

**SKM** Studienzentrum  
Kulturmanagement  
Universität Basel

**Diplomarbeiten 2009**  
Masterprogramm Kulturmanagement





**Diplomarbeiten 2009**  
**Masterprogramm Kulturmanagement**

---

# Inhalt

---

Vorwort 6

---

Einheit und Vielfalt.

Kantonale Kulturförderung zwischen Föderalismus  
und Kooperation

Linda Brühlmann, Manuela Casagrande,

Rico Valär, Clément Zürn

---

8

Kulturvermittlung am Kulturradio.

Eine Momentaufnahme am Beispiel von Rete Due,  
Espace 2 und DRS 2

Jolanda Fazzone, Salome Hohl

---

10

Dialog als Keimzelle der Kooperation zwischen  
Berner Symphonie Orchester (BSO) und  
Campus Muristalden Bern (CMB)

Renate Heer Wyder, Sonja Koller

---

12

Sponsoringkonzept zu einer Sonderausstellung im  
Naturhistorischen Museum Basel. Grundlagen für  
Sponsoring durch die Pharmazeutische Industrie.

Gerhard Hotz

---

14

Kultursponsoring heute – Liebesbeziehung  
oder Zwangsehe?

Chancen und Gefahren einer ökonomisch basierten  
Partnerschaft am Beispiel der van Gogh-Ausstellung  
im Kunstmuseum Basel

Crispin-Erasmus Appius, Daniela Scharf, Petra Sigg-Brunner

---

16

Stadttheater Bern – Wege zu einem neuen Image

Marc Ghisi, Ariane Roth, Bea Maria Roth,

Isabelle von Walterskirchen

---

18

**Imageanalyse Hirzen Pavillon**  
Krista Järvensivu 20

---

**Archäologische Projekte im «Europa der Regionen».  
Vier grenzübergreifende Kooperationen in der  
Regio TriRhena und der Bodenseeregion**  
Simone Benguerel, Sophie Hüglin, Christian Weiss 22

---

**Braucht ein Kulturprojekt Projektmanagement?  
«Noah und die Flut» von Benjamin Britten - eine  
Aufführung der Mädchenkantorei Basel**  
Livia Knüsel, Annette König 24

---

**daZWISCHENstehen  
Ein Ausstellungskonzept für den KLANG!-Container**  
Nathalie Pernet, Anais Röschke 26

---

**Machbarkeitsstudie zum Aufbau eines Arbeitsateliers  
für behinderte Künstler und Künstlerinnen im  
Raum Zentralschweiz.**  
**Idee – Machbarkeitsprüfung – Modell**  
Barbara Bachmann, Regina Klaus, Erika Weber 28

---

**Basler Kreativwirtschaft – im Spannungsfeld von  
Tradition und Aufbruch**  
Catherine Schott 30

---

## Vorwort

---

Kulturmanagerinnen und Kulturmanager seien Gärtner der Kultur, schrieben wir unlängst in einem Beitrag zu unserem Studiengang. Und erinnerten daran, dass nur jene eine gute Ernte erzielen, die sorgsam mit Saatgut, Erdreich und keimendem Gewächs umgehen.

Wer dann einen Jahrgang von Diplomarbeiten in der Hand hält, die Erzeugnisse also mehrmonatiger Bodenpflege und achtsamer Düngung, der freut sich ob der bunten, vielgestaltigen Früchte. Da ein wenig Schorf zwar, dort ein krummer Zweig, und hie und da sogar ein kleiner Wurm – das sind, in der Sprache, in der Struktur, in der Argumentation, die Unvollkommenheiten, welche zeigen: Es

sind echte Naturprodukte, auf dem eigenen Mist gewachsen sozusagen, und nicht hors sol gezüchtet und daher gleichförmig, geruchlos und fad.

Denn nur wer den Garten mit Phantasie bestellt, mit Gefühl fürs richtige Mass und mit Rücksicht auf klimatische Launen, wird das Sponsoring von Ausstellungen erfolgreich aufziehen oder ein Künstleratelier realisieren, wird das Image des Stadttheaters oder des Veranstaltungsorts verbessern und mit der am Radio, in der Schule, im Klang-Container vermittelten Musik die Menschen tatsächlich erreichen, wird in archäologischen Projekten selbst über nationale Grenzen hinweg optimal kooperieren oder die Produktion einer Kinderoper gut im

Griff haben, denn er kennt auch den kulturpolitischen Hintergrund der Tätigkeit auf dem weiten Gelände, das heute oft Kreativwirtschaft heisst.

Einheit und Vielfalt, diese Pole schweizerischer Staats- und Kulturphilosophie, sie spiegeln sich auch in den diesjährigen Arbeiten wider: in den mannigfachen thematischen Ausrichtungen, die doch der Einheitlichkeit einer systematischen Bearbeitung bedurften. Der leuchtende Herbststrauss lohnt im Rückblick die Mühen der arbeitsreichen Frühlings- und Sommermonate.

