



SKM Studienzentrum
Kulturmanagement
Universität Basel

Masterprogramm
Kulturmanagement
Diplomarbeiten
2007

ADVANCED STUDIES
UNIVERSITÄT BASEL

Layout Anne Perrot

© bei den Autorinnen und Autoren sowie dem Masterprogramm Kulturmanagement, Universität Basel
Oktober 2007



SKM Studienzentrum
Kulturmanagement
Universität Basel

Masterprogramm
Kulturmanagement
Diplomarbeiten
2007

ADVANCED STUDIES
UNIVERSITÄT BASEL

Inhalt

Vorwort	5
Diffusionsförderung für freie Theaterproduktionen Bestandesaufnahme und Vorschläge für die öffentliche Förderung in der Deutschschweiz Silvia Baldi, Philippe Bischof, Rahel Leupin	6
«Agentur für kreatives Handeln» Eine Realisierbarkeitsstudie für ein neues Förderkonzept Enrico Centonze, Anna-Christina Müller	8
Temporär – Ephemere Analyse der unternehmerischen Anforderungen an bildende Künstler im Bereich der temporären Kunst Beatrice Hatebur, Alexandra Melar, Birgit Reich	10
Der Appenzeller Kunstmaler Hans Zeller (1897–1983) Situierung des künstlerischen Werkes und Evaluation von Präsentationsmöglichkeiten Margrit Balmer, Daniela Beltrame, Dora Filli	12
«LIVEARTS – ein kunstprojekt für jugendliche» Valentin Kessler, Lisa Mathis, Oliver Rudin	14
«MIRVEGLIAS CINEMATOGRAFICAS» Ein Kulturaustauschprojekt Madeleine Corbat, Hannes Gut, Andrea L. Rassel	16
Von der Idee zum Buch: Schweizer Comicwelten – Eine Publikation über die aktuelle Comickunst in der Schweiz Peter Graf, Lynn Kost	18

Strategiekonzept für das Karikatur & Cartoon Museum Basel	20
Daniel Kaufmann, Emilia Petronio, Fabio Pink	
19 X Museen CH	22
Besucherorientierung – eine Bestandesaufnahme in 19 Schweizer Museen	
Christine Ginsberg, Clarissa Rothacker	
FrauenMusikForum Schweiz FMF – ein Marketingkonzept für das Informations- und Dokumentationszentrum zu Frau und Musik	24
Blanka Šiška, Eva Crastan Kaestner	
Marketingkonzept für das Z7	26
François Cochard, Rolf Schöner	
Vergleichsstudie über die Drittmittelbeschaffung professioneller Chöre mit Schwerpunkt Alte Musik	28
Anita Jehli, Alissa Nembrini, Nathalie Padlina	

Vorwort

Dieses Vorwort entsteht am Abend des Eröffnungstages eines neuen Lehrgangs in Kulturmanagement – und damit wenige Wochen vor der Diplomfeier der vorletzten Studiengruppe, deren Abschlussarbeiten als Kondensat den Inhalt dieser Broschüre bilden. Weiterbildung in hoher Kadenz. «Verrückt, wie die Zeit abhaut!», so drückte es letzte Woche eine Studentin im Jahrgang dazwischen aus, die ganz erstaunt schon Halbzeit ihres zweijährigen Studiums konstatierte.

Immerhin entwickelt sich – trotz oder wegen der Schnellebigkeit – auch inhaltlich Vieles: «Kulturbusinessplan», «Museumsmarketing», «Besucherbindung» ... Themen, Begriffe, Methoden, im Pilotlehrgang vor erst einem halben Dutzend Jahren unbekannt oder mindestens ungewohnt, sind heute gängig. Was zwischen Kulturproduktion und -rezeption liegt, das weite Feld der Kulturvermittlung, das auch Kulturmanagement einschliesst, hat sich rasant professionalisiert. Wer in dieser Broschüre schmökert, stellt fest, wie auch Diplomarbeiten helfen können, den Betrieb kultureller Institutionen oder sachdienliche Instrumente für die Kulturpolitik weiter zu optimieren.

Zugleich beeindruckt, mit welchem Engagement, welcher Seriosität und welcher Phantasie manche Studierende die Kulturwelt verändern wollen. Dass die vereinten Anstrengungen von Ausbildungs-Anbietern sowie Absolventinnen und Absolventen nicht wirkungslos geblieben sind, zeigt sich nur schon daran, wie rasch Studienleitung und Dozierende Studienmodule adaptieren müssen, damit sie wieder der gelebten Praxis entsprechen.

