

KULTURMANAGEMENT NEWSLETTER

Monatlicher Informationsdienst für Kultur und Management

ISSN 1610 - 2371 | Ausgabe 79 – März 2006

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

in den letzten beiden Monaten haben zahlreiche Leser ein neues Abonnement für den Kulturmanagement Stellenmarkt abgeschlossen und damit automatisch an der Verlosung eines iPod nano, dem trendigen MP3-Player von Apple, teilgenommen. Bei der gestrigen Verlosung wurde Gabi Schreier aus Jena als Gewinnerin gezogen und erhält damit in den nächsten Tagen Post...

Es gilt auch weiterhin: ein Abonnement des Kulturmanagement Stellenmarkts lohnt sich in mehrfacher Hinsicht. Soeben haben wir eine Kooperation mit dem Institut für Kulturkonzepte e.V. Hamburg beschlossen, nach der Abonnenten des Kulturmanagement Stellenmarkts für alle Wochenendseminare einen Preisnachlass in Höhe von 10% erhalten. Auf das aktuelle Seminarprogramm weisen wir regelmäßig auf unserem Internetportal, insbesondere im Online-Terminkalender hin. Aktuell bemühen wir uns um weitere Vorteilspakete mit anderen Anbietern - nicht nur im Bereich Weiterbildung.

Positive Resonanz kommt regelmäßig von den Stellen- und Praktikumsanbietern, die sich mehr und mehr auch für eine exklusive Schaltung einer Anzeige im Kulturmanagement Stellenmarkt entscheiden. Hier ist die Zahl qualifizierter Bewerbungen durch Stellenanzeigen nachweislich höher gegenüber Printanzeigen oder bei vergleichbaren Online-Stellenmärkten. Als sehr hilfreich wird zudem die Möglichkeit empfunden, Anzeigen noch am gleichen Tag einstellen, aktualisieren oder beenden zu lassen. Dem Bewerber wird so immer die Aktualität der Stellen- und Praktikumsangebote garantiert.

In der Aprilausgabe des Newsletters werden wir uns ausführlich mit dem Kulturleben Leipzigs beschäftigen. Dazu führten wir Interviews mit den Leitern führender Kultureinrichtungen, so u.a. mit dem Gewandhausdirektor Andreas Schulz und Dr. Hans-Werner Schmidt, Direktor des neu gebauten Museums der Bildenden Künste. Außerdem beschäftigt sich ein Gastbeitrag mit der sog. Leipziger Schule und der lebendigen Galerieszene. Wir werden darüber hinaus im April auch auf die Buchmesse zurückblicken, die vom 16. bis 19. März ebenfalls in der sächsischen Metropole stattfindet.

Nun jedoch zunächst wünschen wir Ihnen zahlreiche Anregungen bei der Lektüre dieses Newsletters. Über Ihre Beiträge oder Hinweise auf Neuerscheinungen oder Konferenzen würden wir uns wie immer sehr freuen.

Ihr Dirk Schütz und Dirk Heinze
sowie das Korrespondententeam des Kulturmanagement Network

INHALT MÄRZ 2006

1. Lage der deutschen Orchester bleibt angespannt
2. Publikum - das unbekannte Wesen der Kultur
3. Gibt es morgen noch ein Theater- und Orchesterpublikum?
4. "Bestes Konzertprogramm" an das Münchener Kammerorchester
5. Genossenschaft als Rechtsform wieder attraktiver
6. Umsetzung der EU-Richtlinien zum Urheberrecht
7. Die Prozesse der Kulturförderungsverwaltung auf Bundesebene in Österreich
8. Ein Kulturbüro für die Romandie in Genf
9. Marktforschung für "Staatliche Schlösser, Burgen und Gärten in Sachsen"
10. Buch: Handbuch Chormanagement
11. Buch: Eventmarketing Lexikon
12. Buch: Oeckl-Taschenbuch des Öffentlichen Lebens
13. Ressource: Glossar Kulturpolitik der Pro Helvetia Kulturstiftung
14. Beruf: Fonds für Projekte zum Thema „Arbeit in Zukunft“
15. Vorschau: Tagung "Der Autor und sein Markt", Wolfenbüttel
16. Vorschau: 7. Internationale Musikmesse, Frankfurt/M.
17. Vorschau: Jahreskonferenz des Europäischen Musikrates, Malmö
18. Vorschau: Venue Expo Europe, München
19. Vorschau: Tagung "Kultur und Informatik", Berlin

WEBSITE QUICK FINDER

[Startseite](#)
[Beiträge - Themen](#)
[Beiträge - kulturelle Sparten](#)
[Bücher](#)
[Ausbildungsführer](#)
[Diskussionsforum](#)
[Terminkalender](#)
[Linksammlung](#)
[Stellenangebote](#)
[Praktikumsbörse](#)

THEMEN & HINTERGRÜNDE

Lage der deutschen Orchester bleibt angespannt

Quelle: Pressemitteilung der Deutschen Orchestervereinigung (DOV), Berlin, 9.2.2006

Die personelle und finanzielle Lage für die deutschen Orchester bleibt angespannt. Besonders große Probleme haben die Orchester in den neuen Bundesländern. Das ist das Resümee der Jahrespressekonferenz der Deutschen Orchestervereinigung (DOV) in Berlin.

