

KULTURMANAGEMENT NEWSLETTER
Monatlicher Informationsdienst für Kultur und Management

ISSN 1610 - 2371 | Ausgabe 58 – Juni 2004

Liebe Leserinnen und Leser,

wie alle Bereiche des Kulturbetriebs, muss sich auch der soziokulturelle Bereich auf die gesellschaftlichen Veränderungen und neue Rahmenbedingungen einstellen. Die Vielfalt der gestalterischen Möglichkeiten und die Fülle anspruchsvoller organisatorischer und administrativer Aufgaben, die sich mit der zunehmenden Professionalisierung dieses Bereichs auf tun, eröffnen auch für immer mehr junge Kulturmanager ein spannendes Betätigungsfeld. Vor allem aktuelle Entwicklungen und Veranstaltungen führten uns daher dazu, diesmal der Soziokultur mehr Beachtung zu schenken und diese zum thematischen Schwerpunkt dieses Newsletters zu machen.

Das Maecenata-Institut hat als Ergebnis eines seit 1998 laufenden Projekts mit der Bertelsmann-Stiftung ein Diskussionspapier vorgelegt, in dem eine Reform des Gemeinnützigkeitsrechts dafür sorgen soll, dass Nonprofit- Organisationen „unserer gesellschaftlichen und politischen Wirklichkeit an die Gegebenheiten des 21. Jhdts.“ angepasst und systematisch neu geordnet werden sollen.

Mit dem Wert von Soziokultur für die Gesellschaft befasst sich auch der vom 18. bis 20. Juni stattfindende Kongress „Elements of Future“. Das bundesweite Treffen Soziokultureller Zentren findet anlässlich des 25-jährigen Bestehens der Bundesvereinigung im Kulturzentrum K4, dem Künstlerhaus in Nürnberg, statt. Dabei wird über Soziokultur nicht nur als „Kultursparte im herkömmlichen Sinn, sondern als Prinzip, das gesellschaftliche Entwicklungen positiv beeinflusst“ diskutiert werden. Aus unserer Sicht wird es vor allem bei diesem Kongress darauf ankommen, die Kräfte der Akteure zu bündeln und neben inhaltlichen Fragen auch Wege aufzuzeigen, wie soziokulturelle Zentren mehr Multiplikatoren auf kommunaler Ebene finden, um ihre Existenz langfristig zu sichern.

Zwei ausführliche Beiträge unserer Korrespondentin Eva M. Reussner blicken auf Veranstaltungen zum Thema Öffentlichkeitsarbeit zurück. Sie unterstreichen - wie viele andere ähnliche Berichte - einmal mehr unseren Anspruch, auf wichtigen Branchentreffs für Kulturmanager vor Ort zu sein und sich kritisch mit den Referaten und Diskussionen auseinander zu setzen, aber auch die Resonanz der Teilnehmer widerzugeben. Gerade in den nächsten Wochen und Monaten finden wieder eine Reihe von Veranstaltungen, Tagungen und Kongresse statt, bei denen unsere Korrespondenten vor Ort sein und für Sie berichten werden.

Trotz des recht müden Frühsommers wünschen wir Ihnen wieder erhellende Beiträge und vielerlei spannende Einsichten in die aktuellen Entwicklungen des Kulturbetriebs und Kulturmanagements

Ihr Dirk Heinze & Dirk Schütz
sowie die Korrespondenten des Kulturmanagement Network

INHALT JUNI 2004

Themen & Hintergründe

1. Die Verwaltungskosten von Nonprofit-Organisationen
2. Linksammlung Soziokultur
3. Freiwilliges Soziales Jahr erstmals auch im Kulturbereich möglich

News & Kurzberichte

4. Presseumschau zu Kulturmanagement und -politik
5. Personalien: Internationale Stiftung Mozarteum hat neuen Geschäftsführer

Publikationen

6. Buch des Monats: PR für Kunst und Kultur, von Birgit Mandel
7. Kurzvorstellung: Kultureinrichtungen in Stiftungsform
8. Kurzvorstellung: Buchhaltung und Steuern. Ein Ratgeber

Ausbildung & Beruf

9. Rückblick: Seminar „Wirb oder Stirb“, Wolfenbüttel

Kalender

10. Rückblick: 1. Kultursponsoring-Gipfel, Berlin
11. Rückblick: AsKI-Fachtagung "Wirksame Öffentlichkeitsarbeit", Düsseldorf
12. Rückblick: Kongress "Musik in der Ganztagschule", Königstein/Ts.
13. Rückblick: Kongress "Eurovisionen", Berlin
14. Vorschau: Kongress soziokultureller Zentren, Nürnberg
15. Vorschau: Volunteer-Management im Museum, Bedburg-Hau/NRW
16. Vorschau: Anspruch und Wirklichkeit der Industriemuseen, NRW
17. Vorschau: European Conference of Symphony Orchestras, Dresden
18. Terminvorschau