Kulturelle Institutionen und künstlerische Praktiken sind einem steten Wandel ausgesetzt. Und ein Masterprogramm in Kulturmanagement dreht aktiv am Schwungrad der Professionalisierung mit. Eines jedoch bleibt konstant für alle: Die Kultur selbst steht im Zentrum.

Rolf Keller,
Studienleiter

Brigitte Schaffner,
Mitglied der Studienleitung

Diffusionsförderung für freie Theaterproduktionen

Bestandesaufnahme und Vorschläge für die öffentliche Förderung in der Deutschschweiz

Freie Theaterprojekte müssen Wirkung zeigen und von einem breiten Publikum verhandelt werden können, wenn sie ihren ästhetischen und inhaltlichen Anforderungen entsprechen und sich weiterentwickeln sollen. Öffentliche Kulturförderung sollte also ihre wirkungsvolle Auswertung und Verbreitung (Diffusion) fördern; die bisherige Beschränkung in der Deutschschweiz auf punktuelle Gastspiel- und Tourneeförderung führt jedoch zu Auswertungsdefiziten. Die Arbeit untersucht deshalb die Frage, wie die Diffusion von geförderten Theaterproduktionen in der Deutschschweiz verbessert werden kann.

Das Anliegen einer effektiveren Förderung wird in einem ersten Diskussionsteil in den Kontext aktueller kulturpolitischer Tendenzen gestellt und zu Erkenntnissen aus dem Kooperationsmanagement in Bezug gesetzt.

Der empirische Teil besteht einerseits aus einer umfassenden Bestandesaufnahme der Diffusionsförderstrukturen in der Deutschschweiz sowie der Erfassung von Problemkreisen und Soll-Vorstellungen zentraler Diffusionsakteure mittels qualitativer Interviews, andererseits aus der eingehenden Analyse von vier Diffusionsmodellen, auch im Bereich Tanz, aus der Westschweiz, aus Frankreich und aus Grossbritannien.

Im letzten Teil werden anhand der gesammelten Erkenntnisse verschiedene Modelle für die Deutschschweiz entwickelt, die Anstösse geben zu nachhaltiger und differenzierter Diffusionsförderung, zu mehr Koordination und Kooperation (auch mit privaten Förderinstanzen und intermediären Organisationen), zu verstärktem Denken in neuen Funktionsräumen und zu vermehrter Vermittlungs- und Zugangsarbeit.



© PAK Praxis für angewandte Kunst; www.pak-online.org

Silvia Baldi, lic. phil.

Leitung Fachstelle Forschung, Hochschule der Künste Bern
Limmattalstrasse 11, 8049 Zürich
silvia.baldi@hkb.bfh.ch

Philippe Bischof

Regisseur & Dramaturg / Mitglied Jury für privatrechtlich organisierte
Theater-/Tanzgruppen Senatsverwaltung Berlin
Gustav-Müller-Platz 7, D-10829 Berlin, philippe.bischof@berlin.de

Rahel Leupin, lic. phil.

Koleiterin Fabriktheater Rote Fabrik Zürich
Gertrudstrasse 36, 8003 Zürich
rleupin@gmail.com

Mentorat: Dr. Andrew Holland,
Abteilungsleiter Tanz, Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia, Zürich

«Agentur für kreatives Handeln»

Eine Realisierbarkeitsstudie für ein neues Förderkonzept

Die Kreativität wird in der Wissensgesellschaft zum wichtigsten Produktionsfaktor, um sich im Wettbewerb zu behaupten. Künstlerische Prozesse und Strategien können helfen, den wirtschaftlichen Erfolg zu sichern und die politischen Abläufe zu optimieren. Dafür braucht es neue Förderstrukturen, welche das kreative Schaffen mit unternehmerischen Kompetenzen vernetzen.

Die Diplomarbeit «Agentur für kreatives Handeln» testet ein mögliches Förderkonzept im Gespräch mit Vertretern der vier Positionen Künstler, Stiftungen, Institutionen auf Kantons- und Bundesebene sowie Unternehmen.

Die Grundidee des Konzepts der «Agentur für kreatives Handeln» besteht darin, den Künstler mit unternehmerischen Kompetenzen zu stärken und sein Selbstbild in Richtung des Cultural Entrepreneur hin zu erweitern.

Das Resultat der Studie fällt positiv aus. Der Bedarf für ein Förderkonzept, das die Kunst mit der Wirtschaft verbindet und einen Wertetransfer initiiert, besteht. Alle Gesprächspartner sind sich bewusst, dass die Kreativität in der Wirtschaft zunehmend wichtiger wird.