Zwar sei die Gesamtzahl der Orchester in den vergangenen zwei Jahren mit 135 stabil geblieben. Der Stellenabbau habe sich jedoch wieder beschleunigt. Während von 2002 bis 2004 120 Orchesterstellen dauerhaft wegfielen, waren es von 2004 bis 2006 sogar 273 Stellen bundesweit. Gegenwärtig gibt es in den 135 Orchestern 10.052 Musikerstellen. 1992 waren es in 168 Orchestern noch 12.159 Stellen. Besonders betroffen sind die Orchester in Ostdeutschland: Hier betrug der Stellenabbau seit 1992 fast 40 Prozent. Außerdem verzichtet schon rund die Hälfte aller ostdeutschen Orchester auf Gehalt, um möglichst viele Arbeitsplätze vorläufig zu sichern.

"Die Orchester in Ostdeutschland drohen durch hohen Stellenabbau und geringe Neueinstellungen strukturell zu überaltern. Im Westen geht die Sonne nicht auf, aber im Osten geht sie langsam unter", so beschreibt Gerald Mertens, Geschäftsführer der DOV, die schwierige Situation. "Die finanzielle Talfahrt der Orchesteretats muss endlich ein Ende haben, sonst ist die einzigartige deutsche Orchesterlandschaft so nicht länger haltbar", meint Mertens weiter. "Die ganze Welt beneidet uns um unsere reiche Kultur- und Musiktradition und wir lassen sie langsam, aber stetig verkommen. Dabei geht es kurzfristig nicht unbedingt um mehr Geld; ein richtiger Schritt wäre es schon, den Orchestern mehr Eigenständigkeit und vor allem eine verlässliche, bis zu fünfjährige Budgetgarantie und damit mehr Planungssicherheit zu geben", so Mertens abschließend.

Link zum Thema: <http://www.dov.org>

Publikum - Das unbekannte Wesen der Kultur

Quelle: Pro Helvetia

Kulturschaffende stellen sich ihr Publikum oft ganz anders vor als ihre Förderer und Vermittler. Gleichzeitig gibt es neue Publika, die sich nach einem anderen Zugang zu Kunst und Kultur sehnen. Das Pro-Helvetia-Kulturmagazin «Passagen» widmet sich in seiner aktuellen Ausgabe einem «Kulturgut» der besonderen Art: dem Publikum.

Verschiedene Zugänge: «Passagen» zeigt auf, wie die kulturellen Akteure - Kulturförderer, Anbieter, Kulturpolitiker und Kulturschaffende - auf die Bedürfnisse «ihres» Publikums reagieren, und wie sie auf sehr unterschiedliche Art und Weise versuchen, Qualität und Quote in Einklang zu bringen. Die Autorinnen und Autoren bieten Zugänge und manchmal Rezepte zum Umgang mit einem empirisch erforschbaren, aber in seinem eigenwilligen Innenleben nur schwer fassbaren Phänomen.

Nicht bloss abstrakter Begriff: «Passagen» widmet sich dem Publikum, jenem «Objekt der Begierde», das in der Form seiner einzelnen Subjekte ernst genommen sein will, und das letztlich hinter abstrakten Begriffen wie «Nachfrage», «Zugang», «Vermittlung» steht. Kulturförderung sollte ihr Augenmerk, neben der künstlerischen Produktion, vermehrt der Nachfrage schenken, breiteren Zugang zu Kunst und Kultur sowie bessere Vermittlung gewähren.

Publikum im Bild: Wenn Kunst vor allem «inszenierte Wahrnehmung» ist, wie es uns einige Theoretiker der Postmoderne nahe legen, wird auch der Übergang vom Werk zum Publikum fließend. Das eine kann unvermittelt zum anderen werden. Diesen sich auflösenden Grenzen zwischen Beobachtern und Beobachtetem ist die Zürcher Fotografin Caroline Minjolle hautnah auf der Spur. In ihrer Passagen-Fotoserie wird das Publikum mit Schalk, Witz und Ironie ins Bild gesetzt. Und wird damit zum Werk. "Passagen" hofft, auf ein interessiertes Publikum zu stossen.

-Anzeige-

Kulturmanagement - ein Lehrgang für Kulturschaffende
12 Wochenendseminare vom 05.05.2006 bis 30.04.2007 in Berlin

- Management
- Marketing
- Recht
- Kommunikation

bbw im Haus der Wirtschaft, Am Schillertheater 2, 10625 Berlin, Information: (0 30) 31 00 51 30

Email: lehrgaenge@bbw-berlin.de

Download des Programms: <http://www.kulturmanagement.net/downloads/bbw.pdf> (300 kb)

Gibt es morgen noch ein Theater- und Orchesterpublikum?

Quelle: Deutscher Kulturrat

Kulturelle Bildung ist der Schlüssel zur Nutzung von Kulturangeboten

In der aktuellen Beilage "Kultur Kompetenz Bildung" zur Zeitung des Deutschen Kulturrates politik und kultur (März/April 2006) stellen Claudia Hampe, Susanne Keuchel, Gerald Mertens und Birgit Mandel Studien zum Publikum von Theatern und Orchestern vor.

Das jüngere Publikum bildet zunehmend eine Minderheit unter den Besucherinnen und Besuchern von Theater- und Konzertveranstaltungen, dieses unterstreichen die genannten vier Autoren. Nachdenklich stimmt dabei vor allem, dass als im Jahr 1993/1994 eine vergleichbare Untersuchung zur Nutzung der Theater- und Konzertveranstaltungen durchgeführt wurde, mehr jüngere Menschen diese Angebote nutzten.