Rolf Keller  
Studienleiter

Brigitte Schaffner  
Mitglied der Studienleitung

# Einheit und Vielfalt.

## Kantonale Kulturförderung zwischen Föderalismus und Kooperation

Die Förderung der kulturellen Vielfalt und die Erhaltung einer nationalen Einheit sind zwei wichtige, auf den ersten Blick jedoch widersprüchliche Aufgaben, die der Kulturförderung der Schweizer Kantone aufgetragen sind. Das Prinzip der kulturellen Vielfalt ist seit der Gründung des Bundesstaats ein wichtiger Bestandteil des Selbstverständnisses der Eidgenossenschaft, während die umliegenden Nationen ihre Identität auf einer einheitlichen Staatskultur und einer einzigen Nationalsprache gründeten. Das Resultat ist eine bis heute stark föderalistisch geprägte Kulturpolitik, die sich auch in der sehr unterschiedlichen gesetzlichen Verankerung der Kulturförderung in den Kantonen offenbart.

Die Diplomarbeit bietet eine Übersicht zur historischen Entwicklung und zu den heutigen Gesetzesgrundlagen und Instrumenten der Kulturförderung der einzelnen Kantone. Die Ausführungen basieren einerseits auf einer Analyse der gesetzlichen Grundlagen und Kulturleitbilder

der Kantone, andererseits auf Gesprächen mit vier Vertretern des Lenkungsausschusses der Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten (KBK) sowie auf einer Sammlung von Zeitungsartikeln und ausgewählter Sekundärliteratur.

Anhand des aufgearbeiteten Materials haben wir untersucht, inwiefern sich die zunehmenden Kooperationstendenzen im Kulturbereich auf die kulturelle Vielfalt und die föderalistische Ausprägung der Kulturförderung auswirken, in welcher Form interkantonale Kooperationen erwünscht, möglich und erfolgreich sind oder aber auf Hindernisse stossen.

Abschliessend gewähren 26 Raster eine knappe und strukturierte Übersicht zum aktuellen Stand der Kulturgesetzgebung und Kulturförderung eines jeden Kantons der Schweiz und bilden – als einzige verfügbare Zusammenfassung dieser Art – einen integralen Bestandteil der Diplomarbeit.

### **Mentorat:**

Dr. Roland E. Hofer, Kulturbeauftragter des Kantons Schaffhausen, Präsident der KBK



# Kulturvermittlung am Kulturradio. Eine Momentaufnahme am Beispiel von Rete Due, Espace 2 und DRS 2

Im Kulturleben und Kulturschaffen spielen die öffentlich-rechtlichen Kulturradios eine wichtige und einflussreiche Rolle. Neben ihrer Funktion als Informationsquelle über Kunst und Kultur treten die zweiten Programme der SRG SSR idée suisse auch als Kulturvermittler und Kulturproduzenten auf. Als Akteure und eigentliche Gatekeeper setzen die Programmschaffenden inhaltliche Akzente. Der in der Konzession verankerte Kulturauftrag gibt dabei den Rahmen vor. Doch wie verstehen sie «Kultur», wie interpretieren sie ihre Aufgabe als Kulturvermittelnde und welche Bedeutung messen sie dem Radio als Medium der Kulturvermittlung bei? Um diese Fragen zu beantworten, führten die Autorinnen mit je sechs Vertreterinnen und Vertretern von Rete Due, Espace 2 und DRS 2 qualitative Einzelinterviews durch. Dabei wurden theoretische Ansätze und praktisches Handeln im Alltag erörtert. Auch wurde geprüft, inwiefern sich die kulturelle Vielfalt der Schweiz in den Aussagen widerspiegelt.

## **Mentorat:**

Dr. Hans Jakob Roth, Generalkonsul der Schweiz in Hongkong

Die kulturvermittelnde Tätigkeit wird fast einheitlich der Moderation zugesprochen – deren Ziele hingegen werden in den einzelnen Programmen unterschiedlich gewichtet. Grundsätzlich setzt Kulturvermittlung voraus, dass «Kultur» reflektiert wird. Innerhalb der Kulturradios hat die Befragung eine spannende Vielfalt an Kulturbegriffen ergeben. Aus gesamtschweizerischer Perspektive betrachtet lassen sich jedoch mehr Parallelen als Unterschiede feststellen. Die Arbeit kann als Anregung und Materialsammlung für eine langfristige und vertiefte Untersuchung des Verständnisses von Kultur und Kulturvermittlung und der tatsächlichen Umsetzungsmöglichkeit am Radio dienen.

