BoD/xEMP Norderstedt 2004
www.kulturmanagement.net/Books-id-572.html
- Weiland / Poser: *Sponsoringvertrag*, 3. Aufl., C.H.Beck, München 2005
www.kulturmanagement.net/Books-id-284.html 



ONLINE

freundeskreise-kultur.net

Recht und Steuern bei Fördervereinen

Experten beklagen Mängel bei der Reform des Gemeinnützigkeitsrecht

Ein Rückblick von Dirk Heinze, Chefredakteur

In einem Workshop im Rahmen eines Symposiums zu Freundes- und Förderkreisen am 19.1.2007 in Berlin ging es um deren aktuelle rechtliche und steuerliche Situation. **Dr. Ambros Schindler**, Leiter des *Deutschen Stiftungszentrums im Stifterverband*, machte zunächst die Größenordnungen von Spenden deutlich. In Deutschland verzeichnen wir etwa 2,7 Mrd. Euro Spenden. 1 Mrd. Euro davon werden zwar gespendet, aber vom Spender nicht steuerlich geltend gemacht. **Prof. Dr. Karl-Heinz Paqué**, Vorsitzender der FDP-Fraktion im Landtag von Sachsen-Anhalt, ging auf den Referentenentwurf im Finanzministerium zum steuerlichen Umgang mit Spenden ein. Dieser Entwurf wird Mitte Februar im Bundeskabinett behandelt und danach ins Parlament eingebracht. Er bringe in der Grundrichtung zwar einige Verbesserungen für die Zivilgesellschaft. Er habe jedoch Zweifel, ob dies ein ausreichend großer Schritt sei. Noch immer sei der Dritte Sektor nicht gleichberechtigt mit dem Staat und Markt. Die gesetzten Grenzen für die steuerliche Absetzbarkeit sind nach Paqués Meinung „zu hoch“. „Die meisten Spender erreichen diese Grenzen bei weitem nicht. Dabei liegt der Vorteil klar auf der Hand: die bei größerer Absetzbarkeit entgehenden Einnahmen des Staates könnten durch die Beträge, die durch die Spenden der Zivilgesellschaft wieder eingespielt werden, kompensiert werden.“ Den Freundeskreisen riet Paqué, „auf die saubere Trennung zwischen Verwaltungs- und Zweckerfüllungskosten zu achten, da die Finanzverwaltung hier stark darauf achtet und im Zweifel meist Ausgaben als Verwaltungskosten einstuft“. Auch der Moderator des Workshops, **Rupert Graf Strachwitz**, Direktor des *Maecenata Instituts*, bemängelte den Referentenentwurf, der kleine Initiativen benachteilige. Mitgliedsbeiträge werden jetzt unabhängig von Regelungen wie dem freien Eintritt für Fördermitglieder absetzbar. Schwierig sei finanzpolitisch für Kultureinrichtung die Abgrenzung, ob ihre Nutzung durch die Bevölkerung der Freizeitgestaltung dient oder ob der Zweck der Gemeinnützigkeit erfüllt ist. Die Abwertung der Freizeitgestaltung sei völliger Unsinn, so Strachwitz. **Sascha Voigt de Oliveira**, Rechtsanwalt und Steuerberater, wies darauf hin, dass die Debatte auch unter Steuerberatern viel Verwirrung gebracht hat und so häufig bei gleichen Tatbeständen unterschiedlich beraten wird. Wichtig sei, dass mindestens 50% der Angebote einer Kultureinrichtung offen sein müssen für alle Bürger und nicht nur für eine bestimmte Gruppe, die Mitglieder sind, um die erforderliche Gemeinnützigkeit zu erfüllen. Auch Voigt de Oliveira beklagte handwerkliche Mängel im vorliegenden Referentenentwurf. ¶



Vorschau

Diagonale 2007: Filmverwertung

**Diagonale – Festival des österreichischen Films
19. – 25. März 2007 in Graz**

Beitrag von Caroline Krupp, MAS, Wien
ck@kulturmanagement.net

Der diesjährige Schwerpunkt zum Filmhandwerk wird sich mit Filmverwertung beschäftigen. Über die Ausgangsfrage „Wie kommt ein österreichischer Film zu seinem Publikum?“ soll die Vielfalt an möglichen Verwertungsformen aufgezeigt und diskutiert werden.

Die klassischen Formen Kino, Verkauf und Verleih von Bildträgern stehen den neuen digitalen Auswertungsstufen von Filmen gegenüber. Das sind beispielsweise Download-Plattformen, mobile TV und video on demand. Diese neuen Möglichkeiten der Filmrezeption bedeuten eine völlig neue Situation für FilmemacherInnen und ProduzentInnen, da Filme im Zuge dessen auch andere Formen entwickeln (müssen). Die Konsequenz heißt letztlich mobile content.

Zu diesem Thema, das kontroversiell geführte Diskussionen erwarten lässt, sind Fachleute, wie RechtsexpertInnen, ProduzentInnen, FilmemacherInnen, MobilfunkbetreiberInnen, Förderstellen und Provider eingeladen. Über die theoretische Auseinandersetzung mit Mobile Content, der neuen Rechtssituation, Piraterie und anderen Auswirkungen des Zusammenspiels von klassischen und neuen Verwertungsformen hinaus werden konkrete Beispiele an alternativen Sichtungssituationen vorgestellt.

