

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

auch wenn man gemeinhin meint, die Sommermonate wären ruhig, kann man leicht vom Gegenteil überzeugt werden. In kurzem Zeitabstand schreckten zwei Computerviren, sog. Würmer, die Internetgemeinde auf. Es machte wieder einmal deutlich, wie bedeutsam das Thema Sicherheit im Umgang mit Email-Nachrichten ist. Das gilt auch und gerade für den Kultursektor, wo auf Festplatten von Mitarbeitern wichtige Verträge, Programmabläufe oder Adressdatenbanken gefährdet sein können. Jene, die aktuelle Virensoftware nutzen, fühlten sich zumindest von massenhaft versendeten Emails belästigt. Allein in der Zentrale des Kulturmanagement Network gingen in den ersten 48 h nach Beginn des „Virenalarms“ ca. 300 unerwünschte Nachrichten mit dubiosen Anhängen ein. Bei schneller Internetanbindung kein Problem - für Modemnutzer allerdings ein teures Vergnügen. Weitaus größer ist der Imageschaden: durch gefälschte Absenderzeilen standen plötzlich unschuldige Firmen und Personen in Verdacht, Spamming und Virenversand zu betreiben. Wir haben die Virenproblematik zum Anlass genommen, in einer Umfrage unter unseren Lesern und Online-Nutzern ein Meinungsbild vom alltäglichen Umgang zu zeichnen.

Kulturmanagement Network ist im September wieder vor Ort, um von Veranstaltungen direkt zu berichten und neuesten Entwicklungen nachzugehen. Dirk Heinze wird am 20.9. beispielweise auf der Messe EINSTIEG in Berlin eine Podiumsrunde moderieren, in der es um Perspektiven für den Kulturmanagement-Nachwuchs geht. Den Abiturienten sollen vor allem die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten und Berufsfelder dargestellt, aber auch die aktuellen Probleme auf dem Kultur-Arbeitsmarkt vermittelt werden. Kulturmanagement Network wird zudem als Medienpartner die 2. Weimarer Herbstakademie für Kulturmanagement Ende September begleiten. Im Mittelpunkt stehen dort aktuelle Tendenzen der Kulturförderung und -finanzierung, speziell im Bereich Fundraising.

Im Oktober erreichen wir mit der 50. Ausgabe unseres Newsletters einen kleinen Meilenstein. U.a. wollen wir die Ergebnisse einer Umfrage veröffentlichen, die wir in diesem Jahr zum Berufsfeld der Kulturberatung vorgenommen haben. Wir würden uns freuen, wenn Sie uns anlässlich dieser kleinen Jubiläumsausgabe Ihre Kommentare, Erfahrungen und Anregungen zum Newsletter senden würden.

hr Dirk Schütz und Dirk Heinze, Kulturmanagement Network

INHALT SEPTEMBER 2003

Themen & Hintergründe

1. GATS-Verhandlungen über die Liberalisierung von Kulturdienstleistungen
2. KleinKunstTag in der Deutschschweiz
3. Krise in der Personalpolitik der GLOCKE, Bremen
4. Im Fokus: Bürgergemeinde Bern

News & Kurzberichte

5. Neue Theaterstatistik 2001/2002 erschienen
6. Presseumschau zu Kulturmanagement und -politik

Publikationen

7. Buchrezension: Selbstmanagement im Musikbetrieb. Handbuch für Musikschafter
8. Buchrezension: Die verwaltete Kunst
9. Kurzvorstellung: Database Marketing im Kulturbetrieb

Ausbildung & Beruf

10. Studiengang des Monats: Veranstaltungsmanagement, FH Osnabrück

Web & Technik

11. Sobic.F - der schnellste Computerwurm aller Zeiten

Kalender

12. Vorschau: Österreichischer Fundraising- und Social Marketing Kongress, Wien
13. Vorschau: Präsentation eines Gründungseifadens für den Kunst- und Kulturbereich, Wien
14. Vorschau: 1. Kulturpolitischer Salon, Leipzig
15. Vorschau: Tagung „Wie nützlich sind Künstlerinnen-Netzwerke heute“, Hannover
16. Terminvorschau