THEMEN & HINTERGRÜNDE

1. Die Verwaltungskosten von Nonprofit-Organisationen

Vorurteile und Missverständnisse bezüglich der Verwaltungskosten im Non-Profit-Bereich sind vor allem auf eine mangelnde Transparenz der Einrichtungen zurückzuführen. Dabei spielt der öffentliche Minimierungsdruck eine große Rolle. Die Fixierung auf niedrige Verwaltungskosten erschwert eine rationale Auseinandersetzung mit der Frage nach der optimalen Erfüllung des satzungsgemäßen Auftrages einer Organisation bei gleichzeitiger Optimierung der dabei notwendig entstehenden Kosten. Dass diese Auseinandersetzung nötig und möglich ist, zeigt die vorliegende Veröffentlichung. Verwaltungsausgaben bei Nonprofit-Unternehmen - in diesem Fall bei Förderstiftungen - lassen sich durchaus nach betriebswirtschaftlichen Kriterien analysieren und bewerten. Zugleich hat eine solche Betrachtung aber auch ihre Grenzen. Die Untersuchung entwickelt eine Definition von Bezugsgrößen und von Verwaltungskosten, die in eine konkrete Empfehlung über einen angemessenen Anteil der Verwaltungskosten am Gesamtbudget mündet.

Details: http://www.maecenata.de/1200_aktuelles/1200_aktuelles.html

-Anzeige-

Kulturmanagement Stellenmarkt

Seit 19.4.2004 bieten wir eine verbesserte Version unseres Stellenmarkts:

- umfangreichste Auswahl an Stellenangeboten im Kulturmanagement
- laufende Aktualisierung (mindestens 2x wöchentlich)
- Zeitvorteil bei der Stellensuche gegenüber anderen Medien
- Zeitersparnis durch komfortable und umfassende Suchfunktion
- Stellenangebote aus Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Trennung von Stellen und Praktika
- hilfreiche Tipps rund um das Thema Berufsplanung, Bewerbung, Qualifikation

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

2. Linksammlung Soziokultur

Bundesvereinigung soziokultureller Zentren: <http://www.soziokultur.de>

Artikel der KuPoGe: <http://www.kupoge.de/ifk/ehrenamt/bildung/bildung.htm>

Artikel der Bundeszentrale für Politische Bildung zum Begriff der Soziokultur:

<http://www.bpb.de/publikationen/7K2202,1,0>

<http://www.bpb.de/publikationen/OPDJNR,0,0>

<http://www.bpb.de/publikationen/WTEV3Z,0,0>

3. Freiwilliges Soziales Jahr erstmals auch im Kulturbereich möglich

Der Landesverband Soziokultur Sachsen wurde vom Landesjugendamt als Träger des Freiwilligen Sozialen Jahres (FSJ) im Kulturbereich anerkannt. Nach Auslaufen des Bundesmodellprojekts startet der Landesverband ab 1. September 2004 mit zunächst 20 Freiwilligenplätzen in soziokulturellen Einrichtungen Sachsens. Im Zuge der För-

derzusage wurde eine Stelle beim Landesverband geschaffen, die die Koordination des zwischen den Einrichtungen, dem Landesverband und den Freiwilligen selbst ermöglicht.

Die Etablierung von Freiwilligendiensten dürfte zweifellos eine Signalwirkung haben, eröffnen sich doch damit für junge Menschen neue Möglichkeiten gemeinnützigen Engagements in der Zeit zwischen Schule und Beruf. Mehr noch: neben der Chance, sich an attraktiven Orten in künstlerischen, pädagogischen und sozialen Projekten zu engagieren, schafft es eine wichtige Orientierung für den Berufseinstieg und ist damit eine Ergänzung oder Alternative zu Praktika.

Klar ist auch, dass die klassischen Träger im karitativen Bereich nun erstmals Konkurrenz bei der Vergabe der Fördermittel für das Freiwillige Jahr bekommen. Aber Wettbewerb dürfte wohl auch das „Nonprofit-Geschäft“ beleben. Wie Ihre Meinung dazu ist, würde uns vom Kulturmanagement Network interessieren. Besuchen Sie unser Diskussionsforum um mit uns und den Lesern und Nutzern von Kulturmanagement Network ins Gespräch zu kommen.

Weitere Informationen: <http://www.soziokultur-sachsen.de>

-Anzeige-

Lombego Systems – Internetsolutionprovider | Softwaredevelopment

Neue Technologien wie das Internet haben in den vergangenen Jahren unsere Lebensweise verändert und Arbeitsformen revolutioniert. Der effektive Einsatz von Informationstechnologie ist im harten Wettbewerb marktentscheidend.

Stellen Sie Ihren Kulturbetrieb auf erwachsene Füße! Lombego Systems unterstützt Sie bei der Planung und Integration von Informations- und Kommunikationstechnologien in allen Geschäftsfeldern, um die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Unternehmens zu steigern.

„IT ist nicht einfach eine Dienstleistung, sondern unsere Passion.“

Als Spezialisten u.a. für datenbankgestützte Internetanwendungen haben wir diesen Grundsatz auch für Kulturmanagement Network verwirklicht.

Vom Webhosting bis hin zu komplexen Internetanwendungen – wir sind der kompetente Partner für Sie.

Ausführliche Informationen: <http://www.lombego.de>

NEWS & KURZBERICHTE

4. Presseumschau zu Kulturmanagement und -politik

Konferenz „Kultur und Peripherie“ in Görlitz, in: <http://www.sz-online.de> vom 26.5.
Kultur erhält 1,66 % aus öff. Haushalten, in: <http://www.ostsee-zeitung.de> vom 6.5.
Kulturdezernent Nordhoff wiedergewählt, in: <http://www.rhein-main.net> vom 15.5.
Akademie: Bundesrat lehnt Weiss-Gesetz ab, in: <http://www.faz.net> vom 15.5.
Zürcher Filmstiftung auf der Zielgeraden, in: <http://www.nzz.ch> vom 13.5.
Hamburgs Künstler fordern Kompetenz, in: <http://www.abendblatt.de> vom 2.5.