Enrico Centonze

Künstler
Körnerstrasse 11, 8004 Zürich
ennicentonze@hotmail.com

Anna-Christina Müller

Initiantin Kunstfluss
Waldemarstrasse 48, D-10997 Berlin
blumerot@gmx.ch

Mentorat: Hans Ulrich Glarner, Leiter Abteilung Kultur,
Departement Bildung, Kultur und Sport, Kanton Aargau

Temporär – Ephemer

Analyse der unternehmerischen Anforderungen an bildende Künstler im Bereich der temporären Kunst

*«Freiheit ist die Feindin der Besitznahme,
die wiederum mit der Dauer einhergeht»
Christo*

Das temporäre Kunstwerk ist auf Vergänglichkeit und zeitliche Begrenzung angelegt. Seit den 1960er Jahren entziehen sich bildende Künstler durch die Produktion von Kunstwerken mit beschränkter Dauer dem Image der ökonomischen Werteproduktion. Zu den heute bekanntesten Vertretern dieser Arbeitsweise gehören Christo und Jeanne-Claude, aber auch junge international bekannte Künstler wie Thomas Hirschhorn oder Tino Sehgal produzieren als Arbeitsschwerpunkt zeitlich befristete Werke.

Um die besonderen unternehmerischen Anforderungen an diese Künstler herauszuarbeiten, geht die Arbeit der Frage nach, inwiefern sich diese Künstler über den Kunstmarkt etablieren und finanzieren können.

Basierend auf einer Literaturlauswertung werden theoretische Annahmen getroffen, die wiederum die Basis für eine Expertenbefragung bilden. Die Untersuchung zeigt, dass dieser Kunstform erschwerte Bedingungen bei der Vermarktung und Finanzierung innewohnen. Andererseits wird ersichtlich, dass sich diesen Künstlern auch viele Chancen und Möglichkeiten bieten, die ihren Einfallsreichtum und Pioniergeist als Unternehmer fordern.

Die Arbeit appelliert abschliessend an Künstler, sich kreativ mit den aufgezeigten unternehmerischen Anforderungen auseinanderzusetzen und sich ein stärkeres Selbstbewusstsein und ein verbessertes Know-how in unternehmerischen Belangen anzueignen.



Schijja, Davos (2004) Lichtinstallation von Ulrich Studer; Foto: Samuel Mühleisen

Beatrice Hatebur

Mitglied der Geschäftsleitung Steinmann & Schmid Architekten AG, Basel
Chrischonaweg 70, CH - 4125 Riehen
bhatebur@yahoo.de



Alexandra Melar

Kulturvermittlerin
Verenastrasse 18, CH - 4522 Rüttenen
a.melar@bluewin.ch



Birgit Reich

Kunstvermittlerin, Museumspädagogin, Bildende Künstlerin
Brunnenhausstrasse 5, D-76227 Karlsruhe
birgit-reich@gmx.de



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

Der Appenzeller Kunstmaler Hans Zeller (1897–1983)

Situierung des künstlerischen Werkes und Evaluation von Präsentationsmöglichkeiten

Die vom Departement Inneres und Kultur des Kantons Appenzell Ausserrhoden in Auftrag gegebene Machbarkeitsstudie untersucht das künstlerische Schaffen des Appenzeller Kunstmalers Hans Zeller sowie die heutigen Präsentationsmöglichkeiten seiner Werke in der Öffentlichkeit.

Das Werk Hans Zellers ist von regionaler Bedeutung für Appenzell und die Ostschweiz. Die Typen-Portraits und Landschaftsbilder thematisieren Appenzeller Volkskultur und Brauchtum sowie Naturlandschaft und Bergwelt. Der grossen Popularität und Verbreitung der Werke zu seinen Lebzeiten steht heute ein fast vollständiges Fehlen in öffentlichen Ausstellungsorten gegenüber.

Die Arbeit verfolgt mehrere Ziele: a) eine erste Situierung und Aufbereitung des künstlerischen Werks von Hans Zeller unter Einbezug von Biografie und künstlerischem Werdegang, b) eine Prüfung von verschiedenen Szenarien für die permanente oder temporäre Präsentation eines repräsentativen Werkfundus, c) eine exemplarische Darlegung von konkret geeigneten Ausstellungs- und Präsentationsorten in der Region Appenzell und der ganzen Schweiz, sowie d) eine Kostenschätzung und Prüfung von Finanzierungs- und Trägerschaftsmöglichkeiten für die empfohlene Präsentationsstrategie unter Berücksichtigung der im Mai 2007 gegründeten Hans Zeller-Stiftung.