THEMEN & HINTERGRÜNDE

1. GATS-Verhandlungen über die Liberalisierung von Kulturdienstleistungen

Ein Beitrag von Dr. Isabella Urban, Korrespondentin, Wien

Seit Jänner 1995, im Anschluss an die „Uruguay-Runde“ der WTO, wird eine schrittweise Liberalisierung des Dienstleistungssektors angestrebt, die 2004 abgeschlossen sein soll. Vom 10.-14. September 2003 findet in Cancún, Mexiko, die 5. Ministerkonferenz der Welthandelsorganisation WTO statt, in deren Rahmen das Übereinkommen zum Handel mit Dienstleistungen (GATS - General Agreement on Trade in Services) verhandelt wird. Dabei soll unter anderem über die Liberalisierung von Kulturdienstleistungen entschieden werden. Die Liberalisierung des Dienstleistungssektors hätte zur Folge, dass Dienstleistungen dem Prinzip des freien Wettbewerbs und dem Grundsatz der Gleichbehandlung in- und ausländischer Anbieter unterworfen würden.

Für den Kulturbereich würde das bedeuten, dass ausländischen Kulturanbietern dieselben Förderungen wie inländischen gewährt werden müsse. Inländische Kultureinrichtungen stünden bei der Finanzierung im direkten Wettbewerb mit Anbietern kultureller Dienstleistungen aus der ganzen Welt. Die Liberalisierung von Kulturdienstleistungen würde vor allem den audiovisuellen Bereich, öffentlich-rechtliches Fernsehen und die nationale Filmförderung treffen. Öffentliche Subventionen, Quoten-Regulierungen und geförderte Co-Produktionen könnten als „Handelshindernis“ angesehen werden und damit fallen.

Um dieser Entwicklung zu begegnen, müssten jetzt Kulturbereiche definiert werden, die zur öffentlichen Daseinsvorsorge zählen und aus der Liberalisierung herausgenommen werden können; eine Möglichkeit, die das GATS-Abkommen vorsieht.

Für die Mitgliedstaaten der EU werden die Verhandlungen von der Europäischen Kommission geführt, obwohl das „Subsidiaritätsprinzip“ die nationalstaatliche Kompetenz für Kultur sichert und der Kommission somit keine wirkliche Kompetenz auf dem Gebiet der Kultur zukommt. Der Deutsche Kulturrat fordert die Europäische Kommission auf, gemäß Art. 151 Abs. 4 des Amsterdamer Vertrags alle Liberalisierungsangebote der Europäischen Union im Rahmen der GATS-Verhandlungen zunächst auf ihre Kulturverträglichkeit zu prüfen.

Links:

<http://www.igkultur.at/igkultur/kulturpolitik>

http://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/min03_e/min03_e.htm#docs

<http://www.kulturrat.de/aktion/aktion-gats.htm>

Über die Ergebnisse der 5. Ministerkonferenz werden wir im nächsten Newsletter berichten.

2. KleinKunst-Tag in der Deutschschweiz. Ein Kulturrengagement des MIGROS-Kulturprozents

Ein Beitrag von Gwyneth Hughes, Korrespondentin, Zürich

Unter dem Motto „näher dran!“ findet am 13. September 2003 der erste deutschschweizerische Kleinkunst-Tag statt. 121 Kleintheater, Kulturkommissionen und -Vereine werden sich dem Publikum präsentieren. Organisiert wird der Kleinkunst-Tag als neue Form der Kulturförderung durch das Migros-Kulturprozent, genauer den Bereich Performing Arts, der sich seit Jahren mit Finanzierungsbeiträgen und verschiedenen Projekten für die Sparte Kleinkunst einsetzt. Mit dem Kleinkunst-Tag will das Migros-Kulturprozent eine Plattform bieten, um in der Öffentlichkeit über die verschiedenen Aspekte der Kleinkunst zu reden, nachzudenken und dieses Engagement zu würdigen. Gwyneth Hughes unterhielt sich mit Christoph Haering, Leiter des Bereichs Performing Arts, und Pia Wälti, Projektleiterin Kleinkunst-Tag im Bereich Performing Arts. Das Interview steht als PDF-Dokument zum Download zur Verfügung.

