



**SKM** Studienzentrum  
Kulturmanagement  
Universität Basel

Rheinsprung 9/11  
CH-4051 Basel  
Tel. +41 (0)61 267 34 74  
[www.kulturmanagement.org](http://www.kulturmanagement.org)



**SKM** Studienzentrum  
Kulturmanagement  
Universität Basel

# Masterprogramm Kulturmanagement Diplomarbeiten 2004

Universität Basel  
UniWeiterbildung



**SKM** Studienzentrum  
Kulturmanagement  
Universität Basel

---

**Masterprogramm**

---

**Kulturmanagement**

---

**Diplomarbeiten**

---

**2004**

---

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>5</b>	<b>Kooperationen zwischen Hilfswerken und Kulturbetrieben</b>	<b>22</b>
Lelia Hunziker, Eva Keller, Brigitte Schaffner, Caroline Schenk		Jurriaan Cooman, Cristina Muggiasca	
<b>Kulturmanagement: Trend, Dilemma, Chance!</b>	<b>6</b>	<b>Das Gast- und Kulturhaus Piz Tschütta in Vnà:</b>	<b>24</b>
		<b>Ein Dorf wird zum Hotel</b>	
Das Theater und sein Publikum.	<b>8</b>	Simonetta Balzarini, Urezza Famos	
Ansätze zur Vermittlung im Theater		<b>Jurij learns how to play the beat –</b>	<b>26</b>
Claudia Flütsch, Madeleine Herzog		<b>(Inter-)Kulturelle Arbeit mit Jugendlichen</b>	
<b>Die Rolle der Amateure im professionellen Kulturbetrieb.</b>	<b>10</b>	Marion Gygax, Béatrice Zbinden	
<b>Einblicke in die Sparten Tanz und Musik</b>		<b>Firmen-Kunstpreise der Region Basel</b>	<b>28</b>
Birgit Schlegel, Ann-Christine Süssli		Nicole Schmölzer	
<b>Ziele und Instrumente staatlicher Pop/Rock-Förderung.</b>	<b>12</b>		
<b>Ein Vergleich zwischen Deutschland, Frankreich und der Schweiz</b>			
Oliver Dredge, Sylvain Gardel			
<b>Gründungsmanagement Kammermusik.</b>	<b>14</b>		
<b>Branchenspezifische Aspekte der Existenzgründung von Kammermusikensembles</b>			
René Straub, Karin Waldispühl, Niki Wüthrich			
<b>Businessplan für den Anabas-Verlag</b>	<b>16</b>		
Barbara Raschig			
<b>Schöne Neue Museumswelt – Private Kunstmuseen: Modelle, Problemfelder, Entwicklungstendenzen</b>	<b>18</b>		
Dieter Beer, Silke Kellner, Martin Rinderknecht, Barbara Seiler			
<b>„North – South. Peaces of Art“</b>	<b>20</b>		
<b>Ein Ausstellungsprojekt</b>			
Andrea Bollinger, Bruno Dobler, Wanda Kupper, Bettina Staub			

## Vorwort

Zu Recht wird in der Schweizer Kulturpolitik oft beklagt, dass sie sich auf keine verlässlichen Grundlagen abstützen könne – weder für die Ausformulierung kohärenter politischer Ziele und Konzepte noch für die alltägliche Förderungstätigkeit. Tatsächlich ist es in einem stark föderalistisch strukturierten, mehrsprachigen Land kein Leichtes, Konsens über das kulturpolitisch Wünschbare zu erreichen. Ein bedauerliches Faktum ist überdies, dass Kulturpolitik und Kulturförderung augenscheinlich keine prestigeträchtigen Forschungsgebiete sind für ambitionierte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Zwar ruft die Politik zuweilen nach gesicherten Aussagen: sie möchte sowohl die gesellschaftlichen Bedürfnisse kennen, die Kulturförderung im voraus begründen, wie auch die Wirkungen derselben, die sie im nachhinein rechtfertigen würden; bei der Zuteilung der Forschungskredite dann stehen diese Anliegen allerdings kaum im Vordergrund.

Die in dieser Broschüre vorgestellten Diplomarbeiten erheben nicht den Anspruch, wert- und absichtsfreie kulturwissenschaftliche Grundlagenforschung zu repräsentieren: Kulturmanagement ist primär eine praxisorientierte Disziplin, sie erfüllt sich in der Realisation konkreter kultureller Vorhaben, auch wenn sie ohne wissenschaftliche Erkenntnisse aus verwandten Fachgebieten und eine selbst erarbeitete forschungsgestützte Basis nicht auskommt. Die farbigen Einblicke, welche die Arbeiten in unterschiedlichste Arbeitsfelder des Kulturmanagements gewähren, sind jedoch sehr wertvolle Puzzleteile, die zu jenem teils theoretischen, teils empirisch erhärteten Fundament beitragen, auf dem eine systematische Kulturpolitik mit der Zeit wird aufbauen können.