5. Personalia: Internationale Stiftung Mozarteum hat neuen Geschäftsführer

Das Präsidium der Internationalen Stiftung Mozarteum Salzburg (ISM) hat einen neuen kaufmännischen Geschäftsführer bestellt: Ab 1. Juni wird Stephan Pauly die kaufmännische Leitung der ISM übernehmen. Pauly ist seit zwei Jahren für die ISM tätig - zuletzt als künstlerischer Leiter sowie als Projektleiter für das Mozartjahr 2006. Beide Aufgabenbereiche wird er auch weiterhin wahrnehmen. Als kaufmännischer Geschäftsführer wird er in Zukunft für die Finanzen und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich sein.

Im kaufmännischen Bereich war Pauly vor seiner Tätigkeit für die ISM als Managementberater bei einer international führenden Unternehmensberatung für Firmen aus verschiedensten Bereichen der Privatwirtschaft tätig (Automobilhersteller, Banken, Hightech, Medien, Kulturinstitutionen). Dabei gehörten Projekte zum Kostenmanagement und Controlling ebenso zu seinen Aufgaben wie Programme zum Geschäftsfeld- und Personalaufbau sowie Turnaround- und Reorganisationsprogramme. Im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit war Pauly sowohl bei öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten (als Autor, Redakteur und Regisseur) als auch im Print-Bereich (als Herausgeber einer Buchreihe) tätig. [Quelle: Ö1]

Weitere Informationen: <http://www.mozarteum.at>

PUBLIKATIONEN

6. Buch des Monats: PR für Kunst und Kultur

Eine Rezension von Dirk Schütz, Kulturmanagement Network, Weimar

Public Relations sind in den letzten Jahren zu einem der wichtigsten Themen im Arbeitsalltag von Unternehmen und Organisationen geworden. Professionelle und erfolgreiche Kommunikationsarbeit ist überlebenswichtig in der Informationsgesellschaft. Diese Einsicht verbreitete sich nicht nur sehr schnell in der Wirtschaft, sondern auch im Kultur- und Non-Profit-Bereich. Der Einsicht folgten im Kulturbetrieb leider nicht allzu oft Taten und so ist PR noch immer ein eher stiefmütterlich behandelter Bereich in vielen Kultureinrichtungen und -organisationen. Umso mehr wundert es, dass es bei der Fülle an Publikationen zum Thema Öffentlichkeitsarbeit und PR fast keine Literatur gibt, die sich mit den Spezifika der PR im Kulturbetrieb beschäftigt.

„PR für Kunst und Kultur“ von Birgit Mandel füllt da eine Lücke. Und die Autorin kann einen großen Erfahrungsschatz jahrelanger praktischer PR-Arbeit im Kulturbetrieb einbringen. Dies gemischt mit den Ergebnissen ihrer wissenschaftlichen Forschungsarbeit an der Universität Hildesheim lässt das Buch zu einem wichtigen Grundlagenwerk für die PR im Kulturbetrieb werden.

Das Buch unterteilt sich in 3 Hauptbereiche. Im ersten, eher wissenschaftlichen Teil stellt die Autorin moderne Kommunikationsarbeit für Kulturbetriebe in den Kontext derzeitiger Entwicklungen im Kulturbetrieb und gibt so eine gute Übersicht über die Wirkungszusammenhänge im Kulturbetrieb und die Herausforderungen für PR in der Kultur. Neben den Eigenheiten des Kulturbetriebs, den Publikumsstrukturen, den Besonderheiten kultureller Produkte und dem immer stärker werdenden Einfluss der Eventorientierung von Kultur werden auch Kompetenzen herausgearbeitet, die für erfolgreiche PR-Arbeit wichtig sind.

Der zweite Teil beschäftigt sich mit der Methodik und dem Handwerkszeug guter PR-Arbeit. So werden anhand eines Leitfadens alle relevanten Bereiche der PR-Arbeit aufgezeigt, vorgestellt und durch Checklisten und Fragekataloge ergänzt, sodass man gut den Bezug zur eigenen Organisation herstellen kann. Sehr gut ist, dass die PR-Arbeit von den globalen Strategien, der Profilbildung und der Entwicklung einer Corporate Identity chronologisch und Schritt für Schritt bis zu den einzelnen PR-Maßnahmen herunter gebrochen und ausführlich erklärt wird. Hilfreich wären hier vielleicht noch mehr Anschauungsbeispiele, Muster oder Vorlagen gewesen, die aber sicher den Rahmen des Werkes gesprengt hätten und in ein gesondertes Arbeitsbuch einfließen können. Neben den traditionellen PR-Mitteln und -maßnahmen geht die Autorin auch auf die neueren Entwicklungen der Event-PR ein und man findet sogar die Bereiche des „Guerilla-Marketing“, des Empfehlungsmarketings und der Online-PR, die das Buch sinnvoll erweitern und vervollständigen. Wichtig und richtig auch, dass die Erfolgs- und Wirkungskontrolle sowie die Evaluation der PR-Maßnahmen genannt und beschrieben werden. Diese werden oftmals vergessen oder vernachlässigt und sind doch mit die wichtigsten Aspekte für den Erfolg von Kultur-PR.