Als primäre Empfehlung, die aus der Zusammenführung der verschiedenen Teile der Studie resultiert, wird angeregt, eine monografische permanente Präsentation im Rahmen der geplanten kulturellen Nutzung des Zeughauses Teufen, dem langjährigen Wohnort Hans Zellers, einzurichten.

Margrit Balmer, Dr. des.
Archäologin, Universität Bern | Stadtarchäologie Zürich
Hammerstrasse 93, 8032 Zürich
margrit.balmer@zuerich.ch



Daniela Beltrame
Geschäftsführerin Int. Balzan Stiftung Zürich
Halbartenstrasse 71c, 5430 Wettingen
beltrame@balzan.com



Dora Filli
Verwaltungsleiterin Kirchner Museum Davos
Suot Vih, 7546 Ardez
dora.filli@gmx.net



Mentorat: Dr. Thomas Antonietti, Präsident der Vereinigung der Walliser Museen,
Kurator Lötschentaler Museum,
Konservator für Volkskunde am kantonalen Museum für Geschichte Sion

«LIVEARTS – ein kunstprojekt für jugendliche»

Der Stellenwert der Kunstbildung an öffentlichen Schulen ist schweizweit sehr gering; zu erwerbende Grundkompetenzen von Schülerinnen und Schülern liegen heute vor allem in den kognitiven Fächern. Diese sind unbestrit-
tnermassen nötig; aber für eine ganzheitliche Bildung junger Menschen müsste Kunst einen ebenso wichtigen Platz im Unterricht einnehmen.

Von diesem Wunsch beflügelt erstellt die Arbeit ein Konzept für ein Kunstprojekt, welches die Zusammenarbeit von Jugendlichen und Kunstschaffenden über einen längeren Zeitraum verfolgt: Mit «LIVEARTS» soll eine Möglichkeit zur direkten Auseinandersetzung mit Kunst an öffentlichen Schulen aufgezeigt werden.

Die Diplomarbeit ist wie folgt aufgebaut: Einführend werden durch die Analyse verschiedenster Kunstprojekte in der Schweiz, in Deutschland und Österreich deren Nutzen und Notwendigkeit für Jugendliche belegt. Aus den gewonnenen Erkenntnissen wird im zweiten Teil der Arbeit das Projekt «LIVEARTS – ein kunstprojekt für jugendliche» konzipiert. Abschliessend werden verschiedene mögliche Finanzierungsformen mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen diskutiert. Spezielle Berücksichtigung findet das Spannungsfeld der privaten Mitfinanzierung von Projekten an öffentlichen Schulen.

Die vorliegende Arbeit stellt ein komplettes Konzept für die Projektrealisierung dar. Mit der Umsetzung hoffen die Autorin und die Autoren, dem Bedürfnis nach kreativer Kompetenz junger Menschen landesweit und wirkungsvoll nachzukommen.

Valentin Kessler, lic. phil.
Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Amt für Kulturpflege, Schwyz
Büttenenstrasse 25 d, 6006 Luzern
valentin.kessler@bluewin.ch



Lisa Mathis
Sekundarlehrerin, Lehrerin an der Sekundarstufe 1, Zürich
Dufourstrasse 197, 8008 Zürich
lisa.mathis@gmx.ch



Oliver Rudin
Musiker MH / Gymnasiallehrer, Lehrer am Gymnasium Kirschgarten Basel
Geschäftsführer The Glue Productions GmbH
Klosterberg 2, 4051 Basel, orudin@glueproductions.ch



Mentorat: Sara Smidt Bill, MAS Marketing und Museologin,
MuseVM – Beratung und Ausbildung, Jenaz

«MIRVEGLIAS CINEMATOGRAFICAS»

Ein Kulturaustauschprojekt

Den Ausgangspunkt für die Diplomarbeit bildeten die Ideen der Lia Rumantscha (Graubünden) und des Amtes für ladinische Kultur (Südtirol), ein Kulturaustauschprojekt zu initiieren. Für diese beiden Volksgruppen ist der Kontakt untereinander von besonderer Bedeutung, da sie als Sprachminorität ohne kulturelles Mutterland die meisten künstlerischen und edukativen Initiativen selber ergreifen müssen.