Details: <http://www.kulturrat.de/detail.php?detail=695&rubrik=2>

"Bestes Konzertprogramm" an das Münchener Kammerorchester

Quelle: Deutscher Musikverleger-Verband e.V. (DMV)

Bereits zum zweiten Mal nach der Spielzeit 2001/2002 wird das Münchener Orchester unter der Leitung von Christoph Poppen mit dem Preis für das "Beste Konzertprogramm" vom Deutschen Musikverleger-Verband e.V. (DMV) ausgezeichnet. Mit der Übernahme der Münchener Kammerorchesters durch Christoph Poppen hat das Orchester " in einer besonders schwierigen wirtschaftlichen Situation" einen Aufschwung genommen, der wohl als einmalig zu bezeichnen ist und Vorbild für andere Ensembles sein kann.

Das Orchester stellt die Spielzeit 2005/2006 unter das übergeordnete Thema "HELLAS" Griechenland und die klassische Mythologie". Dies umfasst ein Repertoire, das vom üblichen abweicht und bewusst zum Thema Griechenland ausgewählt wurde. Uraufführungen von Auftragskompositionen und Porträtveranstaltungen über die Komponis-

ten Frank Martin, Valentin Silvestroy und Sofia Gubaidulina mit Einführungsvorträgen von Christoph Poppen selbst sind Grund für die erneute Auszeichnung durch den DMV. Besonders hervorzuheben sind ebenfalls Kinderkonzerte mit aktiver Beteiligung des kleinen Publikums, die Veranstaltung eines großen Benefiz-Galakonzerts zugunsten der Christiane-Herzog-Stiftung sowie der Festakt zum Karl-Amadeus-Hartmann-Jahr 2005.

Seit 1991 vergibt der DMV den Preis "Bestes Konzertprogramm der Saison". Ausgezeichnet werden Konzertprogramme von Orchestern und Veranstaltern, die sich durch die besondere Kreativität und Vielfalt in der zurückliegenden Konzertsaison profiliert haben, wobei die Berücksichtigung zeitgenössischer Musik ebenso eine Rolle spielt wie Werke mit ungewöhnlicher Besetzung oder die Einbeziehung junger Künstler.

Mehr Informationen: <http://www.dmv-online.com>

Genossenschaft als Rechtsform wieder attraktiver

Ein Beitrag von Stefan Kuntz, Künstlerberatung, Bergisch-Gladbach

Durch die Novellierung des Genossenschaftsgesetzes im kommenden Sommer wird diese doch bisher eher selten genutzte Rechtsform für viele auf Langlebigkeit angelegte Projekte vielleicht doch interessant. Die bisher oft verwandten Rechtsform-Alternativen für größere soziale oder kulturelle Projekte sind der gemeinnützige, eingetragene Verein, der sich allerdings nur sehr begrenzt wirtschaftlich betätigen darf und von oft eher zufällig entscheidenden Mehrheiten abhängig ist. Bei der GmbH ist der Ein- und Austritt von Gesellschaftern mit sehr viel Aufwand verbunden, die Rechtsform eignet sich also nicht für größere, gelegentlich fluktuierende Teams. Und auch die Zweigleisigkeit von Träger-GmbH und Förder-Verein bedeutet, dass vor allem in gemeinnütziger Form immer wieder in einer Grauzone laviert werden muss.

Die eG kann Träger eines (inzwischen auch sozialen und kulturellen, sogar gemeinnützigen) Projekts und gleichzeitig quasi Förderverein sein. Eine Vielzahl von Personen, die einfach nur der „guten Sache“ helfen will, kann relativ einfach Mitglied werden und Einlagen zahlen.

Die Formalien werden mit der Novellierung dem EG-Recht angepasst und damit verschlankt, bleiben aber dennoch eine große Hürde. Da die eG wie eine Kapitalgesellschaft behandelt wird, sind vor allem die Anforderungen an die Prüfungen hoch und teuer.

Mehr auf <http://www.kuenstlerrat.de/rat/news1.htm>

Umsetzung der EU-Richtlinien zum Urheberrecht

Ein Beitrag von Gabriele Schulz, Deutscher Kulturrat

Die Umsetzung des so genannten Korbes II der EU-Richtlinie „Urheberrecht in der Informationsgesellschaft“ gestaltet sich als weitaus zäher und schwieriger als die Umsetzung des so genannten Korbes I. Fast innerhalb der gesetzten Frist – sie wurde nur um wenige Monate überschritten – hat die Bundesrepublik Deutschland die mit einer Umsetzungsfrist belegten Teile der bereits genannten EU-Richtlinie „Urheberrecht in der Informationsgesellschaft“, den so genannten Korb I, in der 14. Legislaturperiode in nationales Recht überführt.

Links zum Thema:

<http://www.nmz.de/nmz/2006/03/kupo-korb.shtml>

<http://www.urheberrecht.org>

Die Praxis der Kulturförderungsverwaltung auf Bundesebene in Österreich

Ein Beitrag von Univ.Prof. Mag.Dr. Tasos Zembylas, Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft Wien (IKM)

Eine Befragung von 96 FörderungswerberInnen aus dem Theaterbereich und dem Bereich der Kulturinitiativen, die am IKM im Frühjahr 2005 durchgeführt wurde, versucht zu beleuchten, inwieweit die Förderungspraxis der Kunstsektion (Abt. II) im Bundeskanzleramt formalen Qualitätskriterien genügt. Die Auswertung zeigt folgende Problemfelder an:

Problemfeld I: Beratungsqualität und soziale Nähe der Kulturverwaltung

Es gibt eine beträchtliche Differenz zwischen der subjektiven Zufriedenheit gegenüber der Abt. II/2 (Theater) und der Abt. II/8 (Kulturinitiativen) der Kunstsektion. Neben Beschwerden über das unfreundliche und herabwürdigende Verhalten konkreter MitarbeiterInnen wurde beklagt, dass die Auskünfte über die Förderungskriterien vage sind und dass der Beirat oft abgeschirmt wird.