Rolf Keller,  
Studienleiter

Lisa Fuchs,  
Mitglied der Studienleitung

## Kulturmanagement: Trend, Dilemma, Chance!

Bei der Lektüre von Artikeln, Stellenanzeigen oder von Fachliteratur zum Themenbereich Kulturmanagement erhält man nicht selten den Eindruck, dass Kulturmanager/innen über fast übermenschliche Fähigkeiten verfügen sollten, um dem breiten Anforderungsspektrum gerecht zu werden: Wahre Supermen und Wonderwomen müssten im Kulturbereich tätig sein!

Die vorliegende Diplomarbeit beschäftigt sich mit Frage- und Problemstellungen rund um das Berufsbild und Tätigkeitsfeld von Kulturmanagern und Kulturmanagerinnen, deren Motivation, die Verknüpfung von Kultur und Management, die Akzeptanz und Zukunft der hierzulande noch jungen Disziplin sowie ihre Auswirkung auf den Kulturbereich. Um differenzierte Antworten und praxisnahe Einschätzungen zu finden, haben wir mit einem standardisierten Fragebogen rund vierhundert aktuelle und ehemalige Studierende einer zweijährigen Aus- oder Weiterbildung in der Deutschschweiz befragt sowie qualitative Interviews mit sechs opinion leaders des Kulturbereichs geführt.

Das Fazit der Arbeit stellt sich so ambivalent dar wie die Aussagen der Befragten. Obwohl Kulturmanagement zur Zeit eindeutig im Trend liegt, zeigt sich ein Dilemma zwischen einer an sich positiven Auffassung von Kulturmanagement und einer gleichzeitigen Abwehrhaltung selbst innerhalb der Kulturszene, zwischen (Selbst-)Zweifel und Sachkompetenz, Kreativität und Dienstleistung. Um die Chance Kulturmanagement sinnvoll zu nutzen und die ‚Superhelden‘ möglichst adäquat auszustatten, sind theoretisch wie praktisch noch einige Anstrengungen nötig!



**Lelia Hunziker**  
Sponsoringverantwortliche und Kulturvermittlerin im Stapferhaus Lenzburg  
Postfach 2451, 5001 Aarau  
lelia@gmx.ch



**Eva Keller, Dr. phil.,**  
Kunsthistorikerin und Kuratorin, Projektarbeit  
Zurlindenstr. 214, 8003 Zürich  
eva.n.keller@bluewin.ch



**Brigitte Schaffner, lic. phil.,**  
Lektorin am Thesaurus Cultus et Rituum Antiquorum  
und Kulturvermittlerin im Antikenmuseum Basel  
Jungstr. 34, 4056 Basel, schaffnerb@hotmail.com



**Caroline Schenk**  
Schauspielerin und Regisseurin  
Eggmannstr. 26, 3008 Bern  
caroline.schenk@bluewin.ch



## Das Theater und sein Publikum. Ansätze zur Vermittlung im Theater

Die Rede von der Krise des Theaters ist notorisch. Die Zuschauerzahlen der festen Theaterhäuser sind seit den 80er Jahren massiv gesunken, und Einschätzungen der Qualität von Inszenierungen durch TheaterkritikerInnen, Theaterschaffende und grosse Teile des Publikums divergieren immer stärker. Diese Entfremdung zwischen Theater und Publikum ruft nach einem intensiveren Engagement in Kommunikation und Vermittlung – einer Kernaufgabe von Kulturmanagement. Die Arbeit untersucht, mit welchen Vermittlungsaktivitäten und -konzepten dieser Entwicklung begegnet werden kann.

Um eine eindimensionale Kommunikation zu vermeiden, ist es uns wichtig, die Perspektive des Publikums massgeblich mit einzubeziehen. Wir recherchieren deshalb einerseits, wie sich das Verhältnis zwischen Theater und Publikum in den unterschiedlichen Epochen seit der Antike gestaltet hat, und wie es sich aktuell entwickelt. Andererseits analysieren wir am konkreten Beispiel des Theaters Basel Zuschauerreaktionen, und zwar anhand von Leserbriefen und Diskussionsbeiträgen in der Basler Zeitung. Um unsere theoretische Reflexion bezüglich des Dialoges zwischen Werk und Rezipient zu schärfen und Anregungen für konkrete Aktivitäten zu gewinnen, greifen wir zudem auf die intensiv geführten Diskussionen über Vermittlung im Kunst- und Musikbereich zurück.

Dabei kristallisiert sich neben Vorschlägen für breit gefächerte personale Vermittlungsaktivitäten im Theaterbereich vor allem die Notwendigkeit eines gesamtheitlichen und konzeptuellen Vorgehens heraus. Darunter verstehen wir zum einen die Auseinandersetzung mit einem dialogischen Kunstbegriff, sei es hinsichtlich der Programmierung, der Gestaltung der Rahmenveranstaltungen oder der einzelnen Veranstaltung. Als nicht weniger wichtig erachten wir eine grundsätzliche Öffnung des Theaters auf verschiedensten Ebenen, nämlich derjenigen der Institution, des (Bühnen-)Raumes und des künstlerischen Prozesses.