Die Diskussionen zum Themenschwerpunkt Filmverwertung werden jeweils um 14h im Space 04 im Festivalzentrum Kunsthaus Graz stattfinden und von Peter Menasse moderiert. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.diagonale.at

Vorschau

Raubkunst & Restitution

**Eine Debatte ohne Ende?
Konferenz vom 22. bis 24. April in Potsdam**

Im Rahmen der vom Moses Mendelssohn Zentrum veranstalteten internationalen Konferenz werden Vertreter verschiedener Institutionen und Disziplinen über ihre Erfahrungen im Umgang mit NS-verfolgungsbedingt entzogenen Kulturgütern referieren und diskutieren. Dabei wird die Konferenz die aktuelle Diskussion um Restitutionsforderungen im Rahmen der so genannten "Washingtoner Erklärung" von 1998 aufgreifen und, unter Berücksichtigung des historischen Kontextes, verschiedene Lösungsmöglichkeiten anregen.

Neben gesellschaftlich-moralischen, historischen und politischen Fragen werden auch rechtliche Aspekte erörtert. So wird Dr. Hannes Hartung, Rechtsanwalt aus München, eine rechtsvergleichende Bestandsaufnahme über die Restitution von Raubkunst in den europäischen Mitgliedsstaaten vornehmen. Aspekte der Rückerstattung und Forderungen für die heutige Praxis wird Georg Heuberger (Frankfurt/M.) behandeln. Rechtsanwalt Dr. Jost von Trott zu Solz (Berlin) geht der Frage nach, ob und wie man die Grundlagen der heutigen Restitutionsentscheidungen verbessern kann.

WEITERE INFORMATIONEN

www.mmz-potsdam.de



Seitensprünge

Linksammlung zum Thema Recht

Deutschland

- Bundesministerium der Justiz
www.gesetze-im-internet.de
- Institut für Urheber- und Medienrecht
www.urheberrecht.org
- Urheberrecht in der digitalen Welt
www.irights.info
- Portal zu rechtlichen Fragen der Kunst-, Kultur- und Medienbranche
www.kunstrecht.de
- Aktuelle Rechtsinformationen
www.art-lawyer.de
- KUR- Journal für Kunstrecht, Urheberrecht und Kulturpolitik
www.kur-journal.de
- Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA)
www.gema.de
- Verwertungsgesellschaft (VG) Wort
www.vgwort.de
- VG Musikedition
www.vg-musikedition.de
- Die Deutschen Phonoverbände
www.ifpi.de
- Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH (GVL)
www.gvl.de
- Gesellschaft zur Wahrnehmung von Film- und Fernsehrechten (GWFF)
www.gwff.de
- Verwertungsgesellschaft BILD-KUNST
www.bildkunst.de

- Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten" (VFF)
www.vffvg.de
- Mainzer Medieninstitut
www.mainzer-medieninstitut.de
- Max-Planck-Institut für Geistiges Eigentum, Wettbewerbs- und Steuerrecht
www.ip.mpg.de

Österreich

- Ludwig Boltzmann Institut für Europarecht
www.lbi-europarecht.at
- Kompetenzzentrum für Kunst- und Kulturrecht
www.kfunigraz.ac.at/red1www
- Verlag "Medien und Recht", Wien
www.medien-recht.com

Schweiz

- Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum
www.ige.ch
- Institut für Kunst Recht (IFKUR), Genf
www.ifkur.de

International

- Institut für Europäisches Medienrecht
www.emr-sb.de
- International Association of Entertainment Lawyers
www.iael.org
- World Intellectual Property Organization
www.wipo.int

Weitere Ressourcen zum Thema Recht stellen wir am 15.2. in unserem englischsprachigen Arts Management Newsletter vor, der ebenfalls dieses Thema zum Schwerpunkt haben wird.



Deutschland - ein Wintermärchen

Die Arbeitstagung Kulturmanagement: Bestandsaufnahme und Perspektiven am Nordkolleg Rendsburg vom 7. bis 9. Dezember 2006

Ein Kommentar von Dirk Schütz

Nachdem eine ganze Nation im taumelnden Jubel und mit unglaublicher Euphorie ein Sommermärchen wahr werden ließ, wird das neue Bild der Deutschen nach dem Weltmeistertitel im Handball in einem Wintermärchen weiter getragen. Schaut man auf die aktuellen Diskussionen und Entwicklungen in der Kulturmanagement-Ausbildung, kommt einem ein anderes Wintermärchen, eher das Heinesche, in den Sinn.

Erstes Gipfeltreffen der Ausbilder im Kulturmanagement nach 30 Jahren

Es ist schon unglaublich, fast peinlich, sicher aber historisch zu nennen: 30 Jahre nach Gründung des ersten deutschsprachigen Studiengangs (IKM Wien) fand vom 7.-9. Dezember 2006 im beschaulichen Rendsburg das erste Gipfeltreffen deutschsprachiger Kulturmanagement-Ausbilder statt. Unter dem Titel *Arbeitstagung Kulturmanagement: Bestandsaufnahme und Perspektiven* versammelten sich - auf Einladung des Nordkollegs Rendsburg und des Studiengangs Kulturmanagement der Hochschule für Musik Franz Liszt Weimar - ca. 25 Vertreter unterschiedlichster Studienangebote zum Austausch und Fachgespräch. Bemerkenswert war, dass Vertreter der wichtigsten Studiengänge aus der Schweiz und Österreich extra angereist waren, Vertreter renommierter Studiengänge wie z.B. aus Hamburg, Berlin oder Ludwigsburg aber nicht auf der Tagung erschienen. An zwei Tagen wurde lebhaft und kontrovers über das Fach, das Lehrgebiet, die Disziplin und das Praxisfeld Kulturmanagement diskutiert. Aber was ist es denn nun? Und da sind wir gleich mitten im Problemerkern der Kulturmanagement-Ausbildung im deutschsprachigen Raum.

