



SKM Studienzentrum
Kulturmanagement
Universität Basel

Masterprogramm
Kulturmanagement
Diplomarbeiten
2008

ADVANCED STUDIES
UNIVERSITÄT BASEL



SKM Studienzentrum
Kulturmanagement
Universität Basel

Masterprogramm
Kulturmanagement
Diplomarbeiten
2008

ADVANCED STUDIES
UNIVERSITÄT BASEL

Inhalt

Vorwort	4
Möglichkeiten und Grenzen einer gemeinsamen nationalen, kantonalen und kommunalen kulturpolitischen Agenda Oliver Frey, Jane Wakefield	6
Kulturtouristische Vielfalt im Oberwallis Bestandesaufnahme, Potenzial, Empfehlungen Hildegard Loretan, Gabriela Schilter	8
CULTURE LIMITED? Eine Untersuchung der Basler Kreativwirtschaft in den Teilmärkten Kunst und Design zur Klärung der Frage: Museumsstadt oder Kreativstadt Basel? Doris Galantay, Judith Stoletzky	10
(Un-)Selbständigkeit im Kulturbereich Janine Gebser, Kathrin Lötscher	12
GayBasel.ch – Businessplan Ein Konzept für die Förderung der lesbisch-schwulen Kultur in Basel Johannes Sieber	14
New Media – New Money? Eine Analyse der Mittelbeschaffung in der Medienkunst in Europa und Asien Irène Hediger, Astrid Wunsch	16
Kulturinstitutionen aus Basel – Wer sind die «kritischen Stakeholder» und warum? Sandro Bernasconi, Markus Häberlin	18
Der Dreipartienbetrieb und seine kulturelle Relevanz im Heute Félix Duménil, Peter Grünenfelder, Annette von Goumoëns	20

Konzept zum Auf- und Ausbau der B2B-Aktivitäten für das Konzerthaus Berlin	22
Natalie Lafranchi	
Strategiekonzept für den Kunstverein Weil am Rhein	24
Alice Panzer, Peter Steiner	
Corporate Collecting: sieben Schweizer Unternehmen und ihre Kunstsammlungen	26
Cornelia Luchsinger, Silvia Rohner, Joanna Zeller	
Entwicklung eines Kunst- und Kulturprojekts für die Primarschulen in Basel-Stadt	28
Anjali Keshava, Irene Kupferschmid, Paloma Selma Borja	
Evaluation des Projektes «Leseförderung in Kleinhüningen» im Auftrag der ABG – Allgemeine Bibliotheken der GGG Basel	30
Kathrin Renggli	
Kulturgüterschutz in der Georgischen Republik: Stand – Perspektiven – Projekte	32
Konstantine Natsvlishvili	
Anleitung zum Kunsthandel für Gentlemen, Scharlatane und Entdecker – Instrumente gegen den illegalen Kunsthandel und ihre Wirksamkeit	34
Eva de Souza	
Station to Station. Ein Jugendaustauschprojekt im europäischen Raum	36
Kosmas Kosmopoulos	

Vorwort

Natürlich gab es auch diesmal klassische Aufgaben des Kulturmanagements zu lösen: Eine Strategie für einen serbelnden Kunstverein, eine kritische Analyse des traditionsbegründeten Dreipartnenbetriebs im Theater, oder die Frage nach den massgeblichen Stakeholdern kultureller Institutionen.

Deutlich belegt diese Broschüre aber zudem, dass Kulturmanagerinnen und Kulturmanager sich auf einem Terrain bewegen, das erst zum Teil vermessen und dessen Horizont nach allen Azimuten offen ist. Das Kerngebiet Kultur steht in vielfältigen Austauschbeziehungen zu wirtschaftlichen, rechtlichen, sozialwissenschaftlichen Disziplinen; zusammen erst konstituieren sie Kulturmanagement. Das ist der eine Grund für die Breite des thematischen Spektrums, das sich in den Diplomarbeiten dieses Jahrgangs manifestiert: von der Leseförderung in einer Gemeinde bis zu einer nationalen kulturpolitischen Agenda, von den Kunstsammlungen grosser Unternehmen bis zum Businessplan einer Online-Plattform der Gay-Szene.

Der andere Grund hat mit der Zusammensetzung der Studiengruppe aus erfreulich vielen Ländern zu tun. Ein aussergewöhnlich hoher Anteil der Arbeiten befasst sich mit interkulturellen oder internationalen Fragestellungen: vom europäischen Jugendaustausch oder kulturübergreifenden Begegnungen an Basler Schulen bis zum Fundraising in der globalisierten Medienkunst, vom Kunst- und Kulturgüterhandel zwischen Brasilien und der Schweiz bis zum Marketing des Konzerthauses Berlin. Wenn diese «Multikulturalität» der Gruppe während der zwei Studienjahre immer wieder eine besondere Herausforderung darstellte – sowohl für die betreffenden Studierenden und die Gruppe als Ganzes als auch für die Studienleitung –, so hat sie jedenfalls eine besonders bunte Auswahl an Früchten gezeitigt.

Schliesslich haben sich zwei Themenbereiche in den letzten Jahren in den Vordergrund der gegenwärtigen kulturpolitischen Debatte geschoben, die auch hier präsent sind und den Fächer weiter öffnen: die Kreativwirtschaft, mit der Spezialfrage der selbständigen Erwerbstätigkeit, und der Kulturtourismus. Wir freuen uns, dass auch dieses Jahr die Ernte an Arbeiten aufs Schönste illustriert, was die Betätigungsfelder aktuellen Kulturmanagements sind.