### **Claudia Flütsch**

Bühnen- und Kostümbildnerin Theater und Film,  
Mitglied der eidgenössischen Filmkommission  
Gehrenholzstr. 16, 8055 Zürich, fluschu@bluewin.ch



### **Madeleine Herzog, Dr. phil.,**

Dramaturgin  
Büchnerstr. 11, 8006 Zürich  
herzog.madeleine@bluewin.ch



Mentorat: Prof. Dr. Walter Leimgruber, lic.phil. Sabine Eggmann  
Seminar für Volkskunde/Europäische Ethnologie, Universität Basel

# Die Rolle der Amateure im professionellen Kulturbetrieb.

## Einblicke in die Sparten Tanz und Musik

### Ausgangslage

Ausgehend von unseren Tätigkeitsbereichen in den Kunstsparten Tanz und Musik, in welchen wir sowohl mit Amateuren wie auch mit Profis arbeiten, kamen uns Fragen nach Berührungspunkten zwischen diesen beiden Gruppen auf. Viele berufliche wie auch persönliche Erfahrungen bewegten uns dazu, die Rolle der Tanz- und Musikamateure im professionellen Kulturbetrieb zum Thema zu machen.

### Fragestellung

Die Schweizerische Kulturförderung unterstützt vor allem das professionelle Kulturschaffen und ist – wenn überhaupt – lediglich im Bereich der kulturellen Bildung bestrebt, Amateure zu fördern. Künstlerische Amateurprojekte sind gegenüber den Projekten professioneller Tänzer und Musiker stark benachteiligt und erhalten sehr viel weniger Fördermittel von öffentlicher und/oder privater Seite.

Diese Politik in Kombination mit unseren Erfahrungen in der Arbeit mit Amateuren führte uns im Kern zu folgenden Fragen:

- Welches sind die gegenseitigen Abhängigkeiten von Amateuren und Profis?
- Welches sind die Chancen und Risiken, wenn Amateure und Profis zusammenarbeiten?

### Fazit

Aus der Gegenüberstellung Amateur - Profi in den Kunstrichtungen Tanz und Musik haben sich durch unsere Untersuchung folgende, empirisch gestützte, aber immer noch vorläufige Antworten herauskristallisiert:

In der Aufführungspraxis des künstlerischen Bühnentanzes gibt es keine gemeinsame Kultur von Profis und Amateuren. Dies hat zur Folge, dass nur vereinzelte, experimentier- und risikofreudige professionelle Tanzschaffende in ihren Projekten mit Amateuren zusammenarbeiten. Im Vergleich dazu besteht im gemeinsamen Musikschaffen der Amateure und Profis eine grosse Tradition. Diese wird jedoch je nach Musiksparte von den mitwirkenden

Amateuren unterschiedlich bewertet und ausgelebt.

Im weiteren sind sowohl im Tanz wie auch in der Musik Amateure als gebildetes Publikum wichtige Multiplikatoren, und sie sind auf dem pädagogischen Arbeitsmarkt für Profis die Hauptklientel, die ihnen ihr Einkommen sichert.

Weitere Erkenntnisse bestätigen, dass Amateure für professionelle Kulturschaffende und für die Gesellschaft insgesamt – sprich für die Kultur eines Volkes – eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen und somit im Interesse aller zu fördern sind.

#### Birgit Schlegel

Musikerin

Thermenstrasse 15, 4310 Rheinfelden

bischle@gmx.ch



#### Ann-Christine Süssli

dipl. Ballettpädagogin

Schindlerstrasse 18, 8006 Zürich

anki@suessli.ch



Mentorat: Niggi Ullrich  
Kulturbeauftragter Kanton Basel-Landschaft

## Ziele und Instrumente staatlicher Pop-/Rockförderung. Ein Vergleich zwischen Deutschland, Frankreich und der Schweiz

Die Arbeit beleuchtet die staatliche Förderpraxis in der Sparte Pop/Rock-Musik in der Schweiz mittels eines Vergleiches mit Deutschland und Frankreich. Sie leistet eine Bestandesaufnahme, welche sich auf inhaltliche Aspekte konzentriert. Die direkten Fördermassnahmen der drei Länder werden in unterschiedlichen Wirkungsbereichen wie Kreation, Qualifikation, Promotion, Produktion, Distribution und Organisation untersucht. Weiter werden die gesetzlichen Rahmenbedingungen (Urheberrecht, Steuerpolitik, Sozialvorsorge und Medienrecht), also die indirekten Förderinstrumente, der drei Länder verglichen.

In Frankreich und Deutschland wird die kulturfreundliche Ausgestaltung der Gesetzestexte als zentrales Element der Steuerung durch die staatliche Kulturpolitik verstanden. In der Schweiz ergibt sich durch anstehende Gesetzesrevisionen (Kulturförderungsgesetz, Pro Helvetia-Gesetz, Radio- und TV-Gesetz, Urheberrechts- und Stiftungsgesetz) die Chance, in den nächsten Jahren die Rahmenbedingungen zu Gunsten der Kultur wesentlich zu verbessern.