Überangebot von Studiengängen

Unverkennbar steckt man in einem Dilemma. Es gibt ein Überangebot an Studiengängen, Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten und die Zahl wird im Zuge des Bologna-Prozesses und der einhergehenden Umstellung auf Bachelor- und Masterstudienangebote weiter steigen. Die Zahl der Absolventen ist weitaus größer als die der angebotenen Stellen. Es gibt nach außen kein einheitliches Bild eines Kulturmanagements. Es handelt sich eher um einen Oberbegriff, der von Ausbildungsstätte zu Ausbildungsstätte anders interpretiert und inhaltlich gefüllt wird. Der Ruf nach Standards und Qualitätskriterien, auch im Sinne einer Zertifizierung und damit einhergehender Möglichkeit der Bewertung auf dem Ausbildungs- und Arbeitsmarkt wird lauter. Ein klares Berufsbild gibt es nicht und kann es wahrscheinlich auch nicht geben. Im Kreise der Kollegen wird man als Orchideenfach mit Argwohn behandelt und als wissenschaftliches Fach oder Disziplin nicht anerkannt. Aber hatte



Handlungsfelder des Kulturmanagements müssen stärker erforscht werden

... Deutschland - ein Wintermärchen

die BWL im universitären Disziplinenkanon nicht ähnliche Anlaufschwierigkeiten? Offensichtlich wird, dass eine ausschließlich an der Praxis orientierte Ausbildung nicht der goldene Weg ist. Die Handlungsfelder, die Gegenstände des Kulturmanagements, die Schnittstellen und Überlappungen zu anderen Disziplinen müssen stärker als bisher erforscht und in einen wissenschaftlichen Diskurs integriert werden. Dieser Missstand spiegelt sich auch in der verfügbaren Literatur wider, die fast ausschließlich deskriptiv ist, was von den Teilnehmern der Tagung hervorgehoben wurde. In der Diskussion um die Entwicklung einer wissenschaftlichen Disziplin Kulturmanagement besteht aber auch die Gefahr, dass diese zu einer Elfenbeinturmdisziplin mutiert, in der persönliche Anerkennung in Wissenschaftskreisen und umfangreiche Veröffentlichungslisten wichtiger sind als der Transfer der Ergebnisse in die Handlungsfelder des Kulturmanagements oder die Wahrnehmung der eigenen Verantwortung bei der Ausbildung und Förderung von Studierenden und künftigen Kulturmanager-Generationen.

Das Treffen in Rendsburg gibt jedoch Hoffnung. Die einzelnen Beiträge waren sämtlich von hoher Qualität und zeugten davon, dass die Probleme und Herausforderungen für eine Weiterentwicklung des Faches erkannt sind und angenommen werden.

Harmonisierung europäischer Studienangebote

Im Vortrag von Prof. Hermann Voesgen (FH Potsdam) über die Erfahrungen der Studiengänge mit dem *Bologna-Prozess* wurde klar, dass viele der Forderungen nach einer Harmonisierung europäischer Studienangebote noch gar nicht oder nur ungenügend erfüllt und umgesetzt wurden. So gibt es nach wie vor große Probleme bei der Herstellung einer Vergleichbarkeit der europäischen Studienangebote, die von unterschiedlicher Dauer sind und mit unterschiedlichen Lehrinhalten durchgeführt werden. Eine Kommunikation der Differenzen bzw. Gemeinsamkeiten findet nur ungenügend statt und müsste verbessert werden. Noch immer sind die verschiedenen Lehrangebote für Studierende und Lehrende intransparent und nur schwer durchschaubar. Das beginnt schon mit den Informationen, die man im Internet erhalten kann. Zudem gibt es Sprachprobleme in mehrfacher Hinsicht. Es werden in den verschiedenen Ländern nicht nur unterschiedliche Fachtermini mit ganz unterschiedlicher Bedeutung benutzt, auch die oftmals bei internationalen Studienangeboten vorherrschende englische Sprache, mit ihren ganz eigenen Ausformungen und Interpretationen von Nichtmuttersprachlern, führt zu Missverständnissen, Problemen und zu einem Absinken des Niveaus im wissenschaftlichen Diskurs. Hier versucht z.B. der Europäische Verband der Kulturmanagement-Ausbilder ENCATC dem Standardisierungsbedarf nachzukommen und in einem Projekt verschiedene Termini in den jeweiligen Landessprachen gegenüberzustellen und zuzuordnen. Zudem gibt es Überlegungen, ob Englisch wirklich in allen Austauschprozessen die richtige Kommunikationssprache ist. Ein weiterer Knackpunkt im Bologna-Prozess und wichtiger Aspekt bei der strategischen Ausrichtung der jeweiligen Ausbil-



... Deutschland - ein Wintermärchen

dungsangebote ist die Forderung nach Mobilität und Beschäftigungsfähigkeit.

Mobilität von Studierenden oder von Lehrkräften?