Problemfeld II: Bearbeitungsdauer der Ansuchen

Im Bereich der Theaterförderung (Abt. II/2) ist der durchschnittliche Bearbeitungszeitraum sehr lang (17,5 Wochen). Ein Viertel der Befragten muss länger als 6 Monate warten, bis sie eine Antwort bekommen. Außerdem gibt es hier Extremwerte: zwei Förderungsfälle dauerten 45, ein weiterer 56 Wochen! Interessanterweise korreliert die Bearbeitungsdauer nicht mit der Art und Höhe des Förderungsantrages, d.h. die Abt. II/2 bearbeitet kleinere und einfachere Ansuchen prinzipiell nicht schneller als große und komplexe Anträge.

Problemfeld III: Begründung der Entscheidung

Im Sinne der Transparenz ist es wichtig, dass die Kulturverwaltung ihre Entscheidung sachlich begründet und kommuniziert. Etwa 37% der Befragten, die eine Ablehnung oder eine signifikante Kürzung der Förderungssumme erhielten, bekamen eine Erklärung. In der Begründung wurde in der Regel entweder auf die "negative Stellungnahme des Beirats" ohne genauere inhaltliche Angaben oder auf die "enge budgetäre Situation" der Bundesförderung hingewiesen. Weitere Analyse legen die Vermutung nahe, dass die Kunstsektion Begründungen unsystematisch weiterleitet.

Problemfeld IV: Förderungskonzentration

Die Analyse der Theaterförderung von 1995 bis 2004 zeigt eine Gruppe von 35 'Dauerkunden' an, die ca. 1/3 aller SubventionsempfängerInnen von 2004 ausmachen. Die 'Dauerkunden' beanspruchten 2004 über ca. 86,7% der Theaterförderung der Kunstsektion. Die Wien-Zentriertheit der Theaterförderung des Bundes wurde eindeutig nachgewiesen.

Die Förderungskonzentration im Bereich der Kulturinitiativen ist geringer. Die 45 'Dauerkunden' machen etwa 1/6 der SubventionsempfängerInnen von Jahr 2004 aus. Sie beanspruchten 2004 ca. 41% der Gesamtförderung für Kulturinitiativen aus.

Mehr Informationen: <http://www.mdw.ac.at/ikm>

- Linkempfehlung (Anzeige) -

Aufbaustudium Kulturmanagement

Infoabend am 6.3.2006, 18 Uhr, Universität für Musik und darstellende Kunst Wien
Bewerbung bis Ende April. Details: <http://www.mdw.ac.at/ikm/aufbaustudium>

Ein Kulturbüro für die Romandie in Genf

Quelle: Migros Kulturprozent

Nach den Städten Zürich und Bern erhält nun auch Genf ein Kulturbüro. Die Eröffnung ist für Frühjahr 2006 geplant. Das Genfer Kulturbüro ist ein Projekt des Migros-Kulturprozent und wird gemeinsam mit Stadt und Kanton Genf getragen. Die Anfangsinvestitionen übernimmt die Loterie Romand.

Das Kulturbüro ist eine Einrichtung für Kulturschaffende der verschiedensten Richtungen mit Leihgeräten wie zum Beispiel Videokameras und –Projektoren und einem breiten Angebot für die Realisierung von Informations- und Dokumentationsmassnahmen. Ähnliche Einrichtungen existieren seit 1998 in Zürich und seit 2000 in Bern.

Das Kulturprozent will mit diesem Projekt dem wachsenden Bedürfnis von jüngeren Kulturschaffenden nach unbürokratischer Unterstützung bei der Realisation ihrer Projekte Rechnung tragen. Die Einrichtungen in Zürich und Bern sind beim Publikum sehr beliebt und haben auch internationales Interesse erregt.

Mit dem Genfer Kulturbüro konnte ein wegweisendes Projekt im Rahmen einer Partnerschaft zwischen öffentlichen und privaten Kulturförderern verwirklicht werden (Private Public Partnership). Das Genfer Kulturbüro ist ein Projekt des Migros-Kulturprozent und wird gemeinsam mit Stadt und Kanton Genf getragen. Die Anfangsinvestitionen übernimmt die Loterie Romand. Für den Betrieb ist ein Verein verantwortlich.

Das neue Kulturbüro in Genf ist zentral gelegen an der Rue de Berne 63 in einer Liegenschaft, welche die Stadt Genf für das Projekt zur Verfügung stellt. Die Einrichtung soll im Frühjahr 2006 ihren Betrieb aufnehmen.