Rolf Keller
Studienleiter

Lisa Fuchs
Stv. Studienleiterin

Möglichkeiten und Grenzen einer gemeinsamen nationalen, kantonalen und kommunalen kulturpolitischen Agenda

DIE Schweizer Kulturpolitik existiert nicht. Dies ist nicht weiter verwunderlich, betreiben in der Schweiz doch neben dem Bund 26 Kantone, 2706 Gemeinden, über 40 nationale kulturelle Dachorganisationen und zahlreiche private und wirtschaftliche Institutionen Kulturpolitik mit eigenen inhaltlichen Schwerpunkten und Bedürfnissen. Die Schweiz sieht sich einem riesigen Berg an Partikularinteressen gegenüber, die eine einheitliche kulturpolitische Interessenvertretung und somit eine Stärkung der Kultur als Ganzes unmöglich machen.

Um Abhilfe zu schaffen, sieht das neue Kulturförderungsgesetz durch den Bund festgelegte Schwerpunkte in der Kulturförderung vor, welche mit den Kantonen, Städten und Gemeinden umgesetzt werden sollen. Der im Kern richtige Lösungsansatz birgt in der Praxis einige Probleme. Jeder Kanton, jede Stadt und jede Gemeinde weist unterschiedliche Voraussetzungen auf, was die Organisation, die Ressourcen und die Instrumentarien in der Kulturförderung angeht. Ebenso divergent und mit einer einheitlichen Schwerpunktsetzung unvereinbar sind die Bedürfnisse der kulturellen Dachverbände und der privaten und wirtschaftlichen Institutionen.

Nach dem Grundsatz «Die Stärkung des Ganzen liegt in der Stärkung des Einzelnen» versucht die Masterarbeit eine Alternative zu den zentralistisch gefärbten Schwerpunktsetzungen des Bundes aufzuzeigen: Ein kulturpolitisches Empowerment soll alle Akteure in die Lage versetzen, ihren eigenen Interessen mehr Gewicht zu verleihen und diese gegenüber dem Bund besser zu vertreten. So sollen die Grundlagen für eine kohärente schweizerische Kulturpolitik geschaffen werden.

Oliver Frey, lic. phil.
Stadt Luzern, Abteilung Kultur und Sport
Aabachstrasse 28, 6300 Zug
oliver.frey@stadtluzern.ch



Jane Wakefield
Stapferhaus Lenzburg, Projektleitung kulturdünger
PETZI – Dachverband Schweizer Musikclubs, Geschäftsführerin
Florastrasse 6, 5000 Aarau, jane.wakefield@gmx.ch



Mentorat: Dr. Stefan Koslowski,
Kanton Aargau, Departement Bildung, Kultur und Sport, Abteilung Kultur,
Projektbeauftragter Revision Kulturgesetz, Aarau

Kulturtouristische Vielfalt im Oberwallis

Bestandesaufnahme, Potenzial, Empfehlungen

Der Tourismus ist der wichtigste Wirtschaftszweig im Kanton Wallis. Wer sich von der Konkurrenz abheben will, muss sich etwas einfallen lassen, das nicht einfach kopiert werden kann, und/oder sich auf seine Besonderheiten besinnen. Das Spezifische einer Region manifestiert sich vorab in immateriellen Komponenten; so gewinnt die Kultur als ‚Software‘ des Tourismus an Bedeutung.

Kulturtouristische Angebote machen eine Region für Touristinnen und Touristen attraktiv. Sie wirken nicht nur als Magnete gegen aussen, auch das Leben der Einheimischen wird bereichert. Einerseits, weil sie die Menschen zur Auseinandersetzung mit der eigenen Umgebung, Kultur und Vergangenheit anregen. Andererseits hilft die kulturtouristische Nachfrage bei der Finanzierung der Wiederentdeckung, der Neuinszenierung oder des Erhalts des kulturellen Erbes, was auch Arbeitsplätze ausserhalb des Tourismus schaffen kann.

Die Arbeit konzentriert sich auf die Region Oberwallis mit der Agglomeration Brig-Visp-Naters. Diese Abgrenzung beruht einerseits auf der Sprachgrenze, aber auch auf der Wahrnehmung des Oberwallis als homogene landschaftliche und kulturelle Einheit. Mit einer Bestandesaufnahme wird das Potenzial kulturtouristischer Angebote untersucht; daraus leiten sich Empfehlungen ab.

Die Bestandesaufnahme zeigt eine in diesem Umfang überraschende und erstaunliche Vielfalt und Dichte kultureller/touristischer Angebote im Oberwallis, die für Feriengäste jedoch wenig sichtbar und kaum greifbar sind. Damit das Oberwallis für die Touristinnen und Touristen als homogener (Kultur)Raum erscheint, ist ein einheitlicher, professioneller kulturtouristischer Auftritt wichtig. Dazu braucht es Anstrengungen aller Akteure: eine engere Kooperation, eine bessere Kommunikation und eine verstärkte Professionalisierung. Kultur kann sich rechnen und sollte als Option vermehrt genutzt werden.

Hildegard Loretan, lic. phil.
Dozentin Schweizerische Tourismusfachschule Siders
Sebastiansplatz 1, 3900 Brig
hildegard.loretan@rhone.ch



Gabriela Schilter
Geschäftsführerin FrauenRäume Sursee
Hildisriederstrasse 12, 6204 Sempach
g.schilter@datazug.ch



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

CULTURE LIMITED?