Die Diplomarbeitsgruppe hat diesen Input aufgenommen. Sie wählte für den Austausch das Medium Film und konzipierte die «MIRVEGLIAS CINEMATOGRAFICAS»: ein dreiteiliges Kulturaustauschprojekt. Mit Filmen lassen sich kulturelle Inhalte besonders gut transportieren, die Sprachen können dank Untertitelungen direkt in den Austausch integriert werden und Film als Kunstform vermag die unterschiedlichsten Bevölkerungsgruppen anzusprechen. «MIRVEGLIAS CINEMATOGRAFICAS» soll nicht bloss ein weiteres Filmfestival werden, vielmehr hat das Vorhaben das erklärte Ziel, die Bündnerromanen und die Dolomitenladiner einander näher zu bringen und in beiden Volksgruppen das Interesse für das eigene Filmschaffen zu stärken. Dafür hat die Diplomarbeitsgruppe die drei unterschiedlichen Teilprojekte von «MIRVEGLIAS CINEMATOGRAFICAS» entwickelt: Im Workshopteil (Luvratori) sollen interessierte Dolomitenladiner und Bündnerromanen an das Filmschaffen herangeführt werden. Im Seminarteil (Seminari) werden professionelle Filmschaffende aus ganz Europa mit der Frage konfrontiert, was es bedeutet, Filme in Minderheitensprachen zu produzieren. Den Abschluss bildet das Filmfestival; dieses will Filmschaffenden aus verschiedenen europäischen Sprachminoritäten eine Plattform und die Möglichkeit zum Austausch bieten.

Die Konzeption von «MIRVEGLIAS CINEMATOGRAFICAS» hat die Diplomarbeitsgruppe anhand der theoretischen Auseinandersetzung mit dem Projektmanagement und seinen Instrumenten erarbeitet und reflektiert.

Madeleine Corbat

Publicity & Marketing, Rialto Film AG
Muristrasse 88, 3006 Bern
m.corbat@bluewin.ch



Hannes Gut

Sachbearbeitung Visuelle Kunst, Aargauer Kuratorium
Jungstrasse 36, 4056 Basel
hannesgut@gmx.ch



Andrea L. Rassel

Lia Rumantscha, manader PR e projects
Vize-Präsident der Federal Union of European Nationalities (FUEN)
Via Cadonau 81, 7000 Chur



Mentorat: Prof. Dr. Armin Klein,
Institut für Kulturmanagement, Pädagogische Hochschule Ludwigsburg

Von der Idee zum Buch: Schweizer Comicwelten – Eine Publikation über die aktuelle Comickunst in der Schweiz

In der Schweiz hat sich etwa seit 1980 im Nachklang der Underground-Comix-Bewegung der späten 1960er und der 1970er Jahre eine vielschichtige und ungemein kreative Comic-Szene entwickelt, welche die strikten Regeln des Genres aufbricht und der klassischen Konfrontation zwischen «High and Low» neue Bildwelten und individuelle Erzählmethoden an die Seite stellt. Entstanden sind neue Blickwinkel des Erzählens, neue grafische Erzählstrategien, die mit unterschiedlichsten Mitteln der Bild- und Seitengestaltung Geschichten erzählen und die Beziehungen zwischen Zeit, Raum und Logik immer wieder neu interpretieren.

Die Publikation *Schweizer Comicwelten* will anhand von rund 20 künstlerischen Positionen die Bandbreite des Comic-Schaffens in der Schweiz abbilden und die aktuellsten Tendenzen aufzeigen. Zu Wort kommen zudem ausgewiesene Comic-Spezialisten, Ausstellungsmacher, Kunsthistoriker, Literaturwissenschaftler und Autoren, welche die Schweizer Comic-Kunst in die gegenwärtig relevanten Zusammenhänge stellen und die mannigfachen Möglichkeiten interpretieren, wie der zeitgenössische Comic die Verbindung zwischen Literatur und Bildender Kunst immer wieder neu eingeht.

Die Diplomarbeit dokumentiert den Entwicklungs- und Entstehungsprozess des Buches und behandelt neben der Beschreibung des *work in progress* wesentliche Fragen hinsichtlich Kalkulation, Finanzierung und Budgetierung eines solchen Vorhabens. Es werden Problemstellungen innerhalb der einzelnen Projektphasen thematisiert und die kulturpolitischen Erwartungen beleuchtet, die insbesondere für *Fumetto – Internationales Comix-Festival Luzern* mit der Realisation und Distribution des Buches verknüpft sein werden.