Details: <http://www.kulturbuero.ch>

-Anzeige-

Wochenendseminare am Institut für Kulturkonzepte Hamburg **10% Rabatt für Abonnenten des Kulturmanagement Stellenmarkts**

Projektentwicklung und -planung: 17./18.03.2006

Präsentationstechnik: 31.03./01.04.2006

Alleinstellungsmerkmal Kultur - Bewerbungstraining: 07./08.04.2006

BWL für die Kultur: 28./29.04.2006

Kommunikation am Telefon: 09./10.06.2006

Antragswesen und Fördermittel: 16./17.06.2006

Stichwort für Anmeldungen von Abonnenten des Stellenmarkts: KM Network

Download des Programms: <http://www.kulturmanagement.net/downloads/kulturkonzepte-hh.pdf>

Download der Anmeldung: <http://www.kulturmanagement.net/downloads/kulturkonzepte-hh2.pdf>

Weitere Informationen: <http://www.kulturkonzepte.de>

Marktforschung für "Staatliche Schlösser, Burgen und Gärten in Sachsen"

Quelle: Reppel + Partner, 8. Januar 2006



Die Verbesserung des Marketings und eine stärkere Besucherorientierung ist zur Erzielung von Mehreinnahmen für die Bestandssicherung und notwendige Sanierung vieler Schlösser, Burgen und Gärten in ganz Deutschland ein wichtiges Thema. Wie viel Kommerz darf aber um der Kunst Willen in die historischen Sehenswürdigkeiten einziehen ohne zugleich den Kulturauftrag, der Denkmalpflege und Denkmalerhaltung zu verstoßen? Auch Kultur braucht ein Konzept der Nachhaltigkeit.

Um dieses mit den Marktanforderungen in Einklang zu bringen, hat Reppel + Partner 2004 und 2005 für die „Staatlichen Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen“ fast 10.000 Besucherbefragungen vor Ort vorgenommen, um die Reisegewohnheiten, Interessen, Erwartungen und Qualitätsbewertungen der Besucher zu analysieren und daraus Empfehlungen für die künftige Angebotsgestaltung, Präsentation, didaktische Präsentation der Sehenswürdigkeiten und die Marketingkommunikation zu geben. Die Ergebnisse waren teilweise verblüffend und unter anderem Grundlage für die Entwicklung der neuen Dachmarke "Schlösserland Sachsen", mit der sich die schönsten Schlösser, Burgen und Gärten seit kurzem präsentieren.

Weitere Informationen: <http://www.reppel.de/cgi-bin/mt-tb.cgi/605>

PUBLIKATIONEN

Buch: Handbuch Chormangement

Eine Rezension von Uta Petersen, Korrespondentin, Hamburg

Das erste Handbuch Chormangement ist in vorrangig eine Sammlung aller wichtigen Adressen von Chören, Verbände, Dachorganisationen und Personen im deutschen Chorwesen – als Loseblattwerk mit Ringbuch, Register und CD-Rom. Zusätzlich sind alle wichtigen Termine der Einzelverbände für 2006 aufgelistet.

Satzungen, Zielsetzungen, Richtlinien, Festschreibungen zur musikalischen Erziehung und Musikausübung in Deutschland haben ebenso in diesem Handbuch Eingang gefunden. Nachzulesen ist die Geschichte Deutscher Chorverbände, man findet Hinweise zur Teilnahme an den maßgeblichen Wettbewerben. Nicht fehlen durften Informationen zu Vereins- und Vertragsrecht, Urheberrecht und Versicherungsschutz. Der interessanteste internationale Aspekt, die Vernetzung mit Chören weltweit, findet hier zunächst nur Beachtung in Informationen über die „IDOCO – Internationale des Organisations culturelles ouvrières“, den „IFCM – den „International Federation for Choral Music“, über „Europa Cantat – Europäische Förderung Junger Chöre e.V. und dem „Internationalen Chorleiterverband ICV“. Daneben eine Reihe der wichtigsten europäischen Chorverbandsadressen.

Das Kapitel „Chormangement“, also wie ein Chor zu organisieren, zu führen und zum Erfolg zu bringen sei, enthält auch einen ausführliches Kapitel vom Umgang mit Beiträgen und Spenden sowie Hilfestellung für gute Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die zeitgemäßen Tipps zum Umgang mit dem Medium Internet sind umso bedeutungsvoller, bedenkt man, dass die Bedeutung dieses Medium von vielen Vereinsvorständen im Chorwesen überhaupt noch nicht ausreichend erkannt wurde. Das Handbuch Chormangement sowie Ringordner, Register und CD-Rom sind nicht im Buchhandel erhältlich, sondern ausschließlich zu bestellen unter: verlag@neuechorzeit.de oder Tel: 0221-37 10 33 (Frau Pauli)

Hrsg: Deutscher Chorverband e.V., 445 Seiten, 1. Auflage (2005/2006), Preis: 4,50 €

Buch: Eventmarketing Lexikon

Eine Rezension von Dirk Schütz, Kulturmanagement Network

Marketingmenschen und Öffentlichkeitsarbeiter, IT-Fachleute und von Universitäten abgehende zukünftige Manager, alle haben mittlerweile ihre eigene Fachsprache, die für Laien sowieso nicht und für die vermeintlichen Fachleute selbst kaum noch verständlich sind. Und so hat sich auch in der Veranstaltungs- und Eventbranche eine eigene Fachsprache mit ihren ganz spezifischen Begriffen und meist "Denglisch" - Mischworten gebildet. Falls man bei Begriffen wie "Abseiling", "Airstrip", "Bain-Marie", "Couverture" oder auch "Line-Array", "Ventriloquist" und "Zorbing" nur "Bahnhof" ver-