Details: <http://www.kulturmanagement.net/downloads/Kleinkunst-Tag.pdf>

3. Krise in der Personalpolitik der GLOCKE, Bremen

Ein Beitrag von Hartmut Schroeder, Korrespondent, Wiesbaden

Zum zweiten Mal innerhalb von nur acht Monaten wechselt die Spitze des Bremer Konzerthauses „Die Glocke“. Nachdem Ilona Schmiel die Veranstaltungs GmbH im Herbst letzten Jahres verlassen hat, ist nun plötzlich die Spitze erneut ausgetauscht worden. Der scheidende Geschäftsführer Dr. Thomas Weinsberg hat seinen Vertrag aufgelöst, nachdem sein Budget durch die Kulturpolitiker der Stadt deutlich reduziert wurde, berichtet die Presse. Im folgenden sind einige Beiträge der Tagespresse zu diesem Thema zusammengefasst:

Die Nordwest-Zeitung berichtet über die Kritik aus den Reihen der Opposition. Insbesondere die Grüne Politikerin Stahmann bemängelt, dass mit dem Vertreiben des zweiten Geschäftsführers innerhalb so kurzer Zeit nicht nur die Zukunft des Konzerthauses schwierig wird, sondern auch die Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas für das Jahr 2010 gefährdet sei.

Die TAZ berichtet, dass Weinsberg wie seine Vorgängerin Ilona Schmiel im Streit mit dem zuständigen Wirtschaftsressort gekündigt hätte. „Die sich kurzfristig abzeichnenden deutlich reduzierten Budgets sowie Personalveränderungen innerhalb der Organisation des Hauses bilden für mich keine Grundlage mehr, meine Ziele im Sinne einer nachhaltigen Weiterentwicklung der Potentiale der Glocke zu verwirklichen“ zitiert die TAZ Herrn Dr. Weinsberg. Budgetgründe seien auch für Ilona Schmiels Abschied ausschlaggebend gewesen. Frau Schmiel wird die Nachfolge von Franz Willnauer beim Beethovenfest Bonn antreten. Der langjährige Mann der „zweiten Reihe“, Helmut Pojunkte, folgt ihr dorthin, so lauten unbestätigte Informationen aus Bremen.

Rosi Roland bezweifelt in ihrem Kommentar in der TAZ, dass die Budgetkürzung der ausschlaggebende Grund für den Fortgang von Weinsberg sei, „Der Weinsberg war einfach zu nett“. Er habe für sein Budget aber auch für seine Position in der Bremer Kultur nicht gekämpft.

Über Weinsbergs Einstand wurde in „Tachauch“ am 27.10. letzten Jahres sehr positiv berichtet: „Besser hätte der neue Geschäftsführer des Konzerthauses, Thomas Weinsberg, sich nicht ins Amt einführen können.“ Der Aufsichtsratsvorsitzende der Glocke, Uwe Färber, sprach bei dieser Gelegenheit den Wunsch aus, dass Weinsberg „etwas länger“ bleibe als seine Vorgänger.

Über die zukünftige Führung der Glocke ist auf deren Internetseite nur folgende Mitteilung zu lesen: „Seit dem 1. August 2003 ist Jörg Ehntholt Geschäftsführer der Glocke Veranstaltungs GmbH“. Jörg Ehntholt war zuvor als Chef-Controller bei der Hanseatischen Veranstaltungsgesellschaft (HVG) tätig. Er hat nach dem Weggang von Ilona Schmiel bereits kommissarisch die Geschäfte der Glocke und des Bremer Musikfests geführt.

Die Glocke im Internet: <http://www.glocke.de>

4. Im Fokus: Bürgergemeinde Bern

„Unser Vermögen beläuft sich zwischen einer dreiviertel und zwei Milliarde Franken. Genau wissen wir das nicht und ganz genau möchten wir es auch nicht wissen“, sagt Daniel Wyss, der stellvertretende Bürgergemeindeglied von Bern. Wie glücklich wären in diesen Zeiten deutsche Kämmerer mittelgrosser Städte, hätten auch sie eine Bürgervereinigung, die jährlich knapp 50 Millionen Euro für Soziales und Kulturelles ausgibt. Ein Portrait eines ungewöhnlichen Fund-Raising-Konzepts, das nachfolgend als PDF-Dokument zum Download bereitsteht.
[Ein Beitrag von Martin Tröndle, Korrespondent, Bern]

Download: <http://www.kulturmanagement.net/downloads/Bürgergemeinde.pdf>

-Anzeige-

Institut für Kulturmanagement der PH Ludwigsburg

Sie möchten sich im Kulturmanagement professionell weiterqualifizieren?