**Jolanda Fazzone, licenciée en  
traduction, Université Genf**

Schweizer Radio DRS  
Gemsberg 6, 4051 Basel  
jolanda\_fazzone@yahoo.fr



**Salome Hohl, lic. phil.**

Stadt- und Museumsführerin, Visit Basel AG  
und Historisches Museum Basel  
Chrischonastrasse 43, 4058 Basel  
salome.hohl@swissonline.ch



# Dialog als Keimzelle der Kooperation zwischen Berner Symphonieorchester (BSO) und Campus Muristalden Bern (CMB)

Wir haben eine Kulturinstitution (Berner Symphonieorchester) und eine Bildungsinstitution (Campus Muristalden Bern) in eine Kooperation geführt mit dem Ziel, mehr Kindern und Jugendlichen den Zugang zu einer – für die meisten eher fernem – Kunstsparte zu erleichtern.

Das Innovative daran war, nicht ein Vermittlungsprojekt durchzuführen, sondern die Grundlage zu einer langfristigen Kooperation zu legen. Wichtigste Massnahme dafür war der kontinuierliche Dialog mit allen Musiker/innen und Lehrer/innen, die wir für die Idee begeistern konnten. Wir sind überzeugt, dass sich eine langfristige Zusammenarbeit nur bewähren wird, wenn dadurch tatsächlich Vertrauen aufgebaut werden konnte.

Erste konkrete Erfolge waren das klare Commitment der Verantwortlichen zu einer Kooperation, Konzertbesuche von drei Gymnasialklassen, die ohne die Kooperation nicht

ins Konzert gegangen wären, Konzertbesuche von Lehrer/innen und Eltern, die Initiative von Musikern zu einem Auftritt am Musikforum sowie die Organisation eines regelmässigen Aushangs der BSO-Werbeplakate; vor allem aber wurde ein Kooperationsplan mit Zielen und Massnahmen ausgearbeitet.

Den ganzen Prozess beobachteten wir aus der Meta-Ebene. Wir wollten ihn so beschreiben und analysieren, dass er als Prototyp für andere Institutionen dienen könnte. Wegen der kantonalen Forderung nach Kulturvermittlung in Subventionsverträgen sind Kulturinstitutionen gezwungen, zielgerichtete Vermittlung zu betreiben. Durch Kooperationen wird sich der langfristige Aufwand im Vergleich zu immer wieder neuen Einzelprojekten mit grosser Wahrscheinlichkeit verringern. Zudem glauben wir, dass sich eine langfristig angelegte Partnerschaft zwischen Kulturinstitution und Schule nachhaltiger auf die Schülerinnen und Schüler auswirkt als vereinzelt Vermittlungsprojekte.

## **Mentorat:**

Christoph Reichenau, Fürsprecher, ehem. Kultursekretär Stadt Bern



**Renate Heer Wyder**

Leiterin Kommunikation Eidg. Alkoholverwaltung  
Bühlstrasse 25, 3012 Bern  
kulturmanagement@rehe.ch



**Sonja Koller**

Musikvermittlung & Kommunikation  
Berliner Symphonieorchester  
Rodtmattstrasse 56, 3014 Bern  
sonja.koller@bernorchester.ch



# Sponsoringkonzept zu einer Sonderausstellung im Naturhistorischen Museum Basel. Grundlagen für Sponsoring durch die Pharmazeutische Industrie.

Inhaltlich thematisiert eine geplante Sonderausstellung des Naturhistorischen Museums Basel die Gesundheits-situation und den Lebensalltag im mittelalterlichen Basel. Als Quellenmaterial dienen menschliche Skelette, die aus archäologischen Grabungen aus der Barfüsserkirche Basel stammen. Die Ausstellung soll einen hohen Grad an Interdisziplinarität aufweisen und eine Brücke zwischen Natur- und Geisteswissenschaften schlagen.

Die Diplomarbeit erarbeitet die Grundlagen eines Sponsoringkonzepts. Dazu gehört eine Sponsoringanalyse des Museums/der Ausstellung bezüglich der Pharma- und Life Sciences-Industrie in Basel. Im Mittelpunkt steht die Frage, welche Unique Selling Proposition (USP) das Museum bieten kann, um ein attraktiver Verhandlungspartner zu sein.

In der Sponsorenanalyse wurde auch der aktuellen Wirtschaftskrise und den daraus resultierenden neuen Sponsorstrategien sowie dem starken gesundheitspolitischen Engagement der anvisierten Konzerne in Schwellenländern Rechnung getragen.

## **Mentorat:**

Hansrudolf Frey, eidg. dipl. PR-Berater, Marketingplaner FA,  
Programmleiter Verlag Huber Frauenfeld

Der spezielle Schwerpunkt «Gesundheit», die gute Positionierung des Museums in der kulturellen Landschaft der Regio Basiliensis und der durch die starke Präsenz der Pharma- und Life Sciences-Industrie in Basel resultierende Standortvorteil ergeben eine hervorragende Ausgangslage für eine Sonderausstellung. Als USP wurde ein attraktives Paket erarbeitet, welches u.a. eine gezielte Kundenbindung durch archäomedizinische Weiterbildungskurse für einen ausgewählten Kundenstamm (Ärzteschaft) des Sponsors vorsieht. Zudem integriert das Ausstellungskonzept eine wissenschaftliche Gesundheitsanalyse der Lebensbedingungen im mittelalterlichen Basel im Vergleich zu einem ausgewählten Schwellenland und ermöglicht so dem Sponsor, sein karitatives Engagement in besagter Region zu thematisieren. Die Diplomarbeit schliesst mit einer analysegestützten Prognose zur Realisierbarkeit der Ausstellung.