steht, braucht man dringend Hilfe. Und da ist es doch gut, wenn man ein Lexikon in die Hand nehmen kann, das einem Licht ins Dunkel bringt. Andrea Kleemann ist es mit ihrem "Eventmarketing Lexikon" gelungen, eine Fülle von Begrifflichkeiten, die einem bei der Vorbereitung, Durchführung oder Nachbereitung von Events begegnen können, zu sammeln, zu kommentieren und verständlich zu machen. Es hilft bei der direkten Suche, z.B. nach den unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze in europäischen Ländern oder bei Fachbegriffen. Es stellt aber auch hilfreiche Visualisierungen bereit, wenn man sich z.B. Gedanken über verschiedene Formen von Gläsern für Getränke machen muss, wissen will, welche Symbole beim Messebau genutzt werden oder welche Möglichkeiten des Papierfaltens es bei Flyern und Werbeprospekten gibt. Selbst das ziellose Durchblättern des Lexikons macht Spaß, vermittelt ausgefallene Begriffe und gibt Vorstellungen zu Abläufen, die man auch für andere Bereiche nutzen kann. Vielfach helfen Tabellen und Vergleichsübersichten, so z.B. bei der Suche nach Deutschen Weinsorten oder unterschiedlichen Whisky-Bezeichnungen, bei internationalen Weingüteklassen, Mikrofonarten, Papiersorten oder auch Buchstabiertafeln. Ergänzt wird das ganze noch durch eine Auflistung der wichtigsten Informationsquellen und durch Vertragsmuster und Standardformulare. Insgesamt ein lohnenswertes Buch nicht nur für angehende Eventmanager, sondern auch eine interessante Hilfe für Profis.

Autor: Andrea Kleemann

Gebundene Ausgabe - 377 Seiten - Deutscher Fachverlag , September 2005

Details und Bestellung: <http://www.kulturmanagement.net/Books-id-702.html>

-Anzeige-



„Entscheiden im Kulturbetrieb. Integriertes Kunst- und Kulturmanagement“
von Martin Tröndle

ISBN 3-7225-0041-9

296 Seiten, broschiert

Ott-Verlag, Bern, März 2006

Details und Bestellung: <http://www.kulturmanagement.net/Books-id-725.html>

Die Ziele von Kulturorganisationen liegen jenseits der Berechenbarkeit ökonomischer Größen, das heißt, dass man mit den betriebswirtschaftlichen Entscheidungsinstrumenten, die auf Messbarkeit basieren, in Kulturorganisationen nicht weit kommt. Es stellt sich daher die Frage, wie ein Entscheidungsinstrument aussieht, das anstelle von monetären Größen beispielsweise ästhetische, kulturelle und soziologische Kriterien konzeptionalisiert. Damit bei der Entwicklung eines solchen Instruments, man sich nicht – wie bisher üblich – nur auf einzelne Ausschnitte der komplexen Realität einer Kulturorganisation beschränkt, wird hier ein integrierendes Vorgehen entworfen, dass alle für Kulturorganisationen relevanten Handlungsfelder inhaltlich aufeinander abstimmt und dadurch einen tatsächlichen Praxisbezug herstellt. Außerdem wird deutlich gemacht wie Kulturorganisationen "ticken", wann Entscheidungen wirksam und wann sie am Sinnhorizont der Organisation zerrieben werden.

Buch: Oeckl Taschenbuch des öffentlichen Lebens

Der politische und gesellschaftliche Umbau Europas befindet sich in einer entscheidenden Phase. Nach der Osterweiterung von 15 auf 25 Mitgliedsstaaten und im Prozess der Verfassungsratifizierung gibt es weitere Herausforderungen auf dem Weg zu einem geeinten Europa. Eines ist klar: die Europäische Union braucht die Zustimmung der Bürger, in diesem Europa auch zusammen leben zu wollen.

Das Taschenbuch des Öffentlichen Lebens – Europa und internationale Zusammenhänge 2005/2006, das in der aktuell überarbeiteten Ausgabe nun im 10. Jahrgang vorliegt, trägt dazu bei, dass sich nicht nur Politiker, Beamte, Journalisten und andere Europa-Fachleute, sondern alle interessierte Bürger über Regierungen, Parlamente,

Behörden und Verbände auf 1.200 Seiten mit 9.300 Einträgen informieren und sich an 18.000 kompetente Entscheider mit ihren Kommunikationsdaten wenden können. Grundlage für die Recherche sind statistische Angaben über Mitgliederzahlen, Mitgliederstruktur, Verbandszugehörigkeit sowie Etatzahlen.

Details: <http://www.oeckl-online.de>

Ressource: Glossar Kulturpolitik der Pro Helvetia Kulturstiftung

Zahlreich sind die Begriffe, die in der laufenden kulturpolitischen Debatte zirkulieren. Manchmal werden sie als Pfeile abgeschossen, dann wieder wie warme Brötchen weitergereicht. Die Frage, was sie eigentlich bedeuten und in welchem komplexen Spannungsfeld sie stehen, kommt dabei oft zu kurz.

Das von Pro Helvetia herausgegebene «Glossar zur Schweizer Kulturpolitik» versteht sich als Orientierungshilfe für ein breiteres Publikum. Es versucht im Rahmen der Vernehmlassungsphase des neuen Kulturförderungsgesetzes und des Pro Helvetia-Gesetzes etwas Klarheit zu schaffen, indem es kurz aber kritisch auf die Schlüsselbegriffe der Schweizer Kulturpolitik eingeht. Um eine gemeinsame Diskussion zu führen, muss nämlich ein Konsens über die dabei verwendeten Begriffe gefunden werden: Kulturarbeit im wörtlichen Sinn.

«Von A wie Alltagskultur bis W wie Wirtschaftlichkeit» haben die beiden erfahrenen Kulturjournalisten Silvia Ricci Lempen und Christian Rentsch 36 ausgewählte Begriffe erklärt und kommentiert. Ergänzt durch Daniel Wieners Übersicht über die Akteure der öffentlich-rechtlichen Kulturförderung will diese kleine Publikation ein Vademecum zu laufenden und kommenden kulturpolitischen Diskussionen abgeben.