Unser Master-Aufbaustudium Kulturmanagement bietet Ihnen die Möglichkeit berufsbegleitend und praxisorientiert in vier Semestern zum Abschluss eines „Master of Arts“ (M.A.) zu gelangen.

Ausführliche Informationen zu Studieninhalten, Studienvoraussetzungen und Studiengebühren erhalten Sie im Internet unter <http://www.kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de> oder telefonisch: 07141 / 140 - 696 / 140 - 746 (Mo. – Fr.: 9 bis 12 Uhr).

Ihr Ansprechpartner ist Patrick Glogner (Wiss. Mitarbeiter). Bewerbungsschluss ist der 15. Januar 2004.

NEWS & KURZBERICHTE

5. Neue Theaterstatistik 2001/2002 erschienen

Statt öffentlicher Spekulationen nun endlich wieder Fakten: Die aktuelle Theaterstatistik des Deutschen Bühnenvereins für die Spielzeit 2001/2002 informiert unter anderem über Besucherzahlen, Einnahmen und Ausgaben der deutschsprachigen Theater und Orchester.

151 öffentliche und 216 private Theater, 40 Konzertorchester und 37 Festspielhäuser sorgten für ein anspruchsvolles Theater- und Konzertangebot und erreichten damit fast 35 Millionen Zuschauer. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies insgesamt ein Zuschauerrückgang um knapp 1,5 Prozent, die Orchester konnten jedoch einen Besucherzuwachs von rund 3,9 Prozent verzeichnen..

Details: [Deutscher Bühnenverein](http://www.deutscherbuehnenverein.de)

6. Presseumschau zu Kulturmanagement und -politik

- Interview zum Thema Sponsoring mit Wilhelm Simson (E.ON): [nmz 9/03, S. 6](#)
- Heilbronner Klavierfestival in Not: [nmz 9/03, S. 10](#)
- Kulturpolitik kennt kein Sommerloch/Tagebuch: [nmz 9/03, S. 15](#)
- Dossier: Der differenzierte Musikurheber: [nmz 9/03, S. 49](#)
- Heilbronner Klavierfestival in Not: [nmz 9/03, S. 10](#)
- Kulturrat gegen Rückforderung von Fördermitteln für RAF-Ausstellung: [Netzeitung v. 12.8.](#)
- „Der Staat muß anspruchsvolle Kultur mitfinanzieren“, Interview mit Udo Corts, [FAZ.NET v. 27.8.](#)
- „Die Kultur bleibt eine Kernaufgabe“, Interview mit Michael Vesper, [Welt am Sonntag v. 24.8.](#)
- Sein und Schein in der Kulturpolitik- Uwe Schneede, [Hamburger Abendblatt v. 29.8.](#)
- Henri Huber ab 2004 Präsident der Genossenschaft Stadttheater Bern, [Bieler Nachrichten v. 29.8.](#)
- Kultur ist Chance für Tourismus in Ostdeutschland, [Ostsee-Zeitung v. 29.8.](#)

PUBLIKATIONEN

7. Buchrezension: Selbstmanagement im Musikbetrieb. Handbuch für Musikschafter

Eine Rezension von Marcus Axt, Korrespondent, Bonn

Eine junge Karriere aufzubauen, braucht Zeit, Geduld, Konstanz und ein gewisses Maß an Hartnäckigkeit. Nicht immer sind Manager oder Agenten die richtige (oder mögliche) Wahl für den Weg auf das Konzertpodium oder die Opernbühne. Abhilfe will das Kompendium „Selbstmanagement im Musikbetrieb“ schaffen. Von den Herausgebern etwas irreführend als „Handbuch für Musikschafter“ bezeichnet, ist es mehr als das und doch nicht genug.

Was der Titel verspricht, kann ein Handbuch nur insofern leisten, als es die für den Musikbetrieb verbindlichen rechtlichen, finanziellen und organisatorischen Informationen bereitstellt. Somit vermag dieses Handbuch für den Musiker am Beginn seiner Karriere den „Businessmanager“ zu ersetzen, den andernfalls die Künstleragentur anbieten würde; den Verzicht auf einen „Personalmanager“ dagegen, einen Mentor, der behutsam Kontakte und Karriere plant, wird es nicht wettmachen. Über die Hälfte der rund 300 Seiten sind allein dem komplizierten Thema „Recht“ im Musikbetrieb in Deutschland und der Schweiz gewidmet und geben kompetent über die Modalitäten und Besonderheiten u.a. von Urheber- und Vertragsrecht, Sozialversicherung, Steuern oder Altersvorsorge Auskunft. Der titelgebende Abschnitt über „Selbstmanagement“ füllt indessen nur knapp ein Drittel des Buches und umreißt konzise und sachkundig die Bereiche Selbstorganisation, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Finanzierung.