Peter Graf

Verlagslektor
Hopfenstrasse 20, 8045 Zürich
textdetektei@gmx.net

Lynn Kost

Festivalleiter Fumetto – Internationales Comix-Festival Luzern
Stauffacherstrasse 155, 8004 Zürich
lynn.kost@fumetto.ch

Mentorat: Dr. Andrea Raschèr,
Berater und Dozent

Strategiekonzept für das Karikatur & Cartoon Museum Basel

Das Karikatur & Cartoon Museum Basel (K&C) ist mit 17'000 Besuchern pro Jahr ein kleines Museum in der vielfältigen Basler Museumslandschaft. Es ist das einzige Museum der Schweiz, das sich den Kunstformen Karikatur und Cartoon widmet und wird seit 2004 erfolgreich von einer Co-Leitung geführt. Das K&C beschäftigt sich seit einiger Zeit mit dem Gedanken, seine Ausrichtung neu zu fokussieren. Die Autorin und die Autoren dieser Arbeit bekamen die Möglichkeit, mit dem Museum zusammenzuarbeiten und sich mit dessen konkreten Strategie-Fragen auseinanderzusetzen.

Aufgrund der gesammelten Informationen und diverser Gespräche mit der Museumsleitung und dem Personal sowie aufgrund von Beobachtungen und Literaturstudium beschäftigt sich die Arbeit zuerst mit der Analyse der Ausgangslage: die Ressourcen und Fähigkeiten, die Geschäftsfelder und Kernprozesse des Museums werden ermittelt, ebenso seine unmittelbare Umwelt. Anschliessend werden Anregungen zur künftigen Vision und zum Leitbild des Museums formuliert und von diesen ausgehend zwei konkrete strategische Optionen vorgeschlagen: eine Intensivierungs- und eine Erweiterungsstrategie. Die erste Option zielt mit dem bestehenden Ausstellungskonzept des Museums auf eine Marktdurchdringung und Marktentwicklung. Mit der zweiten Option wird das Kernthema des Museums auf andere Kunstformen des gezeichneten Bildes erweitert (Diversifikation).

Beide strategischen Optionen erfordern Mittel und Ressourcen und sind demzufolge ohne zusätzliche Finanzen nicht machbar. Es ist deshalb essentiell, neue Finanzierungsmöglichkeiten über Gönner, Sponsoren u.a. zu erschliessen und vorhandene Einnahmequellen wie den Museumsshop auszubauen.



«aktuell_actuel». © Peter Schrank. Basler Zeitung.

Daniel Kaufmann

Abteilungsleiter ISS AG, Museum Tinguely Basel
Untere Rebgasse 7, 4058 Basel
dannyka@vtxmail.ch



Emilia Petronio, lic. phil.

Projektmanagerin «GeoCASE», ETH Zürich – Sammlungen des
Departements Erdwissenschaften
Hinterbergstrasse 28, 8044 Zürich, mietta@bluewin.ch



Fabio Pink

Tänzer, Choreograph und Produzent
Wanderstrasse 139, 4054 Basel
pinkfab@mac.com



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

19 X Museen CH

Besucherorientierung – eine Bestandesaufnahme in 19 Schweizer Museen

Eine möglichst genaue Kenntnis der Besucher und die Orientierung an deren Bedürfnissen sind heute unbestritten die wichtigsten Prinzipien zeitgemässer Museumsarbeit.

Ausgehend vom Konstrukt der privatwirtschaftlichen Kundenorientierung wurden folgende sechs Kriterien der Besucherorientierung abgeleitet, die in einen Fragebogen für Telefoninterviews einfließen: Qualitätsmanagement, Service-, Besucherwert-, Besucherbindungs-, Beschwerde- und Kommunikationsmanagement.

Insgesamt wurden 19 Kunst-, historische und ethnografische Museen mit mindestens 40'000 Besuchern pro Jahr in der Deutschschweiz (Aarau, Basel, Bern, Luzern, Winterthur, Zürich) und in der Romandie (Genf und Lausanne) telefonisch unter diesen Aspekten befragt. Mittels zusätzlicher Internet-Recherche, einer Untersuchung der museumseigenen Webseiten und der Interviewauswertung wurde eine vergleichende Bestandesaufnahme erstellt.