Im dritten Teil, der fast die Hälfte des Buches ausmacht, stellt die Autorin eine Fülle von Beispielen erfolgreicher PR-Arbeit in der Kultur vor. Hier arbeitet die Autorin neben dem Umfeld und den Hintergründen die wichtigsten Maßnahmen und Inhalte der PR-Arbeit der einzelnen Institutionen heraus und kommentiert diese. Die Beispiele kommen aus fast allen Sparten und Bereichen des Kulturbetriebes und geben so für die Leserin und den Leser wertvolle Hilfe und Denkanstöße für die eigene PR-Arbeit. Schade, dass auch hier – wahrscheinlich aus Platzmangel – keine Bilder und Illustrationen zu finden sind, die die Beispiele noch lebendiger hätten werden lassen.

Um das Buch vollständig zu machen, stellt die Autorin am Ende des Buches noch aktuelle Trends vor und zeigt Perspektiven und verschiedene Erfolgsstrategien für die PR-Arbeit auf. Alles in allem ein rundum gelungenes Buch, das zur Standardliteratur jedes PR-Verantwortlichen im Kulturbetrieb gehören sollte.

Broschiert - 224 Seiten - Frankfurter Allgemeine Buch

Erschienen im Februar 2004, ISBN: 3899810198

Infos und Bestellung: <http://www.kulturmanagement.net/Books-id-545.html>

-ANZEIGE-

Do the right thing!

Kulturmanagement-Sommerakademie 2004 in Hamburg

Eine Kooperation zwischen Birnkraut | Hein, dem Institut für Kulturkonzepte, Wien und dem Institut für Kultur- und Medienmanagement Hamburg

Abonnenten des Kulturmanagement Newsletters erhalten **exklusiv** einen Buchungsrabatt von 10% auf die Teilnahmegebühr ihrer Seminarbuchung! Nennen Sie bei der Buchung einfach die E-Mail-Adresse, mit der Sie den Newsletter beziehen.

19.-23.07.2004 Projektorganisation und Finanzierung im Kulturmanagement

06.-10.09.2004 Grundlagen des vernetzten Kulturmanagements

20.-24.09.2004 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Kulturmanagement

Kostenloser Informationsabend am 7. Juni 2004 um 18:30 Uhr in Hamburg

Der Anmeldeschluss für die Teilnahme an der Sommerakademie ist der 30. Juni 2004

Informationen und Anmeldung unter www.birnkrauthein.de

7. Kurzvorstellung: Kultureinrichtungen in Stiftungsform

Die öffentlichen Haushalte stehen unter enormen Einsparungsdruck. Die Finanzlage der Kommunen ist äußerst angespannt. In dieser Situation richten sich vielfältige Hoffnungen auf die Rechtsform der Stiftung für die Trägerschaft von Kultureinrichtungen. Soll die Gestaltung von Kultureinrichtungen in Stiftungsträgerschaft nicht zur reinen Illusion geraten, müssen vielfältige Voraussetzungen erfüllt und Gestaltungsoptionen exakt gewählt werden. Dafür bietet der vorliegende Band Anleitung und Grundlagenwissen. Der Schwerpunkt liegt auf Stiftungen, die Träger und Betreiber von Einrichtungen im Bereich der bildenden Kunst sind...

Rupert Graf Strachwitz, Volker Then (Hrsg.): Kultureinrichtungen in Stiftungsform
Bertelsmann Stiftung, 2004, 264 Seiten, Broschur, ISBN 3-89204-726-X
Mehr Informationen: <http://www.kulturmanagement.net/Books-id-551.html>

8. Kurzvorstellung: Buchhaltung und Steuern. Ein Ratgeber nicht nur für Soziokulturelle Zentren

Sie sind in einem Soziokulturellen Zentrum oder in einer neu gegründeten Initiative mit betriebswirtschaftlichen Aufgaben betraut? Sie sind als ehrenamtlicher Vorstand für die wirtschaftliche Tätigkeit des Vereins verantwortlich, obwohl Ihnen das betriebswirtschaftliche Hintergrundwissen fehlt? Oder sind Sie in einem Verein haupt- oder ehrenamtlich aktiv und möchten die Arbeit Ihrer Buchhalterin verstehen, wollen gar an der Finanzplanung Ihres Projektes aktiv mitwirken?

Dann können Sie sich mit dieser Broschüre sowohl einen Überblick über ein einfaches Rechnungswesen verschaffen als auch tiefer in die Grundlagen der Finanzbuchhaltung einarbeiten. Nach der Lektüre fällt es Ihnen nicht mehr schwer, sich ein Bild über den Zusammenhang von den einzelnen Vorgängen bis zum Jahresabschluss zu machen.

Um den Zugang zum Thema zu erleichtern, werden Regeln oder Begriffe an praktischen Beispielen und Problemstellungen verdeutlicht, angefangen von der einfachen Einnahmen-Ausgaben-Rechnung, über doppelte Buchführung, Erstellung eines Haushaltsplanes und die Einführung des innerbetrieblichen Rechnungswesens bis hin zur Besteuerung von soziokulturellen Zentren.