Während in Frankreich die «musiques actuelles» seit über 20 Jahren von einer systematischen und konzeptbegleiteten direkten Förderung profitieren, entwickeln sich auch in Deutschland überzeugende Ansätze einer modularen Förderung, die Förderinstrumente kombiniert, um deren Wirkung zu multiplizieren.

Die Schweiz leistet sich mit wenigen Ausnahmen kaum eine nennenswerte Förderung der Kultursparte Pop/Rock, diese wird nur wenig oder gar nicht in kulturpolitische Überlegungen einbezogen, es mangelt an nachhaltigen Förderkonzepten und klar umrissenen Zielen.

Die helvetische Pop-/Rockförderung braucht auf kommunaler, kantonaler und bundesstaatlicher Ebene mehr Ensemble-Arbeit statt Soloparts. Die Beispiele Frankreichs und Deutschlands zeigen, dass staatliche Kulturpolitik in der Sparte Pop/Rock nicht losgelöst von Wirtschafts-, Beschäftigungs- und Bildungspolitik agieren kann.



Mouthwatering by Brigitte Lustenberger, 2003

**Sylvain Gardel,**

Programmleitung Kulturzentrum KiFF Aarau  
Rathausgasse 9, 5000 Aarau  
sya72@sya.nu



**Oliver Dredge,**

Leitung Kultur Kulturlokal Mercker Baden  
Zollstrasse 118, 8005 Zürich  
dredge@gmx.net



Mentorat: Dr. phil. Frank Hänecke,  
Journalist BR, Studienleiter Medienausbildungszentrum MAZ, Luzern  
Co-Referent: Philipp Schnyder von Wartensee, Migros Kulturprozent



# Gründungsmanagement Kammermusik. Branchenspezifische Aspekte der Existenzgründung von Kammermusikensembles

## Ausgangslage

Knapper werdende Kulturgelder und ein stetig wachsendes Kulturangebot stellen für Musikschafter, die ein Kammermusikensemble (KME) gründen, eine zunehmende Herausforderung dar. Obschon die Gründe, weshalb ein KME langfristig Erfolg hat, oft vielfältig und auch von Zufällen geprägt sind, wollten wir mit unserer Diplomarbeit aufzeigen, dass ein fundiertes Gründungsmanagement in Form eines branchenspezifischen Businessplans zu einem erfolgreichen Fortbestand des Ensembles beitragen kann. Ziel unserer Arbeit war, eine Orientierungshilfe für Musikerinnen und Musiker zu erarbeiten, die sich mit der Gründung eines KMEs beschäftigen.

Für die Untersuchung der Gründungssituation von KMEs dienten uns drei Thesen und die folgenden Fragen als Ausgangslage:

- Wie verläuft die Gründungsphase von KMEs?
- Wie können die Elemente eines Businessplans auf die branchenspezifische KME-Situation angewendet werden und welche Empfehlungen lassen sich daraus ableiten?

## Vorgehen

In einem ersten Schritt stellten wir das Instrument Businessplan, fokussiert auf die branchenspezifischen Aspekte der KMEs, theoretisch dar. Anschliessend untersuchten wir mittels Leitfadeninterviews die Gründungsphase von sechs ausgewählten KMEs. Anhand der Auswertungsergebnisse nahmen wir in einem weiteren Schritt eine Adaption der Bausteine des in der Theorie beschriebenen „idealen“ Businessplans auf die branchenspezifische KME-Situation aus Sicht der Praxis vor.

Abschliessend haben wir auf Grundlage der Ergebnisse unsere Thesen überprüft und aus den Erkenntnissen unserer Arbeit konkrete Empfehlungen zur Optimierung der Gründung von KMEs abgeleitet.



## Fazit

Die Gründungsphase von KMEs verläuft ohne vorausgehende Planung evolutionär, die unternehmerischen Aktivitäten werden der jeweiligen Situation ständig neu angepasst. Die Elemente eines konventionellen Businessplans lassen sich übertragen, jedoch mit einer divergenten Gewichtung und Bedeutung der einzelnen Bausteine. Zehn Empfehlungen begünstigen die Gründungsprozesse neuer KMEs.

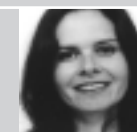
### René Straub

Manager und Musiker new art saxophone quartet  
Pestalozzistrasse 8, D-79540 Lörrach  
rene.straub@new-art-sax.com



### Karin Waldispühl

Geschäftsführerin Alexander Stiftung  
Wielandplatz 5, 4054 Basel  
karin.waldispuehl@bluewin.ch



### Niki Wüthrich

Geschäftsführer Stage Coach Kulturmanagement und Musiker  
Grebelackerstrasse 8, 8057 Zürich  
n.wuethrich@stagecoach.ch



Mentorat: Michael Braune-Krickau, Dipl. Ing.,  
Geschäftsleiter WWZ Forum, Universität Basel