Eine Untersuchung der Basler Kreativwirtschaft in den Teilmärkten Kunst und Design zur Klärung der Frage: Museumsstadt oder Kreativstadt Basel?

Weltweit ist Kreativwirtschaft Thema der Städtepolitik geworden, das Label Kreativstadt ist eine Auszeichnung. Basel trägt das Label Museumsstadt und Besuchern wird Culture unlimited versprochen. Welchen Platz hat die Kreativwirtschaft zwischen diesen Polen und besitzt sie das Potenzial, Basel das Label Kreativstadt zu verleihen? Die Arbeit prüft, ob den verschiedenen Akteuren, ob der Kultur- und Wirtschaftspolitik die Bedeutung der Kreativwirtschaft bewusst ist, und welche Handlungskonsequenzen sie allenfalls ziehen.

Die Entwicklung der Kreativwirtschaft wird im europäischen und Schweizer Vergleich betrachtet und es wird geprüft, ob und wie sie in Basel in öffentlichen Kanälen thematisiert ist.

Qualitative Einzelinterviews mit acht Vertretern von Förderinstitutionen, Standortmarketing, Wirtschaftsbehörden und Medien sondieren deren Einschätzung der Relevanz der Kreativwirtschaft für Basel. Zwei Gruppengespräche mit 15 Akteuren aus Designwirtschaft und Kunstmarkt sowie eines mit 10 Studierenden und Alumni der Fachhochschule Nordwestschweiz/Hochschule für Gestaltung und Kunst untersuchen Selbstbild und Ziele, Vernetzung, Bedürfnisse und Gründe für Leben und Arbeiten in Basel.

Neben Impulsen und neuen Fragen liefert die Arbeit die Erkenntnis, dass in Basel das Bewusstsein für Kreativwirtschaft erwacht ist und dass sich unterschiedlichste Interessen damit verbinden, der Erhalt des Life-Science Standortes an erster Stelle. Eine quantitative Untersuchung, möglicherweise auf Grundlage dieser Arbeit, müsste die Dimension der Kreativwirtschaft ermesen, damit ihre systematische Entwicklung die kulturelle Vielfalt Basels beleben kann. Bis dahin bleibt Eigeninitiative der Akteure der kreativste Weg zur Kreativstadt.



Doris Galantay

Dozentin FHNW, HGK Basel, Institut Mode-Design
Weissweg 15, 4312 Magden
doris.galantay@fhnw.ch



Judith Stoletzky

Dipl. Kommunikationsdesignerin FH, selbständige Konzepterin, Texterin und Autorin
Bächtoldstrasse 15, 8044 Zürich
stol@tzky.de



Mentorat: Niklaus Ullrich
Kulturbeauftragter Kanton Basel-Landschaft

(Un-)Selbständigkeit im Kulturbereich

Die aktuelle Fachliteratur zur Kulturwirtschaft konstatiert eine Expansion des Kulturmarkts sowie eine wachsende Nachfrage nach kulturellen Dienstleistungen. Parallel dazu ist eine Zunahme an Ausbildungsgängen im Fach Kulturmanagement im deutschsprachigen Raum festzustellen. Eine Qualifizierung für eine mögliche Führungsposition oder eine Selbständigkeit im Kulturbereich scheint also Konjunktur zu haben.

Die Diplomarbeit befasst sich vor diesem Hintergrund mit den beruflichen Perspektiven im Kulturbereich. Neben einer theoretischen Situierung der Thematik haben wir mit einer quantitativen Befragung per Online-Fragebogen aktuelle und ehemalige Studierende des Basler Masterprogramms Kulturmanagement zu ihrem beruflichen Werdegang befragt und führten anschließend qualitative Interviews mit selbständig tätigen Absolventinnen und Absolventen, um ihre Sicht auf Schwierigkeiten und Vorteile der Selbständigkeit zu eruieren.

Die Ergebnisse der Befragungen zeigen unter anderem, dass eine Mehrheit der Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs in einem Anstellungsverhältnis arbeitet, sich allerdings eine Tendenz zu einer selbständigen Tätigkeit nach Studienende feststellen lässt. Auch findet in nicht wenigen Fällen ein Wechsel in eine leitende Position während oder nach dem Studium statt. Die Diplomarbeit zeigt, dass ein Kulturmanagementstudium an der Universität Basel zu einem beruflichen Fortkommen durchaus beitragen kann.

Janine Gebser, lic. phil.
Kunsthistorikerin
Hegibachstrasse 30, 8032 Zürich
gebser@bluewin.ch

Kathrin Lötscher, lic. phil.
Kulturwissenschaftlerin und Arabistin
Bartenheimerstrasse 30, 4055 Basel
kathrinloetscher@hotmail.com

Mentorat: Mag. rer. pol. Hubert Theler MAS, Zürcher Hochschule der Künste, Zürich;
Inhaber Theler Cultur Consulting, Naters

GayBasel.ch – Businessplan

Ein Konzept für die Förderung der lesbisch-schwulen Kultur in Basel

Die Internetplattform GayBasel.ch wurde als Ad-hoc-Projekt einer Internet-Dienstleistungsfirma initiiert. Der Gründungsgedanke war es, der lesbisch-schwulen Kultur in Basel ein Gesicht zu geben und Interessierten über einen Online-Veranstaltungskalender einen vollständigen Überblick über die Aktivitäten der Gay-Szene in Basel zu ermöglichen. Zur Idee gehörte es, das Projekt als unabhängiges Medium zu etablieren und den Betrieb über Bannerwerbung zu finanzieren.