Ein erhebliches Manko dieser Anleitung zum Projektmanagement ist allerdings, daß sie größtenteils auf die Finanzierung von Projekten durch Drittmittel fokussiert ist. Das heikle Thema der Grundversorgung junger Künstler – wie bekomme ich die ersten Engagements, wie komme ich an eine Festanstellung, wie finanziere ich meinen Lebensunterhalt – ist nicht Thema dieses Buches. Um so mehr sind dessen Inhalte für den Kulturmanager, den Konzertveranstalter oder den Agenten ebenso wertvoll wie für den hier (hauptsächlich) angesprochenen Musikschafter. Allen praktischen Hinweisen vorangestellt ist ein Memento mori des klassischen Musikbetriebs, das helllichtig die Musealisierung der Konzertsituation aufzeigt und Gedankenanstöße für eine konzeptionelle Neuorientierung vermittelt.

Ergänzend werden wichtige Partner im Musikbetrieb vorgestellt: eine Anleitung, die richtige Agentur zu finden, ergänzt zwei Essays über Chancen und Risiken der Musikverlage und der Tonträgerindustrie. Schade, daß keine Hinweise zum Umgang mit dem vierten wichtigen Partner des Musikers, dem Veranstalter, gegeben werden – hier würde die Theorie des (Selbst-) Managements von Projekten ihre praxisrelevante Anwendung finden.

Details: <http://buecher.kulturmanagement.net> (Rubrik Musik- und Künstlermanagement)

8. Buchrezension: Die verwaltete Kunst

Eine Rezension von Dirk Heinze, Kulturmanagement Network, Weimar

Markus Thiel widmete sich in seiner ausgezeichneten Dissertation von 2002 rechtlichen und organisatorischen Aspekten öffentlicher Kulturverwaltung. Ausführlich zeigt der Autor dabei die Konsequenzen einer verwalteten Kunst auf, wie sie sich beispielsweise durch das Spannungsverhältnis von Individualität und Institution, von künstlerischer Autonomie und bürokratischer Beschränkung äußern. Den Wert erlangt die Publikation maßgeblich durch die Berücksichtigung praktischer Grundsätze für die Bewältigung eben jener Probleme, gerade in den Kapiteln, in denen es um verschiedene staatliche Finanzierungsmodelle geht. Der Autor bezieht - wie nicht anders zu erwarten - unzählige Quellen ein, läßt aber eigenen Schlussfolgerungen ausreichend Raum. Nützlich ist die klare Gliederung, vor allem als Nachschlagewerk für jene Leser im öffentlichen Kulturbetrieb, die fundierte Grundlagen beim Für und Wider von Betriebsformen, Finanzierungsmodellen oder Typologien von Kulturverwaltungen suchen.

Angesichts des Titels überrascht es kaum, dass es sich nicht gerade um einfache Lektüre handelt. Nur wenigen Publikationen der letzten Jahre ist es gelungen, den Reformbedarf des öffentlichen Kulturbetriebs so deutlich zu machen. Das Fatale dabei ist, dass es ohne die Kenntnis des heutigen Zustands und damit ohne die Beherrschung aktueller Instrumentarien von Kulturverwaltung, wie sie Markus Thiel akribisch aufzeigt, keine Basis für Alternativen und Neuanfänge geben kann.

Details: <http://buecher.kulturmanagement.net> (Rubrik Kulturpolitik)

9. Kurzvorstellung: Database Marketing im Kulturbetrieb

Die vielfältiger werdenden Freizeit- und Unterhaltungsangebote stellen Theaterbetriebe unter zunehmenden Konkurrenzdruck. Klassische Werbemittel werden immer weniger wahrgenommen. Wer bemerkt werden will, muss sein Informations- und Werbeangebot auf die Bedürfnisse des einzelnen Kunden zuschneiden. Database Marketing ermöglicht es, den Überblick über die individuellen Interessen der Theaterbesucher zu behalten. Dieser Band zeigt, wie das System, das sich in anderen Branchen bewährt hat, auf den Theaterbetrieb übertragen werden kann, wie es funktioniert, welche organisatorischen, technischen und rechtlichen Aspekte bei der Einführung zu beachten sind und welche praktischen Erfahrungen einige Theaterhäuser bereits gemacht haben.