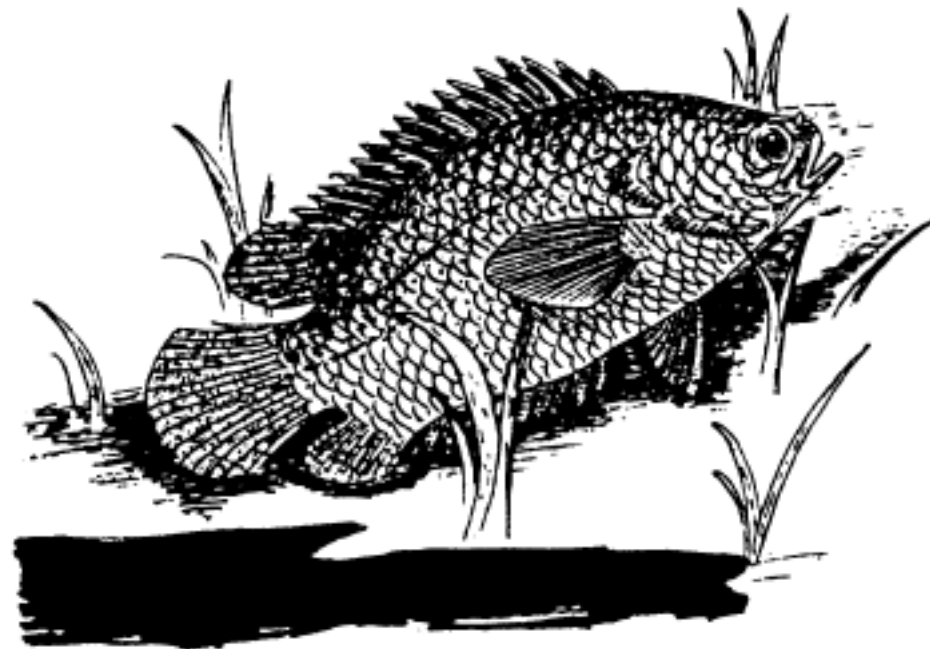
## Businessplan für den Anabas-Verlag

Der Anabas-Verlag pflegt seit mehr als dreißig Jahren ein kulturell anspruchsvolles Programm und hat sich im Laufe der Zeit ein gutes Renommee erarbeitet. Das Themenspektrum umfasst die bildende Kunst, Architektur, Design, Theater und Tanz, Film und Fotografie sowie Kulturgeschichte. 2005 wird der Verlag von uns – Barbara Raschig und Urs Bernet – übernommen werden. Wir werden damit die Nachfolge des Verlegers und Verlagsgründers Günter Kämpf antreten. Mit dem Führungswechsel verbunden ist ein Neuauftritt in der Branche.

Der vorgelegte Businessplan soll als Planungsgrundlage für die Unternehmensnachfolge dienen. Wie wird der Verlag in Zukunft zu führen, welche Ressourcen werden nötig sein, und welche Strategien werden verfolgt? Einmal mehr wird deutlich: Auch kulturelle Kleinverlage sind gewinnorientierte Unternehmen, die sich als Vermittler von künstlerischen und kulturellen Leistungen im Markt behaupten müssen; Programm und Organisationsstruktur sollten auf diesen Markt zugeschnitten sein.

Dem Trend der wachsenden Professionalisierung der Branche folgen wir gerne: Nicht im Irrglauben an die Wunder vollbringende Managementlehre oder an das Heil bringende Primat des Marketings, sondern aus lustvoller Überzeugung – ist doch der «anabas scendens» ein Überlebenskünstler, der immer dann mit besonderer Anpassungsfähigkeit überrascht, wenn ihm fast schon die Puste ausgegangen ist. Im Spannungsfeld von Kunst und Kommerz wollen wir mit unseren Büchern Geist und Sinne anregen, Ideen transportieren, Informationen weitergeben.

In der hier vorliegenden Fassung darf der Businessplan als entscheidender Wegbereiter in Richtung Zukunft gelesen werden – hoffen wir, dass uns damit ein wichtiger Schritt in Richtung Ermöglichung von Kultur gelingen wird.



anabas scendes

**Barbara Raschig**, Dr. phil.,  
Lektorin und Texterin  
Agnesstrasse 24, 8004 Zürich  
b.raschig@bluewin.ch

Externer Diplomarbeits-Partner: **Urs Bernet**  
Typografischer Gestalter; Bernet & Schönenberger, Zürich  
Agnesstrasse 24, 8004 Zürich  
bernet@typografie.ch

Mentorat: Prof. Dr. Silke Michalski, Leiterin des Competence Centers  
Dienstleistungsmarketing und -management an der HSW Luzern

## Schöne Neue Museumswelt – Private Kunstmuseen: Modelle, Problemfelder, Entwicklungstendenzen

Die schweizerische Kunstmuseumslandschaft ist in Bewegung wie noch nie. In kürzester Zeit haben sich verschiedene private Kunstmuseen etabliert, weitere Museumsprojekte sind in Planung oder gehen ihrer Eröffnung entgegen. Wie positionieren sich diese neuen Häuser?