Hier stehen die Studiengänge vor dem Problem, welche und wie viel Mobilität eigentlich gewollt ist, sowohl bei den Studierenden als auch bei den Lehrkräften. Diese Frage werden sich in Zukunft wohl alle Ausbildungseinrichtungen stellen müssen, auch wenn es darum geht, für welchen Arbeitsmarkt man ausbildet. Zudem ist bei den meisten Studienangeboten zu erkennen, dass man den Änderungen auf dem Arbeitsmarkt nur schwer gerecht wird - ja diesen meistens nicht folgen kann. Hier wären z.B. die Entwicklungen in den *creative industries* und die immer größere Zahl von Unternehmensgründungen oder selbständigen Arbeitsverhältnissen zu nennen, auf die die meisten Studiengänge nicht vorbereiten. Dies ist sicher der oftmals schlechten personellen und finanziellen Ausstattung geschuldet. Generell ergeben sich hier aber wichtige strategische Fragen für die Positionierung aller Studiengänge: Wollen wir überhaupt für einen europäischen Arbeitsmarkt ausbilden und damit die Richtlinien des Bologna Prozesses umsetzen? Worauf spezialisieren wir uns in unserem Ausbildungsportfolio? Welche USP hat unser Studienangebot auf dem sich immer stärker diversifizierenden Ausbildungsmarkt? Wie stellen wir sicher, dass wir unserer Verantwortung gerecht werden und beschäftigungsfähige Absolventinnen und Absolventen oder Unternehmerpersönlichkeiten entlassen?

Die Situation in der Schweiz

Wichtige Anstöße zur Diskussion brachten die Beiträge aus dem deutschsprachigen Ausland. So berichtete Rolf Keller (Universität Basel) von den Schwierigkeiten der Anerkennung der Kulturmanager-Ausbildung in der Schweiz. Hier ist der Arbeitsmarkt im Vergleich zu Deutschland zwar noch nicht vollständig gesättigt und die Chancen der Absolventen auf einen Arbeitsplatz ungleich größer, aber vielen ausgebildeten Kulturmanagerinnen und -managern schlägt Misstrauen und Skepsis bis Ablehnung entgegen. Neben Ängsten vor einer Kommerzialisierung der Kultur stehen auch die fehlende Anerkennung als wissenschaftliches Fach oder Disziplin sowie das Fehlen eines klaren Berufsbildes der Durchsetzung von Kulturmanagement im Weg. Hier wird klar, welche Kommunikationsaufgaben vor den Studienanbietern und den Absolventen liegen und dies nicht nur in der Schweiz. Die Notwendigkeit der gerade angestoßenen Diskussion um eine Standortbestimmung des Kulturmanagement, um das Berufsbild oder die Berufsbilder des Kulturmanagers, um die Einordnung des Faches, Fachgebietes oder der Disziplin Kulturmanagement im wissenschaftlichen Kontext wird hier wieder deutlich.

wissenschaftliche Reputation des Kulturmanagements

Gerade zum Thema der wissenschaftlichen Reputation des Kulturmanagements und seiner wissenschaftlichen Weiterentwicklung gaben die Vorträge von Prof. Dr. Steffen Höhne (*Hochschule für Musik Weimar*), Prof. Dr. Tasos Zembylas (*Universität für Musik und darstellende Kunst Wien*) und Dr. Martin Tröndle (als Vertreter des *Nordkolleg Rendsburg*) wichtige Impulse. So zeigte Prof. Dr.



... Deutschland - ein Wintermärchen

Zembylas auf, welchen Herausforderungen sich die akademische Kulturmanagement-Ausbildung bei der Positionierung im Wissenschaftsbereich stellen muss. Neben dem Institutionen übergreifenden Kampf um Personal- und Forschungsressourcen wird in Zukunft die Bildung eines entsprechenden wissenschaftlichen Images wichtiger, um nicht als hybride Konstruktion zwischen den anerkannten Wissenschaftsdisziplinen unterzugehen. Hier muss das Verhältnis zum proklamierten Praxisbezug mitbedacht werden, da dieser einer wissenschaftlichen Reputation eher im Wege steht. Zudem muss eine eigene Kulturmanagement-Forschung neben der Auftragsforschung auch mit eigenen Forschungsanträgen aufgebaut werden, „die nicht nur andere Wissenschaftsbereiche heranzieht, sondern aus der Analyse und Reflexion kultureller Praxis neue Erkenntnisse entwickelt“, wie Dr. Birgit Mandel (Universität Hildesheim) in ihrem Vortrag forderte. Dr. Martin Tröndle forderte, dass das Kulturmanagement zur eigenen Weiterentwicklung eigene Entscheidungsinstrumente und Methoden entwickeln müsste, die dem künstlerisch/kulturellen Gegenständen angemessen sind. Zudem wäre es wichtig, vom Baukastenprinzip weg, hin zu einer tatsächlichen Interdisziplinarität und vor allem stärkeren Integration aller Disziplinen in die Lehre und Forschung zu kommen. Er plädierte weiter für eine stärkere Hinwendung des Faches zu künstlerischen Bereichen und warf eine sicher wichtige Diskussion um die Begriffe eines Kunst- und/oder Kulturmanagements und deren stärkere Ausformulierung auf.