Das Projekt entwickelte sich innert Kürze zu einer losen Organisation mit institutionellem Charakter. Die Betreiber leisten aktiv Öffentlichkeitsarbeit für lesbisch-schwule Veranstaltungen in Basel und der Region und tragen, im nationalen Kontext gesehen, so zur Steigerung der Attraktivität des Standortes Basel bei.

Die Aktivitäten der Organisation sind nicht finanziert. Zur Erwirtschaftung der benötigten Mittel müsste die Plattform entschieden kommerzialisiert werden. Davon wollen die Betreiber absehen. Vielmehr ziehen sie eine Neuorientierung in Betracht: Aus dem unabhängigen Medium soll eine Nonprofit-Organisation werden, deren Ziele von gemeinnützigem Charakter sind und über welche Fundraising zur Finanzierung der Aktivitäten betrieben werden kann.

In dieser Arbeit wird aufgezeigt, wie sich die Nonprofit-Organisation GayBasel.ch positioniert, personell organisiert, welche Leistungen sie für wen erbringt und wie diese Leistungen zu finanzieren sind. Das Konzept zur Förderung der lesbisch-schwulen Kultur in Basel wurde in enger Zusammenarbeit mit den Betreibern von GayBasel.ch und im Rahmen eines Businessplans erarbeitet.

Johannes Sieber

Netzlabor, Agentur für Kommunikation
Hünigerstrasse 85, 4056 Basel
sieber@netzlabor.ch, www.netzlabor.ch



Mentorat: Prof. Dr. Michael Lister, Lehrstuhl für Finanzen, Banken und Controlling,
WHL Wissenschaftliche Hochschule Lahr,
Lehrbeauftragter am Wirtschaftswissenschaftlichen Zentrum der Universität Basel

New Media – New Money?

Eine Analyse der Mittelbeschaffung in der Medienkunst in Europa und Asien

Die noch relativ junge Medienkunst entstand in den 1960er Jahren, als die Grenzen zwischen klar voneinander getrennten Kunstformen zu verschwimmen begannen. Trotz Überschneidungen mit der traditionellen Kunstszene bildet die Medienkunst ein eigenes System mit spezifischen Institutionen, Distributionskanälen, Festivals und Veranstaltungen. Regelmässig stattfindende Medienkunst-Festivals sind daher bis heute die wichtigsten Orte für die Vermittlung von Medienkunst. Es stellt sich die Frage, wie es um das Fundraising und Sponsoring von Medienkunst-Festivals bestellt ist.

Die Hypothese der vorliegenden Untersuchung ist, dass Medienkunst-Festivals hauptsächlich aus öffentlichen Geldern finanziert werden und von privaten Sponsoren wenig Finanzierung erfahren, da herkömmliche Formen des Sponsoring für diesen Kunstbereich nicht greifen. Anhand einer vergleichenden Analyse von vier internationalen Medienkunst-Festivals in Europa und Asien wird dargelegt, welche Konzepte und Bedeutungen des Fundraisings sich ableiten lassen. Zum Thema wurden Fundraising-Verantwortliche, Sponsoren, Kuratorinnen, Künstler und Asien-Sachverständige befragt.

Die Diplomarbeit nimmt eine Einschätzung der Möglichkeiten für Fundraising vor und gibt Empfehlungen für heutige und zukünftige Fundraising-Fachleute der Medienkunst.

Irène Hediger

Projektleiterin/Kuratorin
Clausiusstrasse 65, 8006 Zürich
irene.hediger@zhdk.ch



Astrid Wunsch

Projektleiterin/Multimedia-Konzepterin
Am Wasser 48, 8049 Zürich
astrid@makeup-uk.net



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

Kulturinstitutionen aus Basel – Wer sind die «kritischen Stakeholder» und warum?

Basel verfügt über gewichtige Kulturinstitutionen mit nationaler und internationaler Strahlkraft, welche gegenüber Touristen, aber auch möglichen Investoren und hoch qualifizierten Arbeitnehmern als Standortmerkmal hervorgehoben werden.

Daneben gibt es zahlreiche Kulturinstitutionen, die das kulturelle Leben der Stadt mit ihren Aktivitäten ebenso nachhaltig bereichern: beispielsweise die Präsentation und Vermittlung von Medienkunst, wie sie die Institution «plug.in» bietet, als auch der Aufbau und die Führung eines Begegnungszentrums, wie es das «Union» bezweckt, oder die soziokulturelle Nutzung, welcher die Kantensprung AG das Areal der ehemaligen Maschinenfabrik Sulzer Burckhardt AG zuführte.

Die Diplomarbeit geht der Frage nach, mit welchen Ressourcen diese Ziele erreicht werden, wer diese zur Verfügung stellt und inwiefern die Institutionen von ihnen abhängig sind.

Der so genannte Stakeholder Ansatz hilft, die verschiedenen Anbieter von Ressourcen der untersuchten Institutionen heraus zu filtern und die «kritischen Stakeholder» zu benennen mit der Begründung, warum diese kritisch sind.

Dabei wird der Fokus sowohl auf Geldwerte als auch auf immaterielle Beiträge gerichtet. So sind bei der Untersuchung der kritischen Ressourcen neben den Finanzen auch gesellschaftliche Akzeptanz oder Know-how von hoher Bedeutung.