**Dr. Gerhard Hotz**

Wissenschaftlicher Mitarbeiter Geowissenschaften,  
Naturhistorisches Museum Basel;  
Lehrbeauftragter für Anthropologie,  
Institut für prähistorische und naturwissen-  
schaftliche Archäologie (IPNA), Universität Basel  
Augustinergasse 2, 4001 Basel  
[gerhard.hotz@bs.ch](mailto:gerhard.hotz@bs.ch)



# Kultursponsoring heute – Liebesbeziehung oder Zwangsehe? Chancen und Gefahren einer ökonomisch basierten Partnerschaft am Beispiel der van Gogh-Ausstellung im Kunstmuseum Basel

Seit Beginn der achtziger Jahre macht ein Instrument Karriere, das von der Wirtschaft mit grossem Interesse und von Kulturinstitutionen und -schaffenden gespannt beobachtet wird: Kultursponsoring. Unternehmen suchen zunehmend die Nähe zu Kunst und Kultur, um ihre Ziele wie Steigerung des Bekanntheitsgrads, zielgruppenoptimierte Ansprache, Aktualisierung der Öffentlichkeitsarbeit, aber vor allem Imagepflege und Kundenbindung zu erreichen. Auf der anderen Seite hoffen Kulturschaffende, die Etatkürzungen der öffentlichen Hand durch die Eröffnung neuer finanzieller Ressourcenkanäle zu kompensieren.

Die Arbeit zeigt Kultursponsoring aus Sicht aller Beteiligten, und nicht nur, wie allgemein üblich, aus Sicht des Sponsors. Wesentlich an dieser Sichtweise waren die Fokussierung auf den Aspekt der Zusammenarbeit zwischen sponserndem

Unternehmen und der Kulturinstitution sowie die Frage nach Chancen und Gefahren einer solchen Partnerschaft, insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen Finanzkrise. Als Praxisbeispiel diente die van Gogh-Ausstellung im Kunstmuseum Basel, bei der die UBS als Presenting Sponsor aufgetreten ist.

Ziel dieser Arbeit ist es, die Bedeutung und Wirkungsweise von Kultursponsoring in wirtschaftlich angespannten Zeiten darzulegen und Handlungsempfehlungen aufzuzeigen. Die dazu nötigen Informationen wurden mithilfe problemzentrierter Interviews mit Entscheidungsträgern der Projektbeteiligten gewonnen. Abschliessend wird mit der Verflechtung des Kultursponsorings in Corporate Citizenship-Konzepte ein Blick auf Sponsoringmöglichkeiten der Zukunft geworfen.

## **Mentorat:**

Dr. Dr. Elisa Bortoluzzi Dubach, eidg. dipl. PR-Beraterin,  
Kommunikations- und Sponsoringberaterin BR SPRG, Zug



**Crispin-Erasmus Appius**

Leiter der Abteilung Kasse & Museumshop  
Naturhistorisches Museum Basel  
Strassburgerallee 68, 4055 Basel  
crispin.appius@yahoo.de



**Petra Sigg-Brunner**

Geschäftsführerin Freunde des Kunstmuseums  
Basel und des Museums für Gegenwartskunst  
In den Gartenhöfen 26, 4153 Reinach  
p.sigg@bluewin.ch



**Daniela Scharf Jakob, lic. phil.**

Stadt- und Museumsführerin  
Leimenstrasse 74, 4051 Basel  
daniela.scharf@unibas.ch



## Stadttheater Bern – Wege zu einem besseren Image

Wie viel Veränderung braucht das Stadttheater Bern? In der Presse ist in den letzten Jahren immer wieder der Ruf nach einer grundlegenden Renovation des Kulturbetriebs in der Bundesstadt erschallt. Die wiederholten negativen Schlagzeilen und der anhaltende Besucherschwund waren der Anstoss zu unserer intensiven Auseinandersetzung mit dem Stadttheater Bern; es wurde zum Thema unserer Diplomarbeit.

Nach einer einleitenden Recherche in enger Zusammenarbeit mit der Leitung des Stadttheataters hat sich die Diplomarbeitgruppe zur Behandlung folgender Fragestellung entschieden:

Mit welchen kommunikativen Massnahmen kann die Unternehmensidentität des Stadttheataters Bern so aufgebaut werden, dass nach innen ein Wir-Bewusstsein und nach aussen Identifikation, Vertrauen und Glaubwürdigkeit entstehen, um dadurch langfristig seine Position in der Öffentlichkeit zu sichern?