Nähe zu künstlerischen Prozessen und zur Praxis

Dies unterstützten die Beiträge von Amelie Deuflhard, künstlerische Leiterin der *Sophiensäle* Berlin und designierte Intendantin der *Kulturfabrik Kampnagel* Hamburg und Prof. Dr. Karen van den Berg von der *Zeppelin University* Friedrichshafen. Amelie Deuflhard unterstrich als erfahrene Praktikerin, wie wichtig die Nähe zu den künstlerischen Prozessen und eine adäquate kultur- und geisteswissenschaftliche Ausbildung sind und gab der Diskussion um die Weiterentwicklung der Kulturmanagement-Ausbildung wichtige Denkanstöße. Prof. Dr. van den Berg sprach sich u.a. für ein „Kulturmanagement als Kunstmanagement im Sinne einer inszenatorischen Praxis und eines kunstbezogenen Handelns“ aus. Zudem stellte sie eine Übersicht über die sich veränderten Rollenverständnisse des Kulturmanagers vor, die Anregungen für eine wichtige Diskussion für die Zukunft lieferte. Dies ist für die Entwicklung des Selbstverständnisses eines Kunst- oder Kulturmanagements genauso wichtig wie für eine Diskussion und Reflexion der Verantwortung und Verantwortlichkeiten von Kunst- und Kulturmanagern.

7 Thesen zur Weiterentwicklung der Ausbildung

Über die neuen Herausforderungen der Ausbildung von Kulturmanagern referierte Dr. Birgit Mandel, die in sieben Thesen Hinweise für die Weiterentwicklung der zukünftigen Kulturmanagement-Ausbildung gab. So forderte sie, wie schon einige Vorredner, die Entwicklung einer eigenen Kulturmanagement-Forschung, die kulturelle Praxisfelder analysiert und reflektiert sowie die Entwicklung eigener Managementkonzepte. Nur so könne sich Kulturmanagement im Kanon der Wissenschaften behaupten. Weiter müsste



... Deutschland - ein Wintermärchen

der Mehrwert der Kulturmanagement-Ausbildung klarer herausgestellt werden, auch im Sinne eines Gütesiegels der akademischen Ausbildung Kulturmanagement. Dies wird seit längerer Zeit immer wieder in Diskussionen gefordert. Kulturmanagement kann in Zukunft „zentrale Einflüsse auf die Definition von Kunst und die Durchsetzung von Kunst und Kultur im Kampf um Aufmerksamkeit haben“ und sich vom „Kunstinstitutionen-Management zum Management kultureller Kontexte ausweiten“. Hier wird vor allem die Aufgabe einer stärkeren Katalysatorfunktion und der Verbindungsfunktion zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen und Sphären angesprochen. Durch die immer stärker erkennbare Wandlung vom verwaltungsorientierten zum unternehmerischen Handeln im Kulturmanagement werden neue zentrale Kompetenzen von künftigen Kulturmanagern verlangt, die auch in der Ausbildung dieser Berücksichtigung finden müssen. So reicht die Vermittlung von Management-Techniken schon lange nicht mehr aus, sondern gewinnen „Vermittlungs- und Vernetzungskompetenzen, kulturpolitisches und strategisches Denken, künstlerische und kulturelle Sensibilität“ an Bedeutung, müssen stärker personelle Kompetenzen vermittelt und herausgebildet werden.

Fazit

Zusammenfassend kann man feststellen, dass fundamentale Umwälzungen in der Kulturmanagement-Ausbildung und auf dem entsprechenden Arbeitsmarkt anstehen, für die die meisten Studiengänge und Ausbildungseinrichtungen noch nicht gewappnet scheinen. Die Zukunftsfähigkeit des Faches und die Entwicklungspotenziale des Kulturmanagement hängen davon ab, wie man sich diesen Herausforderungen stellt - und dass man diese annimmt. Der Aufbau entsprechender Strukturen in der wissenschaftlichen Erforschung des Kulturmanagements scheint da unabdingbar, genauso wie der ständige Austausch der Erfahrungen und Reflexionen in und aus den Anwendungs- und Praxisfeldern. Der Bedarf und die Notwendigkeit an Austausch unter den Ausbildungseinrichtungen ist sehr hoch und so kann es nur begrüßt werden, dass - auch nach sehr langer Wartezeit - der Dialog begonnen wurde und hoffentlich fortgesetzt wird. Keine Ausbildungseinrichtung wird jedoch darum herumkommen, seine eigene strategische Ausrichtung zu überdenken, zu überarbeiten oder erst einmal zu entwickeln. Einige Ausbilder sind schon recht weit und haben unverwechselbare Profile entwickelt, die auf dem Arbeitsmarkt als eigene Gütesiegel oder Markenzeichen anerkannt werden. Der Kulturbetrieb weitet sich aus und bietet so viele neue Arbeitsfelder für Kulturmanager. Gleichzeitig wird es einen immer schärferen Kampf um personelle und finanzielle Ressourcen geben, gerade durch die Vielzahl von Neugründungen an Studienangeboten. Aber eine Bereinigung des Ausbildungsmarktes wird es in naher Zukunft geben müssen und mehr oder weniger bekannte Ausbildungsanbieter vom Ausbildungsmarkt verschwinden. Die Qualität der Ausbildung und die wissenschaftliche Anerkennung des Faches können steigen, wenn die richtigen Weichen schnellstens gestellt werden. An vorhandenen Potenzialen sollte dies nicht scheitern. ¶