Kritiker sehen ein sich abzeichnendes Konkurrenzverhältnis zwischen privaten und öffentlichen Museen und werfen den Privaten vor, mit meist viel üppigeren Finanzetats die öffentlichen Institutionen ins Abseits zu drängen. Worte wie Kommerz- und Eventkultur fallen immer häufiger. Andere wiederum sehen in den privaten Kunstmuseen eine fruchtbare Provokation. Alle aber sind sich einig, dass die privaten Kunstmuseen in den letzten Jahren viel zur Veränderung der schweizerischen Museumslandschaft beigetragen haben. Wieso diese Entwicklung? Was machen private Kunstmuseen anders? Was machen sie besser, was machen sie schlechter?



Schöne Neue Museumswelt

Die vorliegende Arbeit geht diesem Phänomen und seinen Auswirkungen auf die schweizerische Museumslandschaft nach. Anhand von sechs sehr unterschiedlichen Modellen - der Fondation Beyeler, der Sammlung Rosengart, der Daros Collection, dem Museum Jean Tinguely, dem Schaulager und dem noch im Bau befindlichen Zentrum Paul Klee - werden aktuelle Problemfelder von privaten Kunstmuseen untersucht und Entwicklungstendenzen aufgezeigt, von denen die behandelten Museen in unterschiedlicher Weise betroffen sind. Diese Entwicklungstendenzen sollen den breit geführten aktuellen Diskurs mit neuen Denkansätzen bereichern.

**Dieter Beer**, lic. oec. HSG,  
CEO Daros Services AG, Zürich  
Hurdnerstr. 6, 8640 Hurden  
dieter.beer@daros.ch



**Silke Kellner**, lic. oec. FU Berlin,  
Marketingleiterin SevenOne Media (Schweiz) AG  
St. Alban-Anlage 39, 4052 Basel  
silke\_kellner@gmx.ch



**Martin Rinderknecht**  
Kunstrezensent  
Bäckerstrasse 31, 8004 Zürich  
martin3000@dplanet.ch



**Barbara A. Seiler**, lic. oec. HSG,  
J&P Fine Art  
Seestrasse 55, 8942 Oberrieden  
seiler\_barbara@hotmail.com



Mentorat: Prof. Dr. Peter J. Schneemann  
Ordinarius für Kunstgeschichte der Kunst der Gegenwart an der Universität Bern

## „North – South. Peaces of Art“ Ein Ausstellungsprojekt

Dem Projekt „North – South. Peaces of Art“ liegt die Idee von Wanda Kupper zu Grunde, eine Kunstausstellung mit Arbeiten irischer und britischer KünstlerInnen rund um die Thematik von Konflikt und Versöhnung zu realisieren. Die ausgewählten Foto- und Video-KünstlerInnen haben sich, bedingt durch den lange andauernden Konflikt in ihrer (Wahl-)Heimat Nordirland, stark mit dieser Thematik befasst. Dass einige in ihrem Werk den Bezug zu anderen Krisen- und Kriegsgebieten auf der Welt herstellten, gab den Ausschlag dafür, den anfänglich eng gefassten Themenbezug zu den „Troubles“ in Nordirland zu erweitern.

Die Teilgebiete Kuratorium und externe Kommunikation, Projektmanagement, Kulturwissenschaftliche Grundlagen, Wissensvermittlung sowie Fundraising, welche wir im Rahmen der Diplomarbeit vertieft bearbeiteten, erachten wir für das Ausstellungsprojekt als sehr relevant. Die Kommunikation ist in dieser Arbeit zur „Klammer“ geworden. Kommunikation ist nicht nur für Kunstschaffende von zentraler Bedeutung, sondern ebenso für KulturmanagerInnen. In allen Phasen des Projektmanagements, in den Gesprä-



Siobhán Hapaska,  
"Back", 2003  
(Courtesy Kerlin Gallery, Dublin)



Siobhán Hapaska,  
"Cease Firing on all Fronts", 2003  
(Courtesy Kerlin Gallery, Dublin)

chen mit Kunstschaffenden, potentiellen Auftraggebern, Helfern und Fundgivers sowie in der Konzeption einer publikumsorientierten Kulturvermittlung spielt sie eine entscheidende Rolle.

Das Ausstellungsprojekt „North – South. Peaces of Art“ hat durch unsere gemeinsame Arbeit im letzten halben Jahr konkrete Formen angenommen. Einen nächsten, wichtigen Schritt zum Gelingen des Projekts stellt nun die Aufgabe dar, ein Museum oder eine Kunsthalle für die Ausstellung zu gewinnen.

**Andrea Bollinger**, Dr. phil.,  
Anglistin, Kulturhistorikerin, Publizistin  
Altkircherstrasse 15, 4054 Basel  
a.bollinger@bluewin.ch



**Bruno Dobler**, lic. phil.,  
Assistent des Departementsvorstehers,  
Departement Architektur der ETH Zürich  
Eidmattstrasse 9, 8032 Zürich, bruno.d@bluewin.ch



**Wanda Kupper**, lic. phil.,  
Kunsthistorikerin, Assistentin an der Universität Zürich und freiberufliche Kuratorin  
Brunnenhofstr. 35A, 3065 Bolligen  
wkupper@bluewin.ch



**Bettina Staub**  
PR-Fachfrau, Co-Leiterin Kulturhallen Dampfzentrale Bern  
Bernastrasse 4, 3005 Bern  
bettina.staub@swissonline.ch



Mentorat: Prof. Dr. Walter Leimgruber, lic.phil. Sabine Eggmann  
Seminar für Volkskunde/Europäische Ethnologie, Universität Basel

## Kooperationen zwischen Hilfswerken und Kulturbetrieben

Die Arbeit untersucht Kooperationen zwischen Hilfswerken und Kulturbetrieben in der deutschen Schweiz. Ohne Anspruch auf repräsentative Ergebnisse gewähren die Verfasser einen Einblick in ein Thema, zu dem bislang keine Literatur vorliegt.