Sprachliche Missverständnisse ausräumen, Begriffe präzisieren und helfen, die richtigen Worte zu finden – das sind die Ziele des Glossars, mit welchem die Schweizer Kulturstiftung ihre Vermittlerrolle zwischen den Behörden und der Gesellschaft, den Volksvertretern und der Kultur sowie dem Publikum und den Kunstschaffenden bekräftigt.

Details: <http://www.pro-helvetia.ch/index.cfm?id=3436>

AUSBILDUNG & BERUF

Fonds für Projekte zum Thema „Arbeit in Zukunft“

Quelle: Kulturstiftung des Bundes

Der neue Fonds fördert Projekte, die die Diskussion zum Thema Arbeit mit Impulsen aus Kunst und Kultur bereichern.

Unter dem Druck der notwendigen Bekämpfung der Arbeitslosigkeit konzentriert sich die öffentliche Debatte vorrangig auf ökonomische, politische und soziale Aspekte. So brennend diese Fragen auch sind: Sie verengen den Blick und blenden wichtige kulturelle Perspektiven und Fragestellungen aus.

Arbeit ist das «wichtigste Band, das uns mit der Realität verbindet» (Sigmund Freud) - sowohl mit der Welt, die wir gestalten, wie mit unseren Mitmenschen. Der Wandel der Arbeit - Globalisierung, Automatisierung und Flexibilisierung - verändert die Formen unseres Zusammenlebens, das Verhältnis zu Anderen, unser Selbstverständnis, unser Lebensgefühl, unser Menschen- und unser Weltbild - kurz unsere ganze Kultur.

Die Förderkriterien und der Antrag des Fonds "Arbeit in Zukunft" können über die Website der Kulturstiftung des Bundes bezogen werden. Nach dem Antragsschluss am 30. Juni 2006 entscheidet der Vorstand der Kulturstiftung des Bundes über die Auswahl der im Fonds geförderten Projekte, Grundlage seiner Entscheidung ist die Bewertung durch eine unabhängige Fachjury. Mitglieder der Jury sind der Literaturkritiker

und Hörspiellektor Thomas Böhm, der Direktor des Münchner Haus der Kunst, Chris Dercon, Viola Hasselberg, Chefdramaturgin Theater Freiburg, der Musik- und Filmkritiker Tobias Kniebe, der Leiter des Kasseler Dokumentarfilm- und Videofestes, Gerhard Wissner, und der Direktor des Lüneburger Instituts für Kulturtheorie, Ulf Wuggenig.

Details: <http://www.kulturstiftung-des-bundes.de>

- Anzeige -

Kulturvermittlung - zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing

Autor/Hrsg.: Birgit Mandel

transcript Verlag, Bielefeld, Oktober 2005, 250 Seiten



Das Buch diskutiert erstmalig nicht nur spartenspezifisch, sondern aus einer übergreifenden Perspektive die Entwicklung, den Stellenwert und das Zukunftspotential der Kulturvermittlung aus Sicht von Kulturpolitikern, Lehrender kulturvermittelnder Studiengänge und Kulturschaffender. Wie zukunftssträchtige Formen der Kulturvermittlung aussehen können, zeigen Beispiele, deren Spektrum von der Theaterpädagogik als Institutionen übergreifendes Prinzip, über die Jugendkunstschularbeit mit neuen Medien und neuen Konzepten von Kulturpädagogik an Schulen, von innovativen kulturellen Interventionen in der Stadtentwicklung über Edutainment und Eventmarketing als Kulturvermittlung reicht.

Details und Bestellung:

<http://www.kulturmanagement.net/Books-id-666.html>

KALENDER

Vorschau: Tagung "Der Autor und sein Markt"
Wolfenbüttel, 27. März 2006

"Geld, Ruhm und andere Kleinigkeiten"

Die Tagung stellt einen Autor in den Mittelpunkt, an dessen Beispiel die vielgestaltigen Aspekte einer Schriftstellerbiographie exemplarisch vorgestellt und diskutiert werden: von der Ideenfindung über die Vermarktung bis zur öffentlichen Wahrnehmung.

Zielgruppe: Autorinnen und Autoren, Journalisten, Buchhändler, Agenten, Verleger, Schreibgruppenleiter, Lehrer und alle, die sich als Produzenten und Vermittler in einem weiten Sinne für den literarischen Betrieb interessieren.

Details: <http://www.bundesakademie.de>

Vorschau: 7. Internationale Musikmesse und Fachmesse ProLight + Sound
Frankfurt, 29. März-1. April 2006

Für die Neuheiten und Neuigkeiten der Musikinstrumenten-Branche bietet die Musikmesse 2006 mehr Platz denn je: Eine zusätzliche Hallenebene für E-Gitarren, E-Bässe, Verstärker und Zubehör lässt vom 29. März bis 1. April 2006 alle Musikerherzen höher schlagen. Zur 27. Internationalen Musikmesse in Frankfurt am Main haben sich jedoch nicht nur aus diesem Marktsegment Unternehmen mit Produktpremieren, Neuauflagen und Jubiläums-Editionen angekündigt. "Die Marken powern auf der Musikmesse so wie eh und je, unabhängig davon, ob wir es mit akustischen Instrumenten zu tun haben oder mit elektronischen," schätzt Detlef Braun, Geschäftsführer Messe Frankfurt GmbH. "Die meisten Neuerungen sind im März allerdings auf dem Gebiet der digitalen Musikerzeugung zu erwarten," ergänzt Wolfgang Lücke, Objektleiter Musikmesse.