Sandro Bernasconi, lic. iur.
Amt für Kultur BL / Inhaber ABX
Strassburgerallee 107, 4055 Basel
sandro.bernasconi@bl.ch

Markus Häberlin
Freischaffender Gestalter und Kunstvermittler
Spalenring 10, 4055 Basel
info@little-bit.ch

Mentorat: Dr. Beat von Wartburg,
Leiter Abteilung Kultur, Christoph Merian Stiftung

Der Dreispartenbetrieb und seine kulturelle Relevanz im Heute

Der klassische Dreispartenbetrieb, ein über 150 Jahre altes Theatermodell, welches Sprechtheater, Musiktheater, Tanz und Orchester unter einem Dach vereint, ist eine verbreitete Kulturinstitution im deutschsprachigen Raum und Gegenstand der vorliegenden Arbeit.

47 persönlich geführte Interviews mit Akteuren der schweizerischen Kulturlandschaft geben Auskunft über die Bedeutung der Dreispartenbetriebe generell, sowie der Stadttheater Bern und Luzern im Besonderen. Eine historische Herleitung des Dreispartenbetriebs im deutschsprachigen Raum mit einem Abriss über die Entwicklung der Theater Bern und Luzern bilden Grundlage für die Beurteilung der aktuellen Situation.

Anhand der Entwürfe dreier alternativer Theatermodelle und der Interviewauswertungen wird das klassische Theatermodell von Luzern und Bern auf seine kulturelle Relevanz überprüft.

Als Fazit hält die Arbeit fest, dass die Institution des Dreispartenbetriebs als solche nicht in Frage gestellt werden muss. Vielmehr gilt es, die Inhalte und die eigentlichen Aufgaben des Theaters neu zu überdenken. Als institutionalisierter Kunstbetrieb, instrumentalisiert von Politik und Gesellschaft, versucht der Dreispartenbetrieb im Spannungsfeld zwischen Tradition und Innovation, zwischen Kunst und Kommerz zu vielen Bedürfnissen gerecht zu werden. Zudem stellt die wachsende Konkurrenz der Kulturwirtschaft mit ihrem breiten Angebot die Einmaligkeit des Theaters zunehmend in Frage.



Félix Duménil

Choreograph, Tänzer
Laupenstrasse 2, 3008 Bern
fdumeril@gmx.ch

Peter Grüenfelder

Schauspieler
Friesenstrasse 7, D-10965 Berlin
petigrue@gmx.de

Annette von Goumoëns

Freischaffende Musikerin
Mythenstrasse 4, 6003 Luzern
goumoens@bluewin.ch

Mentorat: Dr. Andrea F.G. Raschèr, Raschèr Consulting, Zürich

Konzept zum Auf- und Ausbau der B2B-Aktivitäten für das Konzerthaus Berlin

Im immer härter werdenden Wettbewerb zwischen dem Konzerthaus Berlin (KHB) und anderen Kulturorganisationen, in einer Zeit immer knapper werdender Mittel der öffentlichen Hand, ist auch das KHB gezwungen, sich nach starken Partnern unter Profit- und Nonprofit-Organisationen umzuschauen, um sich Wettbewerbsvorteile zu sichern. Der Aufbau geschäftlicher Beziehungen zu Unternehmen und Organisationen hat einerseits einen Imagegewinn und andererseits die Erhöhung der Auslastung sowie die Steigerung der Einnahmen durch die Erschließung neuer Vertriebskanäle und somit die dauerhafte Existenzsicherung der Institution zum Ziel. Der Begriff «B2B» (Business to Business) beschreibt den geschäftlichen Kontakt zwischen (mindestens) zwei Betrieben, die in ihrer Geschäftsbeziehung keinen unmittelbaren Kontakt zum Endabnehmer – im vorliegenden Fall dem Konzertbesucher – haben.

Das vorliegende Konzept zum Auf- und Ausbau der B2B-Aktivitäten für das KHB basiert auf dem managementorientierten Ansatz für Nonprofit-Organisationen von Manfred Bruhn und versucht, die besonderen Konkurrenz- und Kräfteverhältnisse auf dem Gebiet der Klassischen Musik in Berlin und die aktuellen Entwicklungen im KHB zu berücksichtigen. Die einzelnen Kapitel beginnen mit einem Überblick über die jeweiligen Besonderheiten der entsprechenden Marketingaufgabe und präsentieren die sich daraus ergebenden Implementierungsmöglichkeiten und -schwierigkeiten für das KHB, die oft mit Anpassungen der Organisationsstruktur und -kultur einhergehen. Es werden darüber hinaus anhand einiger Praxisbeispiele innovative Konzepte und Lösungen anschaulich gemacht sowie Vorschläge und mögliche Marketing-Strategien aufgezeigt.



Konzerthaus Berlin am Gendarmenmarkt © Natalie Lafranchi

Natalie Lafranchi, lic. phil.
Assistent Marketing Konzerthaus Berlin
Rue du Pont-Mur e 22, 1700 Fribourg
natalie.lafranchi@gmx.ch



Mentorat: Prof. Dr. Armin Klein
Institut f ur Kulturmanagement, Pädagogische Hochschule Ludwigsburg

Strategiekonzept für den Kunstverein Weil am Rhein

Der 1981 gegründete Kunstverein Weil am Rhein leidet seit Jahren an Mitgliederschwund und Überalterung seiner Mitglieder. Gegenwärtig umfasst der Kunstverein knapp hundert Mitglieder. Seit geraumer Zeit beschäftigt den Vorstand deshalb die Frage, wie die Mitgliederbasis gestärkt und Nachwuchs generiert werden könnte und ist deswegen an die Autorin und den Autor dieser Arbeit herangetreten.