Für Praktiker dürften die Ausführungen zu den vorbereitenden Jahresabschlussarbeiten, zur Kostenstellenrechnung mit Fallbeispielen sowie zum Komplex Gemeinnützigkeit besonders interessant sein. Und im Anhang befinden sich relevante Gesetzestexte und Verordnungen sowie praktische Beispiele zum Haushaltsplan und zu einer Gewinn-und-Verlust-Rechnung. [Verlagsbeschreibung]

Joachim Kunz-Michel: Ratgeber nicht nur für soziokulturelle Zentren, Taschenbuch, 121 Seiten, Erschienen 2001, Preis: 9.50 Euro, ISBN 3 - 935715-03-X
Mehr Informationen: <http://www.kulturmanagement.net/books-id-559.html>

AUSBILDUNG & BERUF

9. Rückblick: Seminar „Wirb oder stirb“, Wolfenbüttel

Ein Beitrag von Eva M. Reussner, Korrespondentin, Oldenburg

Konkrete, fundierte Ratschläge für ihre Marketing-Praxis, insbesondere im Hinblick auf effizientere Werbestrategien bei sinkenden Haushalten, eine Standort-Bestimmung und kritische Überprüfung der laufenden Marketing-Arbeit sowie einen Erfahrung- und Ideenaustausch mit Kollegen aus anderen Museen, dies erhofften sich die Teil-

nehmenden von dem Seminar "Wirb oder stirb? Öffentlichkeitsarbeit von Museen auf dem Prüfstand" der Bundesakademie für kulturelle Bildung in Wolfenbüttel vom 26. bis 28. April 2004. Neben der Auffrischung von Marketing-Theorie waren vor allem organisationspolitische Argumentationshilfen sowie Hilfestellung für die konkrete Umsetzung von Marketingmaßnahmen vor Ort sehr erwünscht. Der Ausbruch aus dem Arbeitsalltag, die Betrachtung der eigenen Marketing-Praxis aus einer gewissen Distanz und einer anderen Perspektive sowie der gegenseitige Austausch der Teilnehmenden sollten es ermöglichen, neue Fragen an sich selbst zu stellen und neue Anregungen zu gewinnen.

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

-Anzeige-

TheaterManagement aktuell - SOMMERAKADEMIE

Intensiv-Seminare für Geschäftsführer und Manager, leitende und verantwortliche Mitarbeiter für Marketing, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Vertrieb in Kulturbetrieben.

Marketing und Kommunikation intensiv
26. Juni; 24. Juli; 14. August und 4. September
Direktmarketing und Kundenbindung
10. Juli; 31. Juli; 21. August
Sponsoring und Merchandising
17. Juli; 7. August; 28. August

Ort: Köln; Dauer: 10:00 - 16:30 Uhr; Teilnahmebeitrag/Person und Termin:
125,- € für Abonnenten, sonst 145,- € jeweils zzgl. MwSt. Infos und
Anmeldung unter: mail@theatermanagement-aktuell.de

KALENDER

10. Rückblick: 1. Kultursponsoring-Gipfel, Berlin

Ein Beitrag von Dirk Heinze, Kulturmanagement Network, Weimar

Haben Sie gewusst, dass 90 % des Publikums Sponsoring für Klassikfestivals befürworten? Dass trotz zurückhaltender Werbung auf kulturellen Veranstaltungen die Sponsoren eine hohe Aufmerksamkeit für sich erzielen? Dass beim Vergleich des Publikums zwischen Kultur und Sport jene der Kultur im Durchschnitt ein höheres Haushaltsnettoeinkommen und einen höheren Bildungsgrad aufweisen? Diese und andere interessanter Erkenntnisse brachte die letzte IPSOS-Studie zum Kultursponsoring zu Tage, deren Vorstellung durch Ronald Stevens eine gute Einleitung des 1. Kultursponsoring-Gipfels am 6. Mai in Berlin war. Kulturmanagement Network wird sich im Herbst 2004 ausführlich mit den Ergebnissen der nächsten IPSOS-Grundlagenstudie beschäftigen. Alle Leser haben sogar die Möglichkeit, bis August über uns eigene Fragen und Wünsche einzureichen, die bei der Umfrage berücksichtigt werden sollen.

Im Rückenwind der Marktforschungsergebnisse ermutigte der Veranstalter, Hans-Willy Brockes von der Europäischen Sponsoring-Börse (ESB), die Teilnehmer, sich dem Wettbewerb um Sponsorengelder zu stellen und in Marketing und Sponsoring stärker zu investieren. Noch immer finden mehr als die Hälfte aller Sponsoringaktivitäten im

Sport statt, entfallen auf Kultursponsoring lediglich 400 Millionen Euro jährlich. Mehrere Referenten machten auf der anderen Seite deutlich, dass selbst ein deutlich höherer Sponsoringanteil nicht die finanzielle Lücke füllen kann, die der Rückgang öffentlicher Subventionen im Kultursektor aufgerissen hat (und noch aufreißen wird); es müsse das Signal an die Politik gesendet werden, dass Sponsoring eine realistische Ergänzung, nicht Ersatz der Kulturförderung sein könne. Dass der Anteil des Kultursponsoring dennoch stagniere, habe vielmehr mit anhaltenden strukturellen Defiziten und unterschiedlichen Sprachen bei der Kommunikation zwischen den beteiligten Akteuren zu tun.