Im noch recht jungen Markt der Computeranwendungen, der Software und Effekt-Peripherie, tut sich erwartungsgemäß am meisten Neues. Einige Hersteller beschäftigen sich ganz gezielt mit der Kompatibilität von Hard- und Software. So präsentiert Apogee (5.1., B88) mit Ensemble ein digitales Audio Interface speziell für den Mac-Einsatz. Das Gerät ist das erste Multichannel-Audio-Interface, das über Apples Logic Pro Software gesteuert wird. Die Bedeutung des Apple-Rechners spiegelt sich in der Präsenz der Apple Corporation als Aussteller wider, die mit einem großen Stand auf der Messe vertreten sein wird. Hierzu Gerd Albrecht, Pressesprecher Apple Deutschland: "Apple freut sich auf eine interessante und spannende Musikmesse 2006, die wiederum Impulse für die ganze Branche setzen wird".

Zeitgleich zur Musikmesse findet auch die Fachmesse Prolight + Sound statt, die sich speziell der Veranstaltungs- und Kommunikationstechnik widmet.

Details: <http://www.musikmesse.de> und <http://pls.messefrankfurt.com/frankfurt/de>

Vorschau: Jahreskonferenz des Europäischen Musikrates **20. - 23. April 2006 Malmö, Schweden**

Die Jahreskonferenz 2006 "Turning Points: Music - Youth - Diversity" findet vom 20. bis 23. April in Malmö, Schweden, statt. Im Mittelpunkt stehen musikalische Traditionen von Migranten- und Minderheitenkulturen, die einen wesentlichen Beitrag zur kulturellen Vielfalt in Europa leisten. Nach „Many Musics in Europe“ bleibt der EMC beim Thema musikalische Vielfalt in Europa und stellt in diesem Jahr besonders die musikalischen Traditionen und die musikalische Praxis von Migranten, vor allem der jungen Generation, in den Mittelpunkt.

Informationen und Anmeldung unter <http://www.emc-imc.org>

-Anzeige-

Forum Kulturmarketing

"Starke Marken" ist das zentrale Thema des Kongresses Forum Kulturmarketing am 11. und 12. Mai 2006 in Ludwigsburg. War die Herausbildung "Starke Marken" bisher ausschließlich ein Phänomen der Wirtschaft, nimmt ihre Bedeutung nun in den Kulturbetrieben zu: Denn in Zeiten knapper Kassen und zunehmender Konkurrenz müssen Kulturbetriebe neue Konzepte entwickeln, um sich erfolgreich positionieren zu können.

Anmeldungen sind ab sofort möglich: <http://www.forum-kulturmarketing.de>

Vorschau: Fachmesse Venue EXPO Europe 2006 **München, 3. Mai - 5. Mai 2006**

Venue Expo Europe ist die umfassende Fachmesse und Konferenz für alle, die eine Sport- und Veranstaltungsstätte betreiben. Die dreitägige Veranstaltung befasst sich mit Design, Finanzierung, Bau und Management moderner Veranstaltungsstätten - von Sportstadien und -arenen, bis zu Konzerthallen, Opernhäusern und Mehrzweck-Veranstaltungsstätten. Venue Expo Europe vereint die früheren Stadia- und Auditoria-Messen unter einem Dach - einschließlich der Sports Turf Summit - und bietet ein umfassendes Angebot an Produkten und Dienstleistungen und mehr als 50 fachkundige Gastredner im kostenlosen Konferenzprogramm.

Details und Anmeldung: <http://www.venueexpo.com>

Vorschau: Tagung "Kultur und Informatik" **Berlin, 17. Mai 2006**

Die erste Tagung »Kultur und Informatik«, eine Veranstaltung der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin in Kooperation mit der Alcatel SEL Stiftung und der Berlinischen Galerie, stieß auf ein außerordentlich breites Echo. Am 20. Mai 2005 referierten und diskutierten fünfzehn namhafte Fachleute aus den Bereichen Kunst, Kultur und Informatik vor einem Hörerkreis von 175 Besuchern über die Themenbereiche Mediale Kommunikation, Digitale Kunst, Neue Technologien sowie Kunst und Kultur im Museum.

Die von den Referenten und Teilnehmern aufgeworfenen Thesen und Fragen zur interkulturellen Kommunikation und Ästhetik, zu Themen der wirtschaftsgeprägten Globalisierung, aber auch zur Abgrenzung einzelner Fachgebiete gegenüber der Informatik versus Interdisziplinarität und Transkulturalität führten teilweise zu sehr kontrovers geführten Diskussionen.

Details: <http://inka.f4.fhtw-berlin.de/tonkunst>

IMPRESSUM

Kulturmanagement Network Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR
PF 1198, D-99409 Weimar | Paul-Schneider-Str. 17, D-99423 Weimar
Telefon: +49 (0) 3643 255 328 | Telefon/Telefax: +49 (0) 3643 801 765
Email: info@kulturmanagement.net | Internet: <http://www.kulturmanagement.net>
V.i.S.d.P.: Dirk Heinze

Für eine größere Darstellung der Texte nutzen Sie bitte die Zoom-Funktion des Acrobat Reader. Der Ausdruck des Dokuments für den eigenen Bedarf ist möglich.

Dieser Newsletter erscheint immer Anfang des Monats und ist kostenfrei erhältlich. Bisher erschienene Newsletterausgaben können Sie im Newsletterarchiv herunterladen.

Weitere Informationen unter <http://newsletter.kulturmanagement.net>