Ziel der Arbeit war es folglich, mit Hilfe des Relationship-Marketing den Abfluss an gegenwärtigen Mitgliedern zu stoppen und Neumitglieder zu gewinnen. Aufgrund der verschiedenen Gespräche mit Mitgliedern des Vorstands, Personen aus dem Umfeld des Kunstvereins, Befragungen von zwei Präsidentinnen von Kunstvereinen ähnlicher Grösse sowie der Situationsanalyse des Kunstvereins Weil am Rhein und dessen Einbettung in der Region entstand ein erstes, klar umrissenes Bild. Die Literaturstudien stellten insofern eine Herausforderung dar, als es bisher lediglich Fachbücher zum Thema Kundenbeziehungsmanagement in Museen gibt, die an die Bedürfnisse der vorliegenden Arbeit angepasst werden mussten. In einem nächsten Schritt wurden darauf aufbauend vier Zielgruppen definiert und anschliessend zukünftige Strategien und Massnahmen für die Mitgliederakquisition, Mitgliederzufriedenheit und Mitgliederbindung formuliert und skizziert.

Sie zeigen, dass es für den Kunstverein Weil am Rhein unumgänglich ist, eine Vision, ein neues Leitbild und neue Ziele und Zielgruppen zu formulieren. Damit verbunden ist der Einsatz zusätzlicher Ressourcen, um die vorgeschlagenen Strategien und Massnahmen zu realisieren.

Kunst muss bewegen
Kunst kann und soll provozieren
Kunst kann aber auch gefallen

Kunstverein Mistelbach

Alice Panzer

Projektleiterin bei erdmannpeisker gmbh, brand identity and communication
Sevogelstrasse 54, 4052 Basel
apanzer@hispeed.ch



Peter Steiner

Verantwortlicher für den Kunstbereich des Forum Würth Arlesheim
St. Alban-Rheinweg 82, 4052 Basel
peter.steiner@wuerth-ag.ch



Mentorat: Dr. Silke Michalski,
Departement für Betriebswirtschaftslehre, Universität Fribourg

Corporate Collecting: sieben Schweizer Unternehmen und ihre Kunstsammlungen

Corporate Collecting oder der Aufbau einer Kunstsammlung durch ein Wirtschaftsunternehmen gehört längst zum guten Ton und stellt für Betriebe eine Erfolg versprechende Strategie dar, welche heutzutage über dekorative und repräsentative Funktionen hinausgeht. Es stellt sich die Frage nach den mit einer Firmensammlung verfolgten Zwecken.

Die Arbeit geht vom Postulat aus, dass Schweizer Firmen wie auch andere europäische Betriebe in erster Linie aus marketingtechnischen Überlegungen sowie zur Unterstützung ihrer Corporate Identity und ihres Corporate Images Kunst ankaufen. In dieser Perspektive untersuchen die Autorinnen Sammlungen von sieben Schweizer Unternehmen aus verschiedenen Branchen und Regionen. Es handelt sich dabei um zwei Versicherungen (die National und die Mobiliar), zwei Kreditinstitute (die Waadtländer und die Neuenburger Kantonalbank) und drei weitere Wirtschaftsunternehmen (Ricola, Ringier Verlag und Swisscom AG). Anhand von Beurteilungskriterien, die von der Übereinstimmung der Sammlung mit der Corporate Identity und der Qualität der Sammlung über das Ankaufskonzept und den Einsatz der Sammlung zu Kommunikationszwecken bis hin zur Sammlungsbetreuung reichen, wird der Stellenwert der einzelnen Firmensammlungen ermittelt. Bezüglich der aus der Untersuchung hervorgehenden Schwächen erarbeitete das Autorinnenteam für die einzelnen Kunstsammlungen Lösungsansätze in Form von strategischen Massnahmen.

Die Gesamtauswertung der Fallbeispiele und das Studium weiterer Firmensammlungen ermöglicht die Ableitung von Kriterien, welche idealerweise erfüllt sein sollten, um eine Unternehmenssammlung erfolgreich als Marketing- und Kommunikationsinstrument sowie zur Unterstützung der Corporate Identity und des Corporate Images einzusetzen. Die Arbeit schliesst mit der Entwicklung eines Empfehlungskataloges, welcher interessierten Unternehmen beim Aufbau einer Kunstsammlung dienen kann.



Cornelia Luchsinger, lic. phil.

Wissenschaftliche Mitarbeiterin Johann Jacobs Museum
Schöneggweg 22, 3007 Bern
colu@hispeed.ch



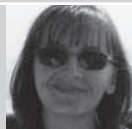
Silvia Rohner, lic. phil.

Freischaffende Kunsthistorikerin
Rue de la Côte 64, 2000 Neuchâtel
silvia@rohner-baume.ch



Joanna Zeller, lic. phil.

Freischaffende Kunsthistorikerin
Chutzenweg 7, 3267 Seedorf
joanna.zeller@ewanet.ch



Mentorat: Mag. rer. pol. Hubert Theler MAS, Zürcher Hochschule der Künste, Zürich;
Inhaber Theler Cultur Consulting, Naters

Entwicklung eines Kunst- und Kulturprojekts für die Primarschulen in Basel-Stadt

Die Stadt Basel ist durch eine auffallende Heterogenität gekennzeichnet. Gerade Schülerinnen und Schüler begegnen in ihrem Alltag vielen Formen des Zusammenlebens, des Denkens und des kulturellen Ausdrucks. Ziel unserer Arbeit war es, ein Projekt für die Primarschulen von Basel-Stadt zu entwickeln, das möglichst vielen Kindern einen Einblick in die vielfältige Welt der Kultur und in verschiedene Kunstformen ermöglichen soll. Im Zentrum soll dabei die persönliche Begegnung zwischen professionellen, in der Schweiz wohnhaften Künstlern aller Sparten und den Schülerinnen und Schülern stehen, die dadurch einen nicht nur informativen, sondern auch sinnlichen und partizipativen Zugang zu Kunst und Kultur erleben können. Das Pilotprojekt soll auf ein Jahr befristet sein und erstmals ab August 2010 in den Primarschulen von Basel-Stadt durchgeführt werden.