Die Verfasser sehen interessante Entwicklungsperspektiven in solchen innovativen Kooperationen und in der möglichen Erschliessung neuer Finanzierungsquellen in Zeiten erhöhten Wettbewerbs um Spendengelder und der Finanzkrise der öffentlichen Haushalte.

Mittels Fragebogen wurden 34 Organisationen einbezogen, nämlich 19 Hilfswerke und 15 Kulturbetriebe.

Laut unseren Ergebnissen lässt sich feststellen, dass Kooperationen in erster Linie Kommunikations- und Imageziele verfolgen. Das Generieren von neuen Finanzquellen (Fundraising) durch gemeinsame Aktionen ist ein untergeordnetes Ziel. Eine zentrale Voraussetzung für eine Kooperation zwischen Hilfswerken und Kulturbetrieben ist die inhaltliche Übereinstimmung der Projekte. Weiter ergaben die Resultate, dass bei einer Kooperation in den meisten Fällen Gelder fliessen, wobei eine Sponsor-Beteiligung die Budgethöhe für eine Aktion beeinflusst. Hilfswerke sprechen sich eher für eine vermehrte Zusammenarbeit aus, während Kulturbetriebe zu künftigen Kooperationen ambivalent eingestellt sind.

Die Diplomarbeit zeigt abschliessend Möglichkeiten auf, wie das Potential, welches in diesen Kooperationen steckt, besser genutzt werden könnte.

### **Cristina Muggiasca**

Fundraising und Information terre des hommes schweiz  
Toblerstrasse 36, 8044 Zürich  
c.muggiasca@bluewin.ch

### **Jurriaan Cooman**

Produzent  
performing arts services, 4001 Basel  
contact@pass-basel.ch

Mentorat: Hans Ulrich Glarner, MAS, Leiter Abteilung Kultur, Kanton Aargau

## „Das Gast- und Kulturhaus Piz Tschütta in Vnà: Ein Dorf wird zum Hotel“

Das Bauerndorf Vnà liegt auf einer Unterengadiner Sonnenterrasse. Die Wohnbevölkerung ist, wie in vielen anderen Berggemeinden im Alpenraum, mit der Herausforderung konfrontiert, wie sie „ihr Dorf“ lebendig erhalten kann. Im Zentrum des Dorfes steht die Bauernhausanlage "Piz Tschütta". Seit 2002 beschäftigt sich eine Projektgruppe mit der Frage einer neuen Nutzung. Daraus entstand die Vision "Das Gast- und Kulturhaus 'Piz Tschütta' in Vnà: Ein Dorf wird zum Hotel" - in der Kurzform "Hotel Vnà". Im Zentrum der Idee „Hotel Vnà“ steht der Umbau des seit Jahren leerstehenden Hauses "Piz Tschütta" und die Rückführung in seine ursprüngliche Funktion als Begegnungsort, Gast- und Kulturhaus. Zusätzlich soll die Dorfbevölkerung dezentral eigene Zimmer und Ferienwohnungen in verschiedenen Kategorien anbieten; deren Verwaltung, Vermietung und Marketing übernimmt die "Piz Tschütta".

Das Teilprojekt „Schaffung einer Dokumentation als Kommunikationsinstrument zur Mittelbeschaffung für die Stiftung ‚Fundaziun Vnà‘“ (Urezza Famos) befasst sich neben theoretischen Grundlagen des Fundraisings mit der praktischen Umsetzung zur Mittelbeschaffung für die ‚Fundaziun Vnà‘. Die Stiftung, als finanzielle, aber auch ideelle Mitträgerin dieses Projektes, soll mithelfen, das Projekt „Hotel Vnà“ längerfristig zu sichern. Ihr Mittelzufluss ist Teil der Gesamtfinanzierung.

Das Teilprojekt „Chancen und Risiken der Realisierbarkeit des Projektes: Das Gast- und Kulturhaus Piz Tschütta in Vnà: Ein Dorf wird zum Hotel - Eine qualitative Studie“ (Simonetta Balzarini) nimmt eine Aussenperspektive auf das Projekt ein. Durch die persönliche Auswahl von InterviewpartnerInnen um die Idee/Vision „Hotel Vnà“ und die analytische Auswertung der Interviews werden Chancen und Risiken für die Realisierung aufgezeigt. Diese Vorgehensweise könnte auch bei anderen Projekten angewandt werden, die ähnlich beschaffen sind wie das Projekt „Hotel Vnà“.