Details und Bestellung: <http://buecher.kulturmanagement.net> (Rubrik Kulturmarketing)

AUSBILDUNG & BERUF

10. Studiengang des Monats: Veranstaltungsmanagement, FH Osnabrück

Veranstaltungen sind Kommunikationsinstrumente von wachsender Bedeutung. Deutschland nimmt im Veran-

staltungswesen weltweit eine Spitzenposition ein. Es ist der führende Messeplatz und Standort für eine Vielzahl nationaler und internationaler Kongresse. Allein Messen und Kongresse werden mit einem gesamtwirtschaftlichen Volumen von rund 60 Mrd. EURO beziffert. Die wachsende Bedeutung von Marketing Events wird durch einen zunehmenden Anteil im Kommunikationsbudget der Unternehmen dokumentiert.

Als einzige Hochschule in Deutschland bietet die Fachhochschule Osnabrück die Vertiefung Veranstaltungsmanagement im Rahmen eines betriebswirtschaftlichen Studiums an. Der Schwerpunkt des Studiums liegt bei Messen und Ausstellungen, Kongresse und Tagungen sowie Marketing Events.

Den Absolventen bieten sich vielfältige Einsatzmöglichkeiten in den Bereichen:

- * Messen und Ausstellungen
- * Kongresse und Tagungen
- * Marketing Events
- * Weiterbildung
- * Kultur, Sport und Freizeit

Das Studium ist interdisziplinär und modular aufgebaut und vermittelt Kenntnisse über den Veranstaltungsmarkt und seinen Teilnehmern, den wichtigsten Veranstaltungsformen sowie deren Management. Die Studienstruktur und -inhalte sind so aufgebaut, dass sie dem Anforderungsprofil von Veranstaltungsmanagern gerecht werden. Absolventen der Vertiefungsrichtung Veranstaltungsmanagement haben bei Messe- und Kongressgesellschaften, Veranstaltern und Eventagenturen genauso gute Chancen wie in den Veranstaltungsabteilungen von Unternehmen.

Weitere Informationen: <http://www.wi.fh-osnabrueck.de/gebiete/vm>

WEB & TECHNIK

11. Weltrekord für Sobig.F: Der schnellste Computerwurm aller Zeiten

„Über Sobig.F können Virenexperten nur staunen: Das Virus verbreitet sich mit bisher ungekannter Geschwindigkeit. Inzwischen ist auch klar, dass Sobig mehr ist als nur ein Ärgernis: Der Wurm installiert einen Trojaner - und öffnet den PC damit für weit gefährlichere Angriffe.“ So schrieb im August Spiegel online.

Allein in der Email-Zentrale von Kulturmanagement Network in Weimar gingen innerhalb von 48 Stunden ca. 300 Emails ein, die als Anhang den Wurm mit sich trugen. Bekannte Betreffzeilen (Subjects) dieser elektronischen Nachrichten sind „Wicked Screensaver“, „That Movie“, „Your Details“ und „Your application“. Das Tückische daran: die Absenderzeile wird stets gefälscht, sodass unschuldige Internetnutzer und Firmen plötzlich in den Verdacht geraten, Spam-Mails zu verschicken. Ein Imageschaden, der nicht gering zu schätzen ist. Sobig.F sollte einmal mehr Anlaß für Privatanwender sein, sich mit aktueller Virensoftware auszustatten. Firmen und Organisationen sind ihrerseits aufgerufen, ihre Mitarbeiter zu diesem Thema zu schulen.

Zum Thema Virenschutz befragt Kulturmanagement Network derzeit seine Leser und Nutzer der Online-Plattform. Wir würden uns freuen, wenn Sie in den nächsten Tagen unsere Homepage besuchen und Ihre Meinung in der Umfrage abgeben.

Weiterführende Informationen: <http://www.kulturmanagement.net> / [Spiegel online](#)

KALENDER

12. Vorschau: Österreichischer Fundraising- und Social Marketing Kongress

Von 6.-8. Oktober findet in Wien im Schloss Miller-Aichholz der 10. Österreichische Fundraising- & Social Marketing Kongress statt. Zum zweiten Mal ist dem Thema „Kunst & Kultur“ ein umfangreicher Schwerpunkt gewidmet. Insgesamt präsentieren über 30 internationale und österreichische Referenten Fallbeispiele, Referate und Seminare.