In einem ersten Teil widmet sich unsere Arbeit einer umfassenden Analyse des Ist-Zustandes in Bezug auf kulturelle Schulprojekte. Ausgehend von der Auswertung einiger Interviews mit Fachpersonen und von Vergleichen mit Kunst- und Kulturprojekten anderer Kantone und europäischer Länder wird das Pilotprojekt konzipiert. Um dessen Umsetzung zu ermöglichen, dokumentiert die Diplomarbeit in einem zweiten Teil («Projektentwicklung») die verschiedenen Planungsinstrumente. Anschliessend folgt im dritten Teil ein detailliertes Marketingkonzept.



Anjali Keshava

Tänzerin & Tanzlehrerin Kalasri Basel, Primarlehrerin
 Allschwilerstr. 51, 4055 Basel
 anjali@kalasri.com



Irene Kupferschmid

Übersetzerin, Sachbearbeiterin BKSD/kulturelles.bl
 Sängergasse 1, 4054 Basel
 irene.kupferschmid@bluewin.ch



Paloma Selma Borja

Tänzerin, Tanzpädagogin, Produktionsleiterin
 Oetlingerstr. 68, 4057 Basel
 paloma.selma@gmail.com



Mentorat: Dr. Lilo Roost-Vischer, Lehrbeauftragte für Angewandte Ethnologie im Bereich Migration/Integration am Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie der Universität Basel, Projektbezogene Mitarbeiterin Integration Basel

Evaluation des Projektes «Leseförderung in Kleinhüningen»

im Auftrag der ABG – Allgemeine Bibliotheken der GGG
Basel

Das Projekt «Leseförderung in Kleinhüningen» startete im Herbst 2006 als schweizweit einzigartiges Pilotprojekt. Es soll durch geeignete Massnahmen die Lesemotivation und –kompetenz bei der multikulturell geprägten Quartierbevölkerung fördern. Nach einjähriger Laufzeit entschied sich der strategieverantwortliche Projektbeirat, eine Evaluation der bisherigen Aktivitäten in Auftrag zu geben.

Das Ziel der Evaluation war es, die vergangenen Aktivitäten des Projektes zu beurteilen und dadurch zu einer Standortbestimmung zu kommen. Dabei standen die Fragen, ob das Projekt sein Zielpublikum genügend erreicht und ob die Angebote in Bezug auf das Ziel der Leseförderung genügend wirksam sind im Zentrum des Interesses.

Die empirische Basis für die Beurteilung lieferten die Analyse der Dokumente zum Projekt, je eine schriftliche Befragung der Kinder des Zielpublikums und der Lehrerschaft der Primarschule Kleinhüningen, Gruppengespräche mit den nutzenden Kindern eines Angebots und mit der erwähnten Lehrerschaft sowie sieben Einzelgespräche mit den Auftraggebenden und Fachpersonen der Leseförderung.

Der Bericht beschreibt im ersten Teil die Ziele und Fragestellungen sowie das methodische Vorgehen der Evaluation. Im zweiten Teil werden die Resultate der empirischen Erhebungen vorgestellt. Der dritte Teil fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen und formuliert Handlungsempfehlungen für die Zukunft.



Kathrin Renggli

Leiterin Europäisches Jugendchor Festival Basel, Musikpädagogin, Chorleiterin
Auf der Wacht 6B, 4104 Oberwil
k.renggli@ejcf.ch



Mentorat: Dr. rer. pol. Stefan Rieder, Bereichsleiter Reformen,
Interface Institut für Politikstudien, Luzern

Kulturgüterschutz in der Georgischen Republik: Stand – Perspektiven – Projekte

Die vorliegende Studie befasst sich mit dem Kulturgüterschutz in Georgien. Darin geht es um die existierenden Gesetze zum Schutz der Kulturgüter, sowie um diesbezügliche Massnahmen und Probleme vor dem Hintergrund der realen Verhältnisse.

Ein wichtiger Punkt ist die Beschäftigung mit den UNESCO-Konventionen und weiteren internationalen Gesetzen, welche in die georgische Gesetzgebung umgesetzt wurden. Trotz aller ergriffenen Massnahmen existiert in Georgien ein gesetzesfreier Raum für illegalen Kunsthandel. Die Tatsache, dass in der Praxis weder Expertisen noch Versicherungsschutz bestehen, leistet dem illegalen Handel Vorschub. Grossteile von Privatsammlungen sind zudem noch nicht inventarisiert. Ausserdem sind Informationen über verschwundene Kulturgüter nicht allgemein zugänglich.

Auf der Suche nach einer Verbesserung der Situation in Georgien kommt die Arbeit zu Lösungsansätzen, die sich als sinnvoll und hilfreich erweisen. Diese resultieren jedoch nicht aus dem Studium schriftlicher Quellen, sondern entstammen eigenen Interviews und Untersuchungen des Autors, die er im Vorfeld dieser Arbeit durchgeführt hat.