Prof. Armin Klein übernahm bei der Tagung die Rolle des Vermittlers fachlich-theoretischer Grundlagen und verwies nicht zu Unrecht darauf, dass noch immer nicht klar genug zwischen Sponsoring, Mäzenatentum, Stiftung oder Public-Private-Partnership unterschieden und so falsche Erwartungen geweckt würden. Kultursponsoring habe den Vorzug, dem Sponsoren ein attraktives, positives Umfeld in einer nicht-kommerziellen Situation zu bieten. Gerade dieser Umstand mache es für sie möglich, bestimmte Zielgruppen anzusprechen, die gewöhnlich werblichen Maßnahmen ablehnend gegenüberstehen. Klein stellte 3 Bedingungen auf, wie der Anteil von Kultursponsoring zunehmen könne: seitens der Politik die richtigen steuerlichen Rahmenbedingungen zu setzen, seitens der Kultur den Weg zu mehr Professionalisierung, effektivem Management und konsequenter Besucherorientierung weiter zu gehen, und seitens der Wirtschaft die Vorteile des Kultursponsorings gegenüber anderen Werbeformen für sich zu nutzen. Angesprochen auf die Frage, ob der Druck auf Seiten der Kultur noch nicht groß genug sei, meinte Klein, dies sei zwar zynisch, aber leider wahr. Die 200-jährige Tradition hierzulande, dass Kultur = Staat sei, zeige noch immer Wirkung. Es lohne sich, über den Tellerrand zu schauen und die Chance zu nutzen, neue Besuchergruppen für sich zu erschließen. Besonders drastisch zeige sich dies bei den öffentlichen Theatern, die nur 14 % Eigeneinnahmen erzielen und, zöge man den Anteil des Kartenverkaufs ab, man gerade auf 1 % komme! Prof. Klein nahm diesen Befund zum Anlass, von einer Arroganz vieler Intendanten zu sprechen und wünschte sich zumindest eine Steigerung auf 5 %.

Den Abschluss des Sponsoring-Gipfels zog Peter Vermeulen von CULTURPLAN ein Fazit der gesamten Veranstaltung, griff dabei alle wesentlichen Aussagen noch einmal auf und stellte sie – dies darf man gern auf anderen Tagungen übernehmen – in einen Gesamtzusammenhang.

Die Veranstaltung darf als erfolgreicher Versuch der ESB verstanden werden, das Thema Kultursponsoring wieder ins Gespräch zu bringen, nachdem sie sich zwischenzeitlich aus dem Kulturbereich als Gegenstand ihrer Seminare, Tagungen und vor allem bei der Vermittlungsplattform selbst zurückgezogen hatte.

Informationen zur ESB: <http://www.esb-online.com>

11. Rückblick: AsKI-Fachtagung „Wirksame Öffentlichkeitsarbeit, Düsseldorf *Ein Beitrag von Eva M. Reussner, Korrespondentin, Oldenburg*

Im Rahmen der vorletzten ASKI-Fachtagung "Kultur und Sightseeing" im Mai 2003 in der Kunsthalle Bremen war die Idee für eine Tagung zum Thema Öffentlichkeitsarbeit in Kultureinrichtungen entstanden, die nun am 14. Mai 2004 im Goethe-Museum Düsseldorf unter dem Motto "Klartext" realisiert wurde.

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

-Anzeige-

Aktuelle Daten für Sponsorenakquisition und Sponsoring

DOKUMENTATION SPONSORING (Hrsg.: TheaterManagement aktuell)

- Demographische und konjunkturelle Rahmendaten
- Konsumtrends und Nachfrageverhalten
- Mediennutzung und Freizeitverhalten
- Entwicklung der Werbeinvestitionen
- Sponsoringgrundlagen
- Sponsoring aus Unternehmenssicht
- Trenaussagen über den Sponsoring- und Eventmarkt
- Kriterien für die Auswahl von Sponsoringprojekten
- Entwicklung, Bedeutung und Basisdaten sponsoringrelevanter Kulturbereiche
- Steuerliche Regelungen
- Agenturverzeichnis

Unverbindliche Information und Bestellschein:

<http://www.theatermanagement-aktuell.de/Sponsoringanzeige.pdf>

12. Rückblick: Kongress „Musik in der Ganztagschule“, Königstein/Ts.

Ein Beitrag von Peter Grunwald, Landesmusikakademie S.-Anhalt, Blankenburg

Mit der Übergabe eines Positionspapiers an die Vorsitzende der Kultusministerkonferenz, Frau Doris Ahnen, endete am 22.5.2004 der dreitägige Kongress „Musik in der Ganztagschule“. Ausgerichtet vom Deutschen Musikrat, dem Verband deutscher Schulmusiker und mit Unterstützung durch Sponsoren wie die Strecker-Stiftung, die Ernst-von-Siemens-Musikstiftung und dem Stiftungsfonds der Dresdner Bank trafen sich zu diesem Thema rund 200 Schulmusiker, Musikschullehrer, Vertreter der freien Kulturszene, von Orchestern und Verbänden sowie der Länderregierungen im Schulungszentrum der Dresdner Bank in Königstein/Taunus. Die große Resonanz – es gingen doppelt so viel Anmeldungen ein, wie erwartet – belegt die Aktualität des Themas: die Chancen, aber auch Risiken von Kooperationen außerschulischer Anbieter aus dem Feld der Musik in den vielfältigen Formen der Ganztagschule.