Der Fragestellung liegt die Annahme zugrunde, dass sich ein Kulturbetrieb nur über eine systematisch geplante und

strategisch festgelegte Kommunikationstätigkeit nachhaltig in der Öffentlichkeit positionieren kann. Vor diesem Hintergrund gilt die Hypothese:

Wenn das Stadttheater Bern alle kommunikativen Handlungsinstrumente in einheitlichem Rahmen nach innen und aussen einsetzen würde, wären das Vertrauen und die Akzeptanz der Berner Bevölkerung und damit die Positionierung in der Öffentlichkeit stärker.

Qualitative Interviews mit der Theaterleitung und Umfragen bei den Besuchern und den Mitarbeitern waren die Hauptquellen für eine umfassende Analyse der Kommunikation des Stadttheataters Bern. Die Resultate lieferten die Bausteine für ein Kommunikationskonzept. Zum Schluss der Arbeit haben wir Lösungs- und Massnahmenvorschläge formuliert, darunter die Formulierung eines Leitbilds.

### **Mentorat:**

Ekkehard Jürgens, M.A., Institut für Kulturmanagement,  
Pädagogische Hochschule Ludwigsburg

Marc Ghisi

Ariane Roth

Bea Maria Roth

Isabelle von Walterskirchen



**Marc Ghisi**

Biologe, Veranstalter  
Grabenpromenade 1, 3011 Bern  
marc.ghisi@iglu-dorf.com



**Ariane Roth**

Fotografin, Archivarin, Kulturvermittlerin  
Meinrad Lienert-Strasse 23, 8003 Zürich  
kontakt@ariroth.ch



**Bea Maria Roth**

dipl. Architektin ETH  
Riedtlistrasse 35, 8006 Zürich  
bearoth79@hotmail.com



**Isabelle von Walterskirchen**

Juristin, Veranstalterin, Kulturmanagerin  
Zentralstrasse 53, 8003 Zürich  
isi@walterskirchen.com



## Imageanalyse Hirzen Pavillon

Einem Betrieb mit gutem Image winkt Erfolg. Wirtschaftliche und politische Schwierigkeiten können mit einer medienwirksamen Imagekampagne überwunden werden. Ein Schauspieler perfektioniert sein heroisches Image, eine Popikone wird ihrem jugendlichen Image gerecht und eine Diva entstaubt das Image der Oper. „Image“ ist allerdings kein aussagekräftiges Gebilde, ja gemäss einem Imageforscher leidet es gar selbst unter einem Imageproblem.

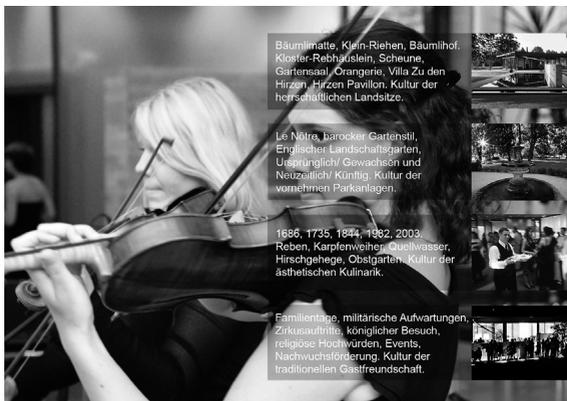
Das Image ist von einer Domäne der Unternehmenskommunikation zu einem vielschichtigen Orientierungstern der Unternehmensführung geworden. Die Imageanalyse Hirzen Pavillon stellt den Begriff als einen Bestandteil der modernen Corporate Identity vor, wobei auch andere Definitionsaspekte des von der Werbepsychologie, den Kommunikationswissenschaften, dem Marketing und der Wirtschaft erforschten Begriffs erläutert werden. Die Arbeitsgebiete und -weisen der Imageforschung werden ebenso thematisiert.

### **Mentorat:**

Ekkehard Jürgens, M.A., Institut für Kulturmanagement,  
Pädagogische Hochschule Ludwigsburg

Das Hauptinteresse der Analyse gilt den Wertvorstellungen der wichtigsten Anspruchsgruppen des Hirzen Pavillons, einem im Jahr 2003 eröffneten Veranstaltungsort auf einem historischen Privatlandgut in Riehen. Die persönlichen Eindrücke der Kunden, Interessenten und Geschäftspartner wurden mittels schriftlicher und mündlicher Befragungen erhoben. Um die Erkenntnisse angemessen zu interpretieren, wurden zusätzlich Vertreter von bedeutenden Basler Gast- und Kulturhäusern zu den Begriffen «gutes Image» und «Imagepflege» konsultiert.

Die Situationsanalyse erfolgte im Auftrag des Hirzen Pavillons. Die Ergebnisse stehen seiner Belegschaft bei der Planung und Umsetzung von PR-Aktivitäten sowohl in der Akquisition und Betreuung von Kunden als auch in der Weiterentwicklung des hauseigenen Kulturprogramms mit Schwerpunkt Nachwuchsförderung zur Verfügung.