Viele der bestehenden Probleme können zwar nur durch den Staat und entsprechende Gesetze gelöst werden. Eine hier vorgeschlagene Non-Profit Organisation, die sich als Plattform für die Vermittlung von Expertisen, Inventarisierung und Informationsaustausch versteht, kann jedoch zum Kulturgüterschutz ebenfalls nachhaltig beitragen.

Hauptanliegen der Arbeit ist letztendlich, aufzuzeigen, dass nicht allein der Staat die Verantwortung für die Erhaltung des kulturellen Erbes Georgiens trägt, sondern auch der Kunstmarkt und die privaten Sammler in der Pflicht stehen.

Konstantine Natsvlshvili

Artmanager, «Amirani», New York – Tiflis
Rustaveli Avenue 36, 0105 Tiflis
werkot@yahoo.de



Mentorat: Dr. Andrea F.G. Raschèr, Raschèr Consulting, Zürich

Anleitung zum Kunsthandel für Gentlemen, Scharlatane und Entdecker – Instrumente gegen den illegalen Kunsthandel und ihre Wirksamkeit

Im Bereich des internationalen Kulturgütertransfers trägt die UNESCO-Konvention von 1970 wesentlich zur Kontrolle des Kunsthandels bei.

Die vorliegende Arbeit setzt sich mit dem Kulturgütertransfer, der einschlägigen Gesetzgebung und der praktischen Umsetzung auseinander. Aufgrund der UNESCO-Konvention wird am Beispiel der Schweiz und Brasiliens aufgezeigt, welche Pflichten diese Länder als Vertragsstaaten haben und wie sie diese wahrnehmen. Diese Pflichten dienen einerseits dem Schutz des eigenen Kulturerbes und andererseits der Respektierung des kulturellen Erbes der anderen Staaten.

Die Untersuchungen in der Diplomarbeit zeigen weiter auf, dass die nationale Gesetzgebung oft nicht ausreichend ist für eine angemessene Regelung des Kunstmarktes und dass der illegale Kunsthandel weiterhin Teil des Kulturgütertransfers ist.

Als Resultat bietet die Arbeit Anregungen und Lösungsansätze für eine internationale Kulturgüterschutzpolitik an. Vorgeschlagen wird unter anderem eine Ausweitung bestehender Netzwerke unter den Vertragsstaaten. Zudem sollen im Rahmen der UNESCO-Konvention der Austausch von Kultur und die dazugehörige wissenschaftliche Forschung zwischen Museen und anderen Beteiligten ausgebaut werden.

Eva de Souza

Künstlerin

Wylerringstr. 77, 3014 Bern

www.evadesouza.com



Mentorat: Dr. Andrea F.G. Raschèr, Raschèr Consulting, Zürich

Station to Station. Ein Jugendaustauschprojekt im europäischen Raum

Die Diplomarbeit befasst sich mit der Konzeption und Finanzplanung für das mehrjährige länderübergreifende Kulturaustauschprojekt für Jugendliche «Station to Station». Den Auftrag dazu erteilte das WEINMEISTERHAUS, eine Einrichtung des Bezirksamtes Mitte von Berlin, die sich für die künstlerische Bildung von Kindern und Jugendlichen einsetzt.

Am Projekt «Station to Station» sollen insgesamt etwa 120 Jugendliche aus Mitgliedsstaaten der Europäischen Union, aus Ländern Südost- und Osteuropas und der Kaukasusregion teilnehmen. Zum Projekt gehören:

- Weiterbildungsseminare zur Jugendarbeit und zur soziokulturellen Animation für die Gruppenleiter,
- der Aufbau von Netzwerken unter den teilnehmenden Organisationen, aber auch mit anderen beteiligten öffentlichen und privaten Institutionen,
- Tanz- und Theaterworkshops für die teilnehmenden Jugendlichen mit anschließenden Aufführungen in öffentlichen Räumen (Bahnhöfen, Metrostationen), die während der Reise einer multinationalen Jugendgruppe aus verschiedenen Ländern der Europäischen Union durch das «alte» und das «neue» Europa stattfinden werden.

Der thematische Schwerpunkt «Zulassen von Veränderungen als Chance zur Weiterentwicklung» soll die Auseinandersetzung mit sozialen, politischen und ethnisch motivierten Vorurteilen anregen, aber auch mit der Rolle, die Traditionen bei der Lebensgestaltung junger Menschen in Europa spielen.

Das Projekt «Station to Station» könnte zum grössten Teil vom EU-Jugendförderprogramm «Jugend in Aktion» finanziert werden. Zur vollständigen Sicherstellung der Finanzierung sind noch weitere Stiftungen und Sponsoren heranzuziehen.



Kosmas Kosmopoulos

Leiter LUNA PARK, Athen / Freier Mitarbeiter WEINMEISTERHAUS, Berlin
Projektleiter/Choreograph/Videokünstler/Tanzpädagoge
Oderberger Str. 42, D-10435 Berlin / Karatheodori 19, GR-1525 Athen
kosmaskosmopoulos@hotmail.com



Mentorat: Dr. Lilo Roost-Vischer, Lehrbeauftragte für Angewandte Ethnologie im Bereich Migration/Integration am Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie der Universität Basel, Projektbezogene Mitarbeiterin Integration Basel

Layout Anne Perrot

© bei den Autorinnen und Autoren sowie dem Masterprogramm Kulturmanagement, Universität Basel
Oktober 2008



SKM Studienzentrum
Kulturmanagement
Universität Basel

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