Der Kongress startet am ersten Tag mit sechs Workshops zu Basisthemen des Fundraising und Sponsoring. An den beiden folgenden Tagen finden Vorträge parallel mit Schwerpunkten wie Fundraising Tools, Soziale Verantwortung & Wirtschaft, Soft Skills & Management sowie Kunst & Kultur statt.

Weiterführende Informationen: <http://www.fundraising.at>

13. Vorschau: Präsentation eines Gründungsleitfadens für den Kunst- und Kulturbereich

Donnerstag, 18. September 2003, 19 Uhr, Wirtschaftskammer Österreich, Rudolf-Sallinger-Saal

Die „Frau in der Wirtschaft Österreich“ präsentiert erstmals einen Gründungsleitfaden für den Kunst- und Kulturbereich. Im Rahmen von ARTWORKS entwickelte „Frau in der Wirtschaft“ einen Leitfaden, der sich explizit an Künstlerinnen wendet und spezifische Fragen zur Unternehmungsgründung beantwortet.

Am Podium: Anna-Maria Hochhauser (Wirtschaftskammer Österreich), Ulrike Gießner (ÖKS), Christine Hapala (Projektgruppe der Frau in der Wirtschaft Wien), Daniela Koweindl (IG Bildende Kunst), Martina Wäfler (Künstlerin), Karin Wolf (Institut für Kulturkonzepte). Moderation: Ingrid Amon

Details: <http://www.oks.at/001/KunstUndBildung?cid=1031>

14. Erster Kulturpolitischer Salon: „Die kulturpolitische Dimension der EU-Osterweiterung“ 16. September 2003 um 19 Uhr im Großen Foyer der Oper Leipzig

Mit der Erweiterung um acht osteuropäische Staaten steht die Europäische Union vor einem gewaltigen Schritt, der aus politischer und wirtschaftlicher Sicht schon lange thematisiert wird. Wenn die Mitgliedslander die Idee einer weiter zusammenwachsenden europäischen Gemeinschaft verwirklichen wollen, sollten allerdings nicht nur der Euro, das Schengener Abkommen oder die Agrarpolitik eine Rolle spielen. Genauso wichtig ist die kulturelle Integration der einzelnen Staaten, also das Lernen von und das Arbeiten mit den Anderen. Dieses Ziel ist nicht zuletzt eine Herausforderung für die Kulturpolitik.

Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, Dr. Christina Weiss, wird die erste Veranstaltung des Kulturpolitischen Salons Leipzig mit einem Auftaktreferat eröffnen. Im Anschluss diskutiert sie mit Vertretern von Kultur, Politik und Gesellschaft aus Polen, Rumänien und Deutschland.

Kooperationspartner der ersten Veranstaltung ist das Deutsche Kulturforum östliches Europa.

Weitere Informationen: <http://www.oper-leipzig.de>

-Anzeige-

Neu im Buchshop (<http://buecher.kulturmanagement.net>) von Kulturmanagement Network:

[Jahrbuch Sponsoring \(Peter Strahlendorf\)](#)

[Die Ich-Ressource. Zur Kultur der Selbst-Verwertung \(Jan Verwoert\)](#)

[Kulturförderpolitik. Ein systemtheoretischer Ansatz \(Stefan Naumann\)](#)

[Von Kunst leben. Marketing für kreative Freiberufler \(David Lindner\)](#)

[Die Schönen Guten Waren. Die Kunstwelt und ihre Selbstdarsteller \(Christine Resch\)](#)

15. Vorschau: Tagung „Wie nützlich sind Künstlerinnen-Netzwerke heute?“, Hannover

Dass Netzwerke generell hilfreich sind, ist sicher unbestritten. Doch wer nutzt sie für sich, wann, warum und wie? Wie haben sich Netzwerke ausgehend von ihrem historischen Ursprung entwickelt? Welche Funktionen übernehmen sie heute? Sind Netzwerke „Durchlauferhitzer“ für die Karriere? Welches politische Gewicht haben Netzwerke? Helfen ihre Aktivitäten die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen zu verändern? Und kommen Künstlerinnen mit Hilfe von Netzwerken ans Ziel oder sind es sorgfältig geknüpfte Seilschaften, die den erhofften Erfolg bringen?