Sieben, von Referaten beeinflusste und in Arbeitsgruppen entwickelte Leitperspektiven sollen die Arbeit im Anschluss an den Kongress fortführen helfen: An erster Stelle steht die Forderung nach [1] Nachhaltigkeit der zu entwickelnden Angebote (Stichwort: Langfristigkeit statt *Eventcharakter*), eng damit verbunden das Ziel der [2] Kontinuität, vor allem vor dem Hintergrund der Vermittlung musikbezogener Erfahrungen. Dies sei nicht denkbar ohne [3] Qualitätsstandards, unter Einbeziehung der aktuellen Musikpraxis, und soll vermittelt werden durch [4] Integrative Formen der Kooperation (Votum für Integration des Musikanteils *in* die Studentafel anstelle einer Position *nach* dem allgemeinbildenden Unterricht). Notwendig erscheint die [5] Entwicklung von Rahmenvereinbarungen mit dem Ziel der gegenseitigen Absicherung und die [6] Vernetzung von Initiativen, sowohl zwischen der Schule und den Partnern an einer Ganztagschule als auch unter den diversen Partnern selbst. Den Schluß bildet – gleichsam als sich zum Kreis schließende Voraussetzung – die Forderung nach [7] Konsequenzen für die Aus-, Fort- und Weiterbildung, was die anwesenden Vertreter dieses Bereichs gern aufnahmen. Die Veröffentlichung der Referate, Themen und Ergebnisse ist im Musikinformationszentrum (<http://www.miz.org>) vorgesehen.

13. Rückblick: Konferenz „Eurovisionen“, Berlin

Ein Beitrag von Katharina Hautz und Tanya Wittal-Düerkop, Korrespondentinnen

Am Vorabend der Erweiterung der Europäischen Union fand am 29. und 30. April 2004 im Kronprinzenpalais in Berlin die Kulturkonferenz "Eurovisionen" statt. Veranstalter von der Bundeszentrale für politische Bildung, der Robert Bosch Stiftung und dem Goethe-Institut hatte sie das Ziel, Künstler, Kulturvermittler und Kulturpolitiker aus den alten und neuen EU-Ländern zusammenzubringen und zu zeigen, dass die Erweiterung der EU kulturell längst im Gange ist und es jetzt darauf ankommt, produktive politische Rahmenbedingungen zu schaffen, um das vorhandene Potential voll nutzen zu können.

Kulturschaffende, Kulturmanager und Kulturverwalter aus allen 25 Mitgliedstaaten sowie aus dem Balkan arbeiten jenseits politischer "Verordnungen" ja schon längst in transnationalen Projekten zusammen und tauschen Ideen und Visionen nicht erst seit 1989 aus. Dies zeigten die verschiedenen Podien und Workshops auf beeindruckende Weise: gelebte europäische Kulturidentität! Umso mehr verwunderte es, dass die Konferenz viele kulturelle Akteure in jener wunderbaren Konferenz zusammenbrachte, politische Akteure aus dem Europäischen Parlament, aus den nationalen Parlamenten oder aus der Europäischen Kommission jedoch nahezu nicht in den verschiedenen Podien vertreten waren. Das intensive Gespräch über Chancen und Visionen, aber auch über Versäumnisse und Alternativen kultureller Zusammenarbeit im neuen Europa wäre so vielleicht noch um einige Facetten reicher gewesen...

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

14. Vorschau: Kongress soziokultureller Zentren, Nürnberg

Anlässlich des 25-jährigen Bestehens der Bundesvereinigung findet an historischem Ort, dem Kulturzentrum K4 im Künstlerhaus in Nürnberg, ein bundesweites Treffen soziokultureller Zentren statt. Der Kongress vom 18. bis 20. Juni beleuchtet Soziokultur nicht als Kultursparte im herkömmlichen Sinn, sondern als Prinzip, das gesellschaftliche Entwicklungen positiv beeinflusst. Dabei werden vier Aspekte des „Prinzips Soziokultur“ als sogenannte „elements of future“ besonders herausgestellt: als Ort der Begegnung und Kommunikation; als Impulsgeberin sozialer, kultureller und politischer Prozesse; als Basis bürgerschaftlichen Engagements sowie als Kulturangebot breiter Bevölkerungsschichten. Zu allen vier Aspekten gibt es u.a. am Ende des Kongresses Diskussionsrunden zum gesellschaftlichen Mehrwert von Soziokultur, an dem neben den Akteuren der Soziokultur vor allem Vertreter der Bundespolitik und kommunalen Kulturpolitik teilnehmen.

Details: <http://kongress2004.soziokultur.de>

15. Vorschau: Volunteer-Management im Museum, Bedburg-Hau/NRW

Freiwilligenarbeit und bürgerschaftliches Engagement genießen in Politik, Gesellschaft und im Kulturbereich immer größere Aufmerksamkeit. Aus den Museen ist ehrenamtliche Arbeit schon lange nicht mehr wegzudenken. Freiwillige werden zunehmend in die verschiedensten Aufgabenfelder einbezogen - vom Kassen- und Führungsdienst über Shops und Gastronomie bis hin zur Museumspädagogik und Bestandserschließung, Mitgliederwerbung und Fundraising.