Im ersten theoretischen Teil der Arbeit wird das Konzept Kundenorientierung aus privatwirtschaftlicher Sicht vorgestellt, wobei besonderes Augenmerk auf den Spezifika des für den Museumsbereich relevanten Dienstleistungs- und Nonprofit-Sektors liegt. Der zweite Teil befasst sich mit der Auswertung der empirischen Ergebnisse. Dabei zeigen sich positive Ansätze, die allerdings nicht darüber hinwegtäuschen sollten, dass gerade in den Bereichen zielgruppengerechter Kommunikation, Distribution über Kombiangebote mit Partnern aus dem Tourismus, in der Zusammenarbeit mit anderen Kulturinstitutionen und in der Akquisition eines neuen jüngeren Publikums ungenutztes Potential liegt.

Christine Ginsberg

Marketing, Museum Rietberg Zürich
Feldeggstrasse 33, 8008 Zürich
christine.ginsberg@zuerich.ch



Clarissa Rothacker, M.A.

Leitung Lektorat und Ausstellungswesen, Faksimile Verlag Luzern
Abendweg 22, 6006 Luzern
clarissa.rothacker@faksimile.ch



Mentorat: lic. rer. pol. Andreas Lucco,
WWZ Basel, Abt. Marketing und Unternehmensführung

FrauenMusikForum Schweiz FMF – ein Marketingkonzept für das Informations- und Dokumentationszentrum zu Frau und Musik

Das FrauenMusikForum Schweiz FMF ist eine in Schweizer Fachkreisen relativ bekannte erste Anlaufstelle für Fragen zu Frau und Musik. Die Relevanz seiner Existenz ist unbestritten. Sowohl die Kundschaft des FMF als auch die Mitglieder des Vereins sind mit den Dienstleistungen mehrheitlich zufrieden und betonen deren Wichtigkeit. Trotzdem stagniert der Bekanntheitsgrad des FMF und seiner Produkte und der Verein verzeichnet – wie heutzutage viele Vereine – einen schleichenden Mitgliederschwund. Zudem präsentiert sich die finanzielle Situation des FMF, nicht zuletzt wegen Kürzungen der Bundesbeiträge an kulturelle Organisationen, als zunehmend problematisch.

Die vorliegende Arbeit analysiert, gestützt auf eine Mitgliederumfrage und qualitative Interviews mit ausgesuchten Persönlichkeiten der Musik- und Musikwissenschaftsszene Schweiz, die Situation des FMF, ortet Problemstellungen und legt ein Marketingkonzept samt Zielen, Strategien und konkreten Massnahmen für die Institution und ihre Produktpalette vor.

Bezüglich Genderfragen und hinsichtlich erwarteter Professionalität von Kulturinstitutionen findet in der Gesellschaft ein Wandel statt. Primär muss das FMF auf veränderte Qualitätsansprüche angemessen reagieren und sein Leistungsangebot anpassen, ohne die bisherige zufriedene Kundschaft zu frustrieren. Eine neue Kommunikationsstrategie soll den einzigartigen Produkten des FMF zu mehr Präsenz in der Öffentlichkeit verhelfen.

Eva Crastan Kaestner, lic. phil.
Musikerin, Musikwissenschaftlerin, Musikpädagogin
Zürichstrasse 16, 5634 Merenschwand
eva.crastan@solnet.ch



Blanka Šiška
Musikerin, Musikredaktorin, Musikpädagogin
Lichtgutberg, 3453 Heimisbach
b.siska@stud.unibas.ch | info@fmf.ch



Mentorat: Dipl.-Kffr. Anja Zimmermann,
Dozentin HSW Luzern

Marketingkonzept für das Z7

In Pratteln, vor den Toren Basels, entstand 1994 das Z7 als Konzerthalle mit einem Fassungsvermögen von 2000 Besuchern. Gegründet wurde es von einer Gruppe Musikfans mit unterschiedlichen musikalischen Ausrichtungen. Heute ist das Z7 eine der renommiertesten Konzerthallen der Schweiz und hat sich vor allem in den Sparten «Rock» und «Heavy Metal» einen Kult-Status erarbeitet. Diesem Erfolg lag kein konzeptionelles Marketing zugrunde – Marketing wurde bislang immer «aus dem Bauch heraus» betrieben. Die Autoren haben sich deshalb der Erstellung eines in der unmittelbaren Zukunft anwendbaren Konzeptes für das Z7 angenommen. Ziel war es, die Basis für ein professionelles Marketing zu schaffen, mit dem die künftigen Herausforderungen angegangen werden können.

Das Marketingkonzept ist in drei Teile gegliedert. Zunächst wird die Ist-Situation analysiert und dieser Analyse anschliessend eine Soll-Zielsetzung gegenüber gestellt. Im dritten Teil werden konkrete Massnahmen vorgeschlagen, um den Schritt vom Ist- zum Soll-Zustand erreichen zu können.