**AUTOR**

Artemis Vakianis

VERLAG

Studien-Verlag Wien

ERSCHIENEN

November 2005

ISBN

3706540533

Duales Controlling

Am Beispiel des Kulturbetriebes Theater

Rezension von Tobias Werner, Korrespondent, tw@kulturmanagement.net

Controlling im Kulturbetrieb: Für viele ist damit noch immer die Vorstellung einer weiteren Übertragung betriebswirtschaftlicher Mechanismen auf den Kulturbetrieb verbunden, die langfristig zu dessen Kommerzialisierung führt und dabei die künstlerische Arbeit mit ihren Werten und Zielen aus dem Blickpunkt verliert. Dass ein systematisches Controlling-System durch Implementierung betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns der Sicherung eines Unternehmens dienen kann, wird vielfach außer Acht gelassen. Doch gerade vor dem Hintergrund erhöhter Anforderungen von (kultur-)politischer Seite und eines erhöhten Legitimationsdruckes, dem die Kultureinrichtungen in der Öffentlichkeit ausgesetzt sind, stellt das Controlling bei sinnvoller Umsetzung im Kulturbetrieb Theater eine gute Basis für einen wesentlichen Schritt der Zukunftssicherung dar. Aus diesem Grund haben vor allem die Theater- und Opernhäuser in den vergangenen Jahren das Controlling als hilfreiche Ergänzung ihres Führungssystems entdeckt. Bei der Umsetzung in öffentlich geförderten Theaterbetrieben ist allerdings zu berücksichtigen, dass diese die typischen Charakteristika eines Non-Profit-Unternehmens aufweisen. Artemis Vakianis stellt in ihrem Buch ein Konzept vor, das das kaufmännische von einem künstlerischen Controlling trennt. Diese nahe liegende Zweiteilung wird von ihr als Duales Controlling bezeichnet.

Das kaufmännische Controlling widmet sich, nach Vakianis, nicht nur der Sicherung der finanziellen Überlebensfähigkeit eines Theaters, sondern auch der Maximierung des künstlerischen Handlungsspielraums. Das künstlerische Controlling dagegen dient der Sicherung der künstlerischen Zielverfolgung und Realitätsnähe implizierter Annahmen. Ausgangspunkt für ihre Überlegungen ist die Frage, inwieweit Instrumente und Methoden der betrieblichen Unternehmensführung auf den Kulturbetrieb Theater übertragen werden können. Von den rund 200 Seiten beschäftigt sich genau die Hälfte des Buches mit dem Theater als Betrieb, dessen Management und Besonderheiten. Dass die Autorin sich dem Theater zunächst vom Bühneneingang her nähert, ist sinnvoll. Doch werden die ablaufenden Prozesse hinter dem Vorhang (nun aus Zuschauersicht) bis zu einer erfolgreichen Premiere dem Leser nicht stringent erläutert. Es gibt bessere Darstellungen des Theaterbetriebes, obwohl es Vakianis nicht primär um eine Abhandlung der Prozesse ging. Doch dafür nimmt dieser Abschnitt einen zu großen Teil ein. Eine kompakte Darstellung, die die Balance zwischen Überblick und notwendiger Tiefe hält, ist an dieser Stelle nur bedingt gelungen. Zudem unterbrechen die zahlreichen, häufig unreflektierten bzw. nicht weiter ausgeführten Zitate den Lesefluss. Ein schlechtes Lektorat und ungenaue Literaturhinweise tun ihr Übriges.



TOBIAS WERNER

studierte Musikwissen-
schaft, Wirtschaftswissen-
schaften und Kultur-
management in Weimar,
Jena und Paris. Nach Tätig-
keiten als Presseassistent
beim Kunstfest Weimar war
er am Deutschen National-
theater Weimar als Assis-
tent des Geschäftsführers
mit Schwerpunkt
Controlling beschäftigt. Seit
Anfang 2006 arbeitet er als
Organisationsreferent in der
Kaufmännischen Geschäfts-
führung der Kulturveran-
staltungen des Bundes in
Berlin (KBB) GmbH.

...Duales Controlling

Erst nach 100 Seiten wird das Thema Controlling behandelt. Neben einer knappen Einführung in die Grundlagen des Controllings, der Notwendigkeit und den Anforderungen, stellt die Autorin Controlling-Konzeption und -System vor, bevor auf 24 Seiten mögliche Instrumente des kaufmännischen Controllings und abschließend auf drei (!) Seiten Instrumente des künstlerischen Controllings dargestellt werden. Die Gewichtung entspricht möglicherweise nicht den Erwartungen an das Buch. Zu gern hätte man als Leser mehr erfahren über die Umsetzung bestimmter Controlling-Instrumente, wie der Szenario-Technik oder Indikatorenrechnung. Trotz allem enthält das Buch einige wertvolle Fakten, für deren Umsetzung die Autorin allerdings wenig Hilfe bietet. Wer jedoch ein übertragbares Konzept des Dualen Controllings auf das Theater erwartet, wird enttäuscht. ¶

DETAILS UND BESTELLEN

www.kulturmanagement.net/Books-id-753.html

Symposium zum Thema Festspiele

Festspiele. Repräsentationslust - Standortfaktor - Welttheater

7. bis 9. Juni 2007

Residenzschloss Ludwigsburg

Veranstalter: Ludwigsburger Schlossfestspiele in Zusammenarbeit mit dem Institut für Kulturmanagement der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg

Referenten u.a.:

Prof. Dr. Dr. h.c. Udo Bermbach (Hamburg)

Jerôme de la Gorce (Paris)

Prof. Dr. Bernd Günter (Düsseldorf)

Dr. Uli Kostenbader (Stuttgart/Weimar)

Christian Schilz (Zürich)

Prof. Dr. Karl-Heinz Reuband (Düsseldorf)

Details: www.kulturmanagement.net/downloads/symposium-lb.pdf



Rückblick

Forum Tiberius am 13.12.2006

Beitrag von Dirk Heinze, Chefredakteur

Prof. Kajo Schommer, Sächsischer Wirtschaftsminister a.D., begrüßte die rund 40 Gäste zum 14. Forum Tiberius 2006 im Rektoratsamt der TU Dresden. Die Referate in dieser Veranstaltungsreihe beschäftigten sich alle mit der Frage, wie die Zukunft Deutschlands als Industrie- und Kulturland aussieht. Es ist wohl nur im Internationalen Forum für Kultur und Wirtschaft möglich, dass ein ehemaliger Wirtschaftsminister eine Initiative gegen die zunehmende Ökonomisierung fordert. Das Forum zählt 170 Mitglieder und wird in diesem Jahr von der Villa Tiberius in nicht minder attraktive Räumlichkeiten nahe der Frauenkirche umziehen.