Bäumliette, Klein-Riehen, Bäumlhof,  
Kloster Rebhalsstein, Scheuna,  
Gartensaal, Orangere, Villa Zu den  
Hirzen, Hirzen Pavillon, Kultur der  
herrschaftlichen Landsitze.

Le Nétre, barocker Gartensstil,  
Englischer Landschaftsgarten,  
Ursprünglich/ Gowachsen und  
Neuzeillich/ Künftig, Kultur der  
vornehmen Parkanlagen.

1685, 1735, 1844-1882, 2003,  
Reben, Karpfenweihen, Quellwasser,  
Hirschegehe, Obstgarten, Kultur der  
ästhetischen Kulinarik.

Familientage, militärische Aufwartungen,  
Zirkusauftritte, königlicher Besuch,  
religiöse Hochwürden, Events,  
Nachwuchsförderung, Kultur der  
traditionellen Gastfreundschaft.

## Krista Järvensivu

PR-Zuständige des Hirzen Pavillons,  
Kaufmännische Leiterin des Vereins zur  
privaten Kulturpflege auf dem Bäumlhof,  
GL-Assistentin der Esther Foundation  
c/o Hirzen Pavillon  
Bäumlhofstrasse 303, 4125 Riehen  
kulturpflege@hirzenpavillon.ch



# Archäologische Projekte im «Europa der Regionen».

## Vier grenzübergreifende Kooperationen in der Regio TriRhena und der Bodenseeregion

---

Kulturräume halten sich nicht an nationale Grenzen. Wer wie die Archäologie Geschichte erforschen will, muss – auch als staatliche Institution mit einem gesetzlichen Auftrag – grenzübergreifend arbeiten. Während zu transnationalen Kooperationen auf dem Gebiet von Politik und Kultur umfangreiche Literatur vorliegt, gibt es bisher keine Untersuchungen zu grenzüberschreitenden Projekten in der Archäologie. Mit solchen setzt sich nun die Masterarbeit auseinander.

Als grenzübergreifende Kulturregionen in Europa wurden die Regio TriRhena am Rheinknie bei Basel und der Bodenseeraum herausgegriffen. In beiden Regionen wurden je eine Ausstellung und eine Grabung als Beispiele erfolgreicher Kooperationsprojekte ausgewählt. Die Projekte wurden hinsichtlich ihrer Motivation, ihrer Struktur, ihres Ablaufs und ihrer Zielerreichung verglichen. Die Datengrundlage bilden zum einen ausführliche Interviews mit den Projektleitenden und deren Kooperationspartnern aus den benachbarten

Ländern und zum anderen die zur Verfügung gestellte originale Dokumentation.

Erwartungsgemäss erfahren Projekte durch das Schlagwort «grenzübergreifende Kooperation» eine politische Aufwertung, die es erlaubt, andere Finanzierungsmöglichkeiten zu erschliessen. Vor allem kleinere Institutionen profitieren von der Kooperation unter finanziellen Gesichtspunkten, aber auch vom Bündeln personeller Ressourcen; auf diese Weise können anspruchsvolle Projekte verwirklicht werden. Das primäre Interesse bleibt aber die thematische Zusammenarbeit und der Zugewinn an Informationen. Wo gute persönliche Kontakte zwischen den involvierten Personen bestehen, wird bewusst ein tiefer Reglementierungsgrad gewählt. Unter diesen Aspekten zeigen sich im Vergleich der beiden Regionen Unterschiede im Kooperationsgrad und in der Zielerreichung.

### **Mentorat:**

Dr. Ulrich Halder, Büro N.E.U.-Konzept Allschwil,  
Lehrbeauftragter für Projektmanagement, Universität Basel



**Simone Benguerel, lic. phil.**

Archäologin, Kanton Thurgau,  
Amt für Archäologie  
Thundorferstrasse 8, 8500 Frauenfeld  
simone.benguerel@tg.ch



**Dr. Sophie Hüglin, M.A.**

Archäologin, Archäologische  
Bodenforschung Basel-Stadt  
Bläsiring 1, D-79576 Weil am Rhein  
sophie.hueglin@bs.ch



**Christian Weiss, lic. phil.**

Doktorand, Universität Zürich,  
Archäologisches Institut  
Rämistrasse 73, 8006 Zürich  
weiss\_ch@hotmail.com



# Braucht ein Kulturprojekt Projektmanagement? «Noah und die Flut» von Benjamin Britten – eine Aufführung der Mädchenkantorei Basel

---

Die Mädchenkantorei Basel plant im Herbst 09 die Aufführung von Benjamin Britten's Kinderoper «Noah und die Flut» in der Predigerkirche in Basel. Dabei handelt es sich um eine Koproduktion mit dem renommierten Basler Theaterensemble Thorgevsky & Wiener.