Die Hauptziele für das Z7-Marketing heissen Kundenbindung und Neukundengewinnung in bestehenden und neuen Märkten. Die Arbeit belegt, dass das Z7 schweizweit einen sehr hohen Status in den Musikbereichen «Rock» und «Heavy Metal» besitzt. Um die Auslastung der Halle zu erhöhen, schlagen die Autoren einerseits vor, mit einer neuen Musiksparte «Pop» vor allem das lokale Publikumspotential anzusprechen. Andererseits soll durch bescheidene Umbauten die Multifunktionalität der Halle erhöht werden, so dass sie auch für andere Anlässe (z.B. Parties, Rock-Bar) genutzt werden kann. Neben Service- und Qualitätsverbesserungen und weiteren Kundenbindungsmassnahmen beschreiben die Autoren auch Instrumente, mit denen zusätzliche Einnahmen generiert werden können. Es zeigt sich, dass in dem bereits gut funktionierenden Kulturbetrieb Z7 noch ein grosses Potential steckt.



François Cochard

Musikmanager und Geschäftsführer der Konzertagentur Divus Modus GmbH
Lenggstrasse 67, 8008 Zürich
francois@divusmodus.ch



Rolf Schöner

Programmkoordinator Radio Kanal K, Aarau und freischaffender Buchhersteller
Römerstrasse 27, 5000 Aarau
rolf.schoener@gmx.ch



Mentorat: Prof. Dr. Armin Klein,
Institut für Kulturmanagement, Pädagogische Hochschule Ludwigsburg

Vergleichsstudie über die Drittmittelbeschaffung professioneller Chöre mit Schwerpunkt Alte Musik

Auch für professionelle Vokalensembles ist angesichts knapper öffentlicher Gelder die Drittmittelbeschaffung zu einem zentralen Thema geworden. Die Hypothese der Diplomarbeit besagt, dass eine starke öffentliche Förderung bei professionellen Chören den Aufbau einer erfolgreichen Drittmittelbeschaffung lange Zeit nicht nötig machte. Für die Analyse wählten wir fünf auf Alte Musik spezialisierte und in verschiedenen Regionen angesiedelte Chöre aus. Zusätzlich zogen wir einen ausländischen Chor sowie eine als Konzertveranstalterin fungierende Institution zum Vergleich hinzu.

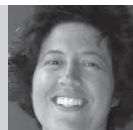
Unsere Hypothese wurde zum Teil bestätigt – keine der untersuchten Institutionen hat sich mit der Drittmittelbeschaffung intensiv auseinandergesetzt. Diese Tatsache ist die Folge einer bis anhin grosszügigen öffentlichen Subventionierung: Diejenigen Institutionen, die schon seit ihren Gründerjahren auf öffentliche Unterstützung hatten zählen können, waren nicht gezwungen, sich aktiv mit Drittmittelbeschaffung auseinander zu setzen. Bei den anderen Vokalensembles konnte überraschenderweise festgestellt werden, dass die Eigenfinanzierung durch Einnahmen einen sehr hohen Anteil ausmacht.

Als eine Art Starthilfe für erfolgreiche Drittmittelbeschaffung haben wir einen auf die Situation der Chöre zugeschnittenen, praktischen Leitfaden entwickelt. Zum Teil wurden bereits bestehende Instrumente adaptiert und auf die besonderen Bedürfnisse der Chöre ausgerichtet, andere Werkzeuge entwickelten wir selbst.



Anita Jehli

Musikerin (Violoncello), Musikschulleiterin VMS
 Mühlegasse 12, 8001 Zürich
 anita@jehli.ch



Alissa Nembrini, lic. phil.

Musikwissenschaftlerin, SRG SSR Journalistin und Chorproduzentin
 Via Soldino 28, 6900 Lugano
 alissa.nembrini@rtsi.ch



Nathalie Padlina, lic. phil.

Musikwissenschaftlerin, Musikerin (Querflöte/Piccolo)
 Scheuchzerstrasse 34, 8006 Zürich
 npadlina@gmx.ch



Mentorat: Dr. Dr. Elisa Bortoluzzi Dubach,
 Kommunikations- und Sponsoringberaterin BR SPRG, Zug



SKM Studienzentrum
Kulturmanagement
Universität Basel

Rheinsprung 9
CH-4051 Basel
061 267 34 74
skm@unibas.ch
www.kulturmanagement.org