Den einleitenden Vortrag hielt Dr. Knut Nevermann, Staatssekretär beim Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst. Die Breite und Dichte der Kultur in den Bürger- und ehemaligen Residenzstädten hierzulande suche weltweit ihresgleichen. Die öffentliche Förderung könne seiner Meinung nach viel besser in die Fläche hinein wirken, als das mit privaten Geldern möglich wäre. Wichtig war Nevermann die Beschäftigung mit praktischen Fragen, ob die Sponsoringeinnahmen versteuert werden müssen, oder wie stark die Wahrnehmung eines Sponsors sein darf, ohne die erhoffte Wirkung ins Gegenteil zu verkehren. Er sprach sich zwar für mehr Transparenz in der Wirtschaftlichkeit von Kulturbetrieben aus, dennoch bedürfe es seiner Meinung nach „eines gewissen Nebels“, einer Aura, die Kulturbetriebe umgeben müsse. Der Beifall war ihm gewiss - wohlgermerkt sowohl von den Kultur- wie den Wirtschaftsvertretern, die in diesem Forum ohne die üblichen Berührungängste zusammenkommen. Partner auf Augenhöhe sein, so die Devise.

Michael Roßnagl, Leiter des Siemens Arts Program und Geschäftsführer der Ernst von Siemens Musikstiftung, referierte über das Geben und Nehmen, und wie Kultur und Wirtschaft miteinander umgehen können. Bereits in den 50er Jahren wurde der Kulturkreis der Deutschen Wirtschaft aus der Überzeugung gegründet, dass auch die Wirtschaft etwas für den Wiederaufbau und Erhalt der Kultur tun müsse. Dies war anfangs rein mäzenatischer Natur, während später in den 80er und 90er Jahren das Kultursponsoring populär wurde. Nur wenn man die Gesetzmäßigkeiten des Sponsorings und der Kunst gleichermaßen versteht, könne das Geben erfolgreich sein.

Der Aspekt, wie Kultur und Wirtschaft miteinander umgehen können, wurde leider nur gestreift. Selten konnte Roßnagl Neuigkeiten vermitteln. Die Aufmerksamkeit bei den Zuhörern ließ daher etwas nach. Umso aufmerksamer lauschte man danach den hochklassigen musikalischen Beiträgen von Nachwuchstalenten. Camilla Jende (Oboe) und Gelsomino Rocco (Klavier) überzeugten durch engagierten, virtuosen Vortrag.

Auf Nachfrage von Kulturmanagement Networking Michael Roßnagl auch auf die aktuellen Negativschlagzeilen des Siemens-Konzerns ein. Mit einem großen kulturellen Engagement könne das Image des Unternehmens in Krisenzeiten seiner Meinung nicht so schnell leiden. Man komme freilich nicht einfach dadurch aus den Schlagzeilen, indem man Kulturförderung macht, dafür kann man aber nachhaltiges Vertrauen aufbauen. Jeder müsse in seinem Verantwortungsbereich arbeiten. Roßnagl zeigte sich ausgesprochen dankbar für das großzügige Engagement, das die Siemens-Führung der Musikstiftung respektive dem Kulturprogramm zuteil werden lässt. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.forum-international.org



Mehr Umsatz durch Sponsoring?

Der Kultursponsoring-Gipfel 2007 zur Art Cologne

Zum zweiten Mal eingebettet in die ART COLOGNE, findet vom 19. bis 20. April 2007 der Kultursponsoring-Gipfel auf dem Messegelände in Köln statt. Das zentrale Thema "Mehr Umsatz durch Sponsoring?!" steht als Titel über der diesjährigen Veranstaltung. Der zweitägige Kongress bietet Kulturschaffenden und Wirtschaftsvertretern Raum für konstruktiven Dialog.



Auch in diesem Jahr zeichnet sich der Gipfel durch seine Parität aus. Ist es doch ein gängiges Manko, dass Kulturinstitutionen oder Unternehmen jeweils getrennt innerhalb abgeschotteter Kreise den Diskurs zum Thema Kultursponsoring führen. Die Verknüpfung der Sichtweisen beider Seiten, der Dialog zwischen Wirtschaft und Kultur ist Anspruch und Ziel des Gipfels. Sponsoren und „Gesponserte“ treten gemeinsam in Erscheinung.

Unternehmen vermitteln mit ihrem kulturellen Engagement Werte. Zahlreiche Beispiele, wie sie den gezielten Einsatz dieser Werte für ihre Kundenbindung und kulturelle Veranstaltungen als Marketinginstrument nutzen können, werden am ersten Tag des Gipfels präsentiert.