Gerade in Zeiten knapper Kassen und schrumpfender Personaltabaus erhält Freiwilligenarbeit für Museen einen immer höheren Stellenwert. Dennoch stehen der wir-

kungsvollen und nachhaltigen Zusammenführung von Haupt- und Ehrenamt noch viele Vorbehalte und Barrieren im Wege. Wie aber sieht ein erfolgreiches professionelles Volunteer-Management für und in Museen aus und was können wir in Deutschland von angelsächsischen Erfahrungen und Best Practice-Beispielen lernen? Welches sind die Erfolgsgegaranten für eine effiziente und effektive Zusammenarbeit beider Gruppen? Wie professionalisiert man die Suche und Auswahl von Freiwilligen und was können Agenturen dabei leisten? Wie löst man die arbeits- und versicherungsrechtlichen Fragen, die mit dem Ehrenamt verbunden sind? Und wer kann bei der Qualifizierung von freiwilligem Personal am besten helfen?

Details: <http://www.fortbildungszentrum.lvr.de/museen/kurs5.htm>

16. Vorschau: Europäische Konferenz der Sinfonieorchester, Dresden

Ein Bericht von Dirk Heinze, Kulturmanagement Network, Weimar

Mit einem Zusammentreffen vom 4. bis 6. Juni in Dresden wollen Intendanten und Direktoren führender europäischer Orchester eine Plattform wiederbeleben, die lange Jahre inaktiv war: die Europäische Konferenz der Sinfonieorchester (ECSO). Die ECSO hatte ihre letzte Konferenz 1995 in Helsinki und war seit seiner Gründung 1981 durch Richard Bächli, dem damaligen Direktor der Tonhalle-Gesellschaft Zürich, ein loser Zusammenschluss künstlerischer Leiter europäischer Spitzenorchester. Die Ensembles haben gemeinsam, dass sie über ca. 80 Musiker haben und regelmäßige Tonträgerproduktionen und Tourneen durchführen. Wie der Intendant der Dresdner Philharmonie und Mitveranstalter, Dr. Olivier von Winterstein, gegenüber Kulturmanagement Network betonte, soll in Dresden ausgelotet werden, inwieweit die ECSO, die selbst kein Verein ist und daher über keine Statuten verfügt, die richtige Plattform sei, um einen regelmäßigen Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen den Mitgliedern aus derzeit 17 Ländern zu ermöglichen.

Eine besondere Rolle spielen dabei die Mitglieder aus den neuen EU-Mitgliedsstaaten, die vor großen Herausforderungen stehen, insbesondere, was den Nachwuchs sowohl bei den Orchestermusikern (Stichwort: niedriges Lohnniveau) und als auch beim Publikum betrifft. So wird es in Dresden Eingangsreferate von Vertretern aus Ost und West geben: auf der einen Seite zwei Orchesterdirektoren aus Tschechien und Russland, auf der anderen Seite aus Frankreich und Deutschland. Für den Hauptvortrag konnte kurzfristig Prof. Hermann Rauhe gewonnen werden, der bekanntlich erst in diesem Jahr als langjähriger Präsident der Hamburger Hochschule für Musik und Theater feierlich in den (Un)Ruhestand verabschiedet wurde.

17. Vorschau: Anspruch und Wirklichkeit der Industriemuseen, NRW

Das Rheinische und das Westfälische Industriemuseum veranstalten vom 24.6. bis zum 26.6. einen internationalen Kongress zum Thema "Unterhalten und Bilden. Anspruch und Wirklichkeit der Industriemuseen".

Neue Finanzierungsmethoden, Besucherforschung, Restaurierung, Museumspädagogik, Edutainment, regionale und europäische Kooperationen sind nur einige Themen des umfangreichen Programms. Es begrüßen u. a. der Ministerpräsident des Landes NRW; als Referenten werden sprechen u. a. Prof. Hans Ottomeyer, Dr. Oliver Scheytt, Andreas Grünewald-Steiger, Prof. Christoph Stölz und Prof. Wolf Peter Fehlhammer sowie zahlreiche internationale Museumsfachleute. Der Kongress findet in unterschiedlichen, ehemaligen Industrieanlagen statt (u. a. Oberhausen, Dortmund, Bochum).

Details: <http://www.kongress-industriemuseen.de>

18. Terminvorschau

03.06.-04.06.2004 Konferenz „Free Bitflows“, Wien
04.06.-06.06.2004 European Conference of Symphony Orchestras, Dresden
15.06.-16.06.2004 Tagung „Evaluation in der Kulturförderung“, Wolfenbüttel
16.06.-17.06.2004 Fachtagung Orchestermanagement heute, Wolfenbüttel
17.06.2004 54. Bühnentechnische Tagung des DTHG-Fachverbandes, Mainz
18.06.-20.06.2004 Kongress Soziokultureller Zentren, Nürnberg
18.06.-19.06.2004 Kongress „Audience Development“, Berlin
18.06./19.06.2004 22.00 h TV-Sendung „Musik als Wirtschaft“, Offener Kanal Berlin
24.06.-26.06.2004 Kongress Industriemuseen, div. Städte in NRW
28.06.-29.06.2004 Volunteer Management im Museum, Bedburg-Hau/NRW
02.07.2004 3. Forum für Kultur und Wirtschaft, Freiburg i.Br.

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

IMPRESSUM

Kulturmanagement Network Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR
Postanschrift: PF 1198, D-99409 Weimar
Hausanschrift: Paul-Schneider-Str. 17, D-99423 Weimar
Telefon: +49 (0) 3643 255 328 **(neu!)**
Telefax: +49 (0) 3643 801 765
AOL Messenger: HeinzeDirk
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 Dezemberausgabe 2003 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.