Diesen und vielen anderen Fragenstellungen wollen die Veranstalterinnen der Tagung auf den Grund gehen. Die Veranstalterinnen bietet viel Raum für gegenseitigen Austausch: Mit Vorträgen, in Diskussionen und Workshops schlagen sie den Spannungsbogen von der Kunst über die Stellung der Frau in der Gesellschaft hin zu Netzwerken und Erfolg versprechenden Rezepten für Künstlerinnen-Karrieren.

Mehrere Künstlerinnen-Netzwerke stellen ihre Konzepte vor und berichten von Erfolgen und Misserfolgen. Im Erfahrungsaustausch mit Frauen, die es geschafft haben, lernen die Teilnehmerinnen, wie sie sich vorteilhaft präsentieren und ihren Weg zum Erfolg vorbereiten können.

Ausdrückliches Ziel der Tagung ist die Praxisorientierung; den Teilnehmerinnen werden zahlreiche sofort anwendbare Informationen und Praxistipps an die Hand gegeben. Anmeldungen sind bis zum 9.9.2003 möglich.

[Ein Beitrag von Barbara Gronauer, Korrespondentin, Hannover]

Weitere Informationen: <http://www.hmt-hannover.de/aktuelles/projekte/netzwerke>

16. Terminvorschau

- | | |
|---------------|---|
| 07.09.-08.09. | Workshop „Der kuratorische Prozess“, Emsdetten (Münsterland) |
| 08.09. | Kongress „Musik bewegt?!“ des Deutschen Musikrates, Berlin |
| 08.09.-12.09. | International Cultural Heritage Informatics Meeting, Paris |
| 13.09. | KleinKunstTag, 100 Gemeinden in der Deutschschweiz |
| 15.09.-16.09. | Dramaturgy in Museum Communication, Zürich |
| 16.09. | 1. Kulturpolitischer Salon, Leipzig |
| 18.09. | Präsentation Gründungsleitfaden für Kunst- und Kulturbereich, Wien |
| 20.09. | Podiumsdiskussion „Berufsperspektiven für Einsteiger im Kulturmanagement“, Berlin |
| 25.09.-27.09. | 2. Weimarer Herbstakademie Kulturmanagement, Weimar |
| 06.10.-08.10. | Österreichischer Fundraising- und Social Marketing Kongress, Wien |
| 11.10. | International Leadership Forum „Leading in Turbulent Times“, München |
| 16.10.-19.10. | 100 Jahre Österr. Galerie Belvedere - Symposium, Wien |

Details dazu unter <http://kalender.kulturmanagement.net>

IMPRESSUM

Über Ihr Feedback mit Kritik, Lob oder Anregungen freuen wir uns. Schreiben Sie uns:
Kulturmanagement Network Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR
Postanschrift: PF 1198, D-99409 Weimar
Hausanschrift: Paul-Schneider-Str. 17, D-99423 Weimar
Telefon +49 (0) 70000 KULTUR (585887), Fax: +49 (0) 89 1488 267732
Email: info@kulturmanagement.net, Internet: <http://www.kulturmanagement.net>
Website powered by [Lombego Systems](#), basierend auf Postnuke
V.i.S.d.P.: Dirk Heinze

Hinweise:

Für eine größere Darstellung der Texte nutzen Sie bitte die Zoom-Funktion des Acrobat Reader. Der Kulturmanagement Newsletter wird im Einzelabonnement, als Gruppenabonnement oder für institutionelle Mitglieder angeboten. Der Ausdruck des Dokuments für den eigenen Bedarf ist möglich.
Die Weiterleitung der pdf-Datei oder seiner ausgedruckten Version an Dritte ist nicht gestattet! Die Weiterleitung oder Vervielfältigung des Newsletters jeglicher Art innerhalb Ihrer Organisation, Institution, Ihres Studiengangs oder Vereins ist eine Verletzung des Copyrights und damit illegal. Als Probeexemplar steht auf unserer Newsletterseite <http://newsletter.kulturmanagement.net> die Juniausgabe kostenlos zum Download zur Verfügung. Nehmen Sie Kontakt zu Kulturmanagement Network auf, um sich über die Konditionen für ein Gruppenabonnement oder eine institutionelle Mitgliedschaft zu informieren. Wir unterbreiten Ihnen gern dazu ein interessantes Angebot.