«Noah und die Flut» ist eine Kinderoper. Dass sie nun auch von Kindern gesungen und gespielt wird, ist als zentrale Idee des Projekts hervorzuheben, das somit im Bereich der Musikvermittlung für Kinder und Jugendliche anzusiedeln ist.

Aus der Perspektive von Projektmanagement begleitet die vorliegende Diplomarbeit die Realisierung dieser Produktion von der Ideenfindung bis hin zur konkreten Umsetzung. Sie

untersucht die Funktionen der Projektbeteiligten sowie die Projektstrukturen und Projektprozesse. Sie diskutiert am konkreten Beispiel Chancen und Risiken von Projektmanagementmethoden und -instrumenten mit dem Ziel, Strategien zur Optimierung der Projektabläufe herzuleiten. Einerseits werden theoretische Überlegungen zur Begrifflichkeit von Projektmanagement im Kulturbereich angestellt, andererseits erfolgt die Analyse des Kinderoperprojekts anhand der verschiedenen Projektphasen.

Die Untersuchung will einen Beitrag leisten zum Arbeitsalltag in Projekten, der für den Kultursektor grundlegend ist.

## **Mentorat:**

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

**Livia Knüsel, lic. phil.**

Historikerin, Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden  
Rainweg 15, 8952 Schlieren  
livia.knuesel@sunrise.ch



**Annette König, lic. phil.**

Geschäftsleiterin Departement Sprach- und  
Literaturwissenschaften Universität Basel  
Seminarstrasse 40, 5400 Baden  
annette.koenig@unibas.ch



# daZWISCHENstehen

## Ein Ausstellungskonzept für den KLANG!-Container

---

Die Masterarbeit reflektiert den Entwicklungsprozess des Konzepts für die Ausstellung daZWISCHENstehen, welche von April – Juni 2010 im KLANG!-Container im Rahmen von KLANG! in Hamburg gezeigt wird. In Deutschland ist KLANG! eines der fünfzehn Projekte, mit denen die Kulturstiftung des Bundes die innovative Vermittlung Neuer Musik stärken möchte. Der KLANG!-Container fungiert als Teilprojekt von KLANG!. Er reist während drei Jahren in den Sommermonaten durch die Stadt Hamburg und dient als Ort der Vermittlung, als Informationsportal sowie als Plattform für kulturelle Veranstaltungen. Mit der Projektleitung und Koordination von KLANG! ist die Hochschule für Musik und Theater Hamburg betraut.

Die Entwicklung des Konzepts daZWISCHENstehen orientierte sich stark an den Themenbereichen Kulturvermittlung und Neue Musik. Anhand von Experteninterviews

mit den jeweiligen Projektleitern von KLANG!-Container, Kunsthaus Zug mobil, GOIN'OUT und Denkgeräusche\_Sonos konnten Fachwissen und Erfahrungswerte über die Vermittlungsansätze anderer Container-Projekte gewonnen, analysiert und in das Ausstellungskonzept einbezogen werden.

Das Besondere der Ausstellung ist der mobile Raum, in welchem sie realisiert wird. Der speziell angefertigte Container erlaubt es, Neue Musik auf eine spielerische Art zu den Leuten zu bringen, mit neuen Methoden zu vermitteln und Hemmschwellen gegenüber dieser Kunstform abzubauen.

### **Mentorat:**

JunProf. Dr. Martin Tröndle, Zeppelin University Friedrichshafen;  
Leiter des Nationalfondsprojektes eMotion: mapping museum experience, Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel



**Nathalie Pernet, lic. iur.**

Juristin  
Sulgenauweg 27, 3007 Bern  
n\_pernet@bluewin.ch



**Anais Röschke**

dipl. Malerin und Kulturpädagogin



# Machbarkeitsstudie zum Aufbau eines Arbeitsateliers für behinderte Künstler und Künstlerinnen im Raum Zentralschweiz.

## Idee – Machbarkeitsprüfung – Modell

---

Ausgangspunkt dieser Arbeit ist die Vision eines Art brut centre in der Zentralschweiz. Die Vision umfasst ein Arbeitsatelier für behinderte Kunstschaffende, das in der Galerie mit Kulturcafé einen Raum für Begegnung anbietet. Dies vor dem Hintergrund der Feststellung, dass es in den schweizerischen Werkstätten für Behinderte anders als in Deutschland und Österreich nur vereinzelt Arbeitsplätze für Menschen gibt, die sich künstlerisch betätigen oder ihre Talente in einem für sie förderlichen Raum entfalten können. Als ersten Schritt auf dem Weg zu diesem Ziel fasst die Diplomarbeit den Aufbau eines Arbeitsateliers für behinderte Künstlerinnen und Künstler ins Auge. Dazu erstellen die Autorinnen eine Machbarkeitsstudie. Diese befasst sich einleitend mit verschiedenen Aspekten des sozialen und historischen Hintergrunds der Kunststilrichtung Art brut. Die Ausführungen machen deutlich, welch vielfältiges Kulturgut allein in der Schweiz von behinderten Künstlerinnen und Künstlern eingebracht worden ist. Darin gründet denn auch die Idee zum skizzierten Arbeitsatelier.