Vnà im Unterengadin

### Urezza Famos

Unternehmerin, Verlegerin des piz-Magazins  
Palüzot, 7554 Sent  
urezza@compunet.ch; editionpiz@bluewin.ch



### Simonetta Balzarini, lic. phil.,

Gymnasiallehrerin Italienisch/Deutsch, Kantonsschule Wettingen  
Lägernstrasse 11, 5400 Baden  
simonetta.balzarini@bluewin.ch



Mentorat Teilprojekt "Kommunikation":

Dr. Michael Boenigk, Studienleiter NDS Wirtschaftskommunikation IWK, HSW Luzern

Mentorat Teilprojekt "Chancen und Risiken der Realisierbarkeit":

Prof. Dr. Walter Leimgruber, lic.phil. Sabine Eggmann

Seminar für Volkskunde/Europäische Ethnologie, Universität Basel

## Jurij learns how to play the beat – (Inter-)Kulturelle Arbeit mit Jugendlichen

In der Schweiz und weltweit werden Projekte initiiert, welche die Erziehung der Kinder und Jugendlichen zu einem gewaltfreien Umgang miteinander zum Ziel haben. Kulturelle Projekte ermöglichen ihnen gefühlsmässig und intellektuell eine vertiefte Auseinandersetzung, befähigen sie aber auch dazu, ein friedliches Zusammenleben in einer Gruppe zu erproben und Erfahrungen zu machen.

Ziel unserer Arbeit war es,

- die Chancen, aber auch Grenzen der kulturellen Arbeit mit Jugendlichen, welche die Erziehung zum gewaltfreien Umgang bezweckt, zu untersuchen,
- daraus eigene Vorschläge zu entwickeln, dies unter Berücksichtigung der Kritik und Anregung Jugendlicher, und
- damit einen Beitrag zur Diskussion über Gewalt bei Jugendlichen und mögliche Präventionsformen aus Sicht der Kulturarbeit zu liefern.

Wir gingen deshalb der Frage nach, welche künstlerischen Formen gewählt werden, um Gewaltprävention mit Jugendlichen zu betreiben. Uns interessierte zudem, ob Gewaltprävention im kulturellen Bereich systematisch vernetzt oder eher zufällig und betrieben wird.

Unsere Arbeit zeigt unter anderem auf, warum eine systematische Vernetzung der Projekte mit Fachpersonen aus der Forschung und aus den Bereichen Bildung und Kultur weiterentwickelt werden sollte. Dabei müssten die Qualität der Projektarbeit beachtet und eine qualifizierte Ausbildung der Fachleute angestrebt werden. Die Partizipation und Mitverantwortung Jugendlicher bei den Projekten selbst ist Ausgangs- und Endpunkt aller Überlegungen.

**Marion Gygax**, Licence en relations internationales  
Projektkoordination/Kommunikation Bierhübeli Bern, Gurtenfestival Bern  
Cäcilienstrasse 4, 3007 Bern,  
mariongygax@gmx.ch



**Béatrice Zbinden**, lic. phil.-hist.,  
Sekundarlehrerin, Schauspielerin, Theaterpädagogin Kt. Bern  
Dapplesweg 2, 3007 Bern  
bezbind@bluewin.ch



Mentorat: Prof. Dr. Ueli Mäder, Institut für Soziologie, Universität Basel

## Firmen-Kunstpreise der Region Basel

Firmen-Kunstpreise nehmen in der Kunstwelt eine immer grössere Präsenz und einen höheren Stellenwert ein. Worin liegt ihre Attraktivität für Künstler und für Unternehmen? Und wie schaffen es Firmen und Kunstpreise, sich in einer kleinen Region mit dieser Art der Kunstförderung zu positionieren?

Zur Zeit gibt es in der Region Basel vier Firmen-Kunstpreise: Es sind dies diejenigen der Bâloise, der National Versicherung, der Manor und der Bank Ehinger & Armand von Ernst. An ihnen habe ich Entstehung und Ausrichtung der Kunstpreise untersucht, indem ich sowohl die Firmen wie auch die preistragenden Künstlerinnen und Künstler zu ihrer Einschätzung des Kunstpreises befragt habe.

Das System der Wirtschaft und dasjenige der Kunst kooperieren auf eine ergänzende Weise: Sucht erstere in und mit der Kunst eine andere und wertsteigernde Sinnggebung, so kommt der Kunst das wirtschaftliche Beziehungspotential und die sich daraus ergebende Sichtbarkeit in einer breiteren Öffentlichkeit zugute.

Aus den Beobachtungen leite ich Empfehlungen ab, die einem Unternehmen bei der Etablierung eines neuen Kunstpreises dienlich sein können.

**Nicole Schmölzer**, lic. phil.,  
Künstlerische Tätigkeit  
Neusatzweg 21, 4133 Pratteln  
info@nicole-schmoelzer.ch



Mentorat: Prof. Michael Renner, Leiter Abteilung Visuelle Kommunikation:  
Interaktion|Bild|Typografie, Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel (HGK Basel)