Aber auch die Sponsoringpartner aus dem Kulturbereich kommen zu Wort. Beispiele der innovativen Sponsoren- und Partnersuche werden präsentiert. Einblicke in amerikanische Verhältnisse werden vermittelt und die nicht ganz nebensächlichen Fragen, was die Nutzer überhaupt von Kulturinstitutionen erwarten und welche Trends sich abzeichnen, werden beleuchtet.

Der Ablauf des zweiten Tages ist durch praktische Beispiele aller Kultursparten und Seminare geprägt: Unter anderem geht es um Künstlerselbstvermarktung und die Bewertung von Sponsoringpaketen.

Die Veranstalter, die ESB Europäische Sponsoring-Börse und die Agentur *kunstkommunikation*, setzen auf den konstruktiven Dialog zwischen allen Teilnehmern. Sie wollen mit dem diesjährigen Gipfel einen Meilenstein bei der Etablierung und Professionalisierung des Kultursponsorings im deutschsprachigen Raum setzen. ¶

WEITERE INFORMATIONEN:
www.kultursponsoringgipfel.de



Vorschau

Creative Industries Messe & Kongress

Überaus positiv laufen die Vorbereitungen zur neuen Messe *Creative Industries*, die vom 29. bis 31. März 2007 in Friedrichshafen stattfindet. Mehr als 90 Aussteller haben schon jetzt ihr Kommen zugesagt. Von Werbung und Marketing über Medien und Software bis hin zur Architektur sind alle Branchen der Kreativwirtschaft auf der neuen Fachmesse vertreten. Mit dem Projekt *Creative Industries* wollen die Messe Friedrichshafen und das Festspielhaus Bregenz eine kreative Plattform für den gesamten deutschsprachigen Raum schaffen:

„Wir bekommen außergewöhnlich viele positive Rückmeldungen“, freut sich Projektleiter Stephan Raithel. „Es scheint, dass wir zur richtigen Zeit die richtige Idee hatten.“ Die bisher existierenden Marketing- und Werbemessen decken das Thema jeweils nur zum Teil ab. Genau diese Lücke will die neue Messe in Friedrichshafen füllen. So können sich Marketing- und Werbebeauftragte aus Industrie und Wirtschaft unter anderem über neue Konzepte zur Kundenbindung, über die Möglichkeiten des Internet oder Lösungen aus dem Bereich Eventmarketing informieren. Zusätzlich versteht sich die Messe als Kommunikationsplattform, die den Austausch zwischen den Branchen der Kreativwirtschaft ermöglicht.

Ein dreitägiges Kongressprogramm rund um Kreativität im Unternehmen und neue Trends in Marketing und Werbung begleitet die Messe. „Top-Referenten wie beispielsweise Professor Dr. Peter Littmann, Wirtschaftsberater und ehemaliger Hugo Boss-Manager, Andreas Steinle, Trendforscher und Leiter der Zukunftsakademie, Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) sowie Werbe- und Marketing-Profi Wulf-Peter Kemper haben bereits fest zugesagt“, bestätigt Raithel. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.creative-industries.tv

Vorschau

MAI-Tagung 2007 am ZKM Karlsruhe

Auch in diesem Jahr wird sich die MAI-Tagung mit neuen und innovativen Entwicklungen im Bereich internetbasierter Museumspräsentationen und -dienste beschäftigen und aktuelle Informationen und Sachstandsberichte über museale Internetprojekte aus dem In- und Ausland vorstellen.

Museen verwahren nicht nur Objekte der Sachkultur, sondern sind auch für die Bewahrung des nichtmateriellen Kulturerbes verantwortlich. Dazu zählen neben Musik und Tanz auch und besonders Lieder, Gedichte und Geschichten. Die Aufzeichnung, Erforschung, Interpretation und Präsentation dieser Geschichten und der unterschiedlichen Kontexte zu diesen Artefakten gehören ebenfalls zum Aufgabenbereich und Auftrag der Museen.

Es stellt sich dabei aber nicht nur die Frage, welche 'Geschichten' gesammelt und wie sie erzählt werden, sondern vielmehr auch, wer die 'offizielle Geschichte' zu den Kulturgütern schreibt (oder schreiben sollte). Das Internet bietet nunmehr neue Technologien und Services (Web 2.0), die eine umfassende Nutzerpartizipation erlauben. Wie aber ermöglicht man diese Teilnahme der Internetnutzer/Museumsbesucher am wissenschaftlichen, künstlerischen und gesellschaftlichen Diskurs, und wie grenzt man sich als Wissenschaftsinstitution ggf. auch gegen von Laien verfasste Inhalte ab? Und wie integriert man die unterschiedlichen Medien und Inhalte in ein stimmiges und überzeugendes Ganzes?

Anhand von Fachvorträgen und Praxisbeispielen soll am 10. und 11. Mai veranschaulicht werden, welche Möglichkeiten Museen haben, auf bestehender Medienkompetenz und -ausstattung aufzusetzen, um kulturelle Inhalte via Internet an ihr Publikum zu vermitteln. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.rama.lvr.de



Impressum



KULTURMANAGEMENT NETWORK

Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR

PF 1198 · D-99409 Weimar

Paul-Schneider-Str. 17 · D-99423 Weimar

TEL BÜRO +49 (o) 3643.255.328

TEL KUNDENSERVICE: +49 (o) 3643.431.413

FAX +49 (o) 3643.801.765

Skype: kulturmanagement | AOL Messenger: HeinzeDirk

Email: redaktion@kulturmanagement.net

Internet: www.kulturmanagement.net

V.i.S.d.P.: Dirk Heinze

Redaktion: Dirk Heinze und Veronika Schuster