### **Mentorat:**

Dipl. Ing. Michael Braune-Krickau, Organisationsberater, Studienkoordinator und Geschäftsleiter MAS Marketing Management, Universität Basel

Die konkrete Überprüfung der Machbarkeit betrifft sodann den Bedarf, die Rahmenbedingungen am Standort sowie die Finanzierungsmöglichkeiten eines Kunstateliers für Behinderte. Mit den Methoden einer Bedarfsanalyse und vielfältigen Recherchen finden sich die wesentlichen Antworten zum entscheidenden: Go! Die Resultate der Machbarkeitsprüfung fliessen in ein Modell sowie drei mögliche Realisierungswege ein.

Damit schafft diese Machbarkeitsstudie Voraussetzungen, die der Idee eines Arbeitsateliers weiteren Aufwind geben. Zwar gilt es noch grössere Hürden zu überwinden, wie Atelierräume zu finden und finanzielle Mittel für deren Ausstattung zu beschaffen. Doch die Betriebskosten könnten gesichert sein, wenn das Projekt im 2010 in der Bedarfsplanung des Kantons Zug Akzeptanz findet.



**Barbara Bachmann, M.A.**

Kunst- und Ausdruckstherapeutin,  
Theaterpädagogin, Sozialarbeiterin HFS,  
Psychiatrische Klinik Zugersee  
Unteraltstadt 24, 6300 Zug  
barbara-bachmann@gmx.ch



**Regina Klaus**

Übersetzungswissenschaftlerin,  
Redaktorin, Lektorin,  
Offenburgerstrasse 55, 4057 Basel  
re.klaus@bluewin.ch



**Erika Weber**

Programmassistentin Union Basel,  
Marketingplanerin, PC-Supporterin, Übersetzerin  
Amerbachstrasse 59, 4057 Basel  
e.weber@union-basel.ch



# Basler Kreativwirtschaft – im Spannungsfeld von Tradition und Aufbruch

---

Die Kreativwirtschaft wird weltweit, in der Schweiz insbesondere in Zürich, aufgrund von steigenden Beschäftigtenzahlen und Umsätzen als ein wichtiger Wirtschaftszweig wahrgenommen. Basel vermarktet sich als Kultur- und Museumsstadt über einen traditionellen, etablierten Kulturbegriff. Wie aber steht es in Basel mit der Kreativwirtschaft?

Neben einer jungen, wenig greifbaren Kreativwirtschaftsszene existiert in Basel eine sichtbare etablierte Kreativwirtschaft. Museen zum Beispiel gehören in ihrer Funktion als Arbeit- und Auftraggeber für kreativwirtschaftlich Tätige dazu. Sie sind damit nicht nur wirtschaftliche Impulsgeber, sondern auch Partner für Tourismus und Kreativwirtschaft.

Die Diplomarbeit untersucht mittels Interviews und einer Recherche zu den in Basel bereits erfolgten oder geplanten

einschlägigen Studien, wie Entscheidungsträger der Basler Kulturpolitik, Tourismuswerbung und Wirtschaftsförderung die Kreativwirtschaft nutzbar machen möchten.

Das Resultat der Untersuchung zeigt, dass in Basel Politik, Wirtschaft und Medien sowie die breitere Öffentlichkeit noch wenig für die Bedeutung der Kreativwirtschaft sensibilisiert sind. Diese wird unter wirtschaftspolitischen und weniger unter kulturpolitischen Vorzeichen diskutiert. Dabei wird nicht so sehr nach der monetären Wertschöpfung

gefragt, als nach ihrem Potenzial für eine hohe Lebensqualität, welche Basel für hochqualifizierte Arbeitskräfte attraktiv macht. Dieses Ziel steht hinter der Forderung, die Kreativwirtschaft und damit eine urbane Kultur in Basel stärker sichtbar werden zu lassen.

## **Mentorat:**

Niklaus Ullrich, Kulturbeauftragter Kanton Basel-Landschaft



**Catherine Schott, lic. phil.**

PR-Verantwortliche

Fondation Beyeler,

Riehen/Basel

Heuberg 20, 4051 Basel

[catherine.schott@bluewin.ch](mailto:catherine.schott@bluewin.ch)



SKM – Studienzentrum Kulturmanagement  
Masterprogramm Kulturmanagement  
Universität Basel  
Rheinsprung 9  
CH-4051 Basel

Telefon +41 61 267 34 74  
Telefax +41 61 267 34 84

[skm@unibas.ch](mailto:skm@unibas.ch)  
[www.kulturmanagement.org](http://www.kulturmanagement.org)

**ADVANCED STUDIES**  
UNIVERSITÄT BASEL