

SKM Studienzentrum
Kulturmanagement
Universität Basel

Diplomarbeiten 2014
Masterprogramm Kulturmanagement



Diplomarbeiten 2014
Masterprogramm Kulturmanagement

Inhalt

Vorwort	4	«Indirekte» Kulturförderung über subventionierte Dienstleistungen im Kulturmanagement	12
Veränderungsprozesse in Kulturbetrieben	6	Xenia Fünfschilling, Raphael Lie	
Luisa Bitterlin, Remo Longhi, Claudine Metzger, Moritz Walther		Businessplan für das Kompetenzzentrum Kunst und Fotografie «LA BOÎTE GmbH»	14
Musikalische Bildung – ohne Garantie?		Catherine Kohler, Charlotte Sgier de Cerf	
Arbeitsbedingungen an Schweizer Musikschulen		Interner Businessplan für PETITPIERRE ARTS MANAGEMENT	16
Zukunftsaussichten der Anstellungsbedingungen für das Conservatoire de musique neuchâtelois (CMNE)		Désirée Petitpierre	
Isabelle Bovay, Carolin Fedier, Sylvain Jaccard	8		
«Musikerleben»			
Eine qualitative Studie zum Bedürfnis nach Hilfestellungen von Musikerinnen und Musikern auf dem Weg zu ihrer beruflichen Etablierung	10		
Henriette Joppien, Anja Lauper, Barbara Strebel			

Marketingberatung für Schweizer
Start-up-Architekturbüros - oder warum
Architektur Marketing braucht
Michaela Burri, Nadine Lippuner 18

Young Auction Collector Circle (YACC)
Eine Netzwerkgesellschaft für junge Kunst- und Kultur-
ökonomieinteressierte im Bereich der Kunstauktionen
Dieter A. Borer, Urs Grossenbacher, Ornella Orsini 20

Kulturvermittlungsangebote für erwachsene Nichtbesu-
cher von staatlich subventionierten Kultureinrichtungen.
Theorie und Evaluation von zwei Praxisbeispielen
Roger Pfyl 22

Der Kulturbegriff in Theorie und Praxis
Eine theoretisch-praktische Untersuchung über
einen mehrdeutigen Begriff und dessen Einfluss
auf den Umsetzungsprozess «Kantonales Kultur-
förderungsgesetz des Kantons Bern» am Beispiel
der Region Thun Oberland-West
Katharina Pfanner 24

«Akteure der Kulturpolitik in der Schweiz:
Grundsätze, Legitimation, Herausforderungen.»
Eine qualitative Analyse der Kulturförderung
von Bund, ausgewählten Kantonen und Städten
Lukas Renckly, Irene Schubiger, Simone Tanner 26

Vorwort

Die Zukunft beginnt heute! So lautete nicht nur der Titel der Tagung des Studienzentrums Kulturmanagement, an der es darum ging, Strategien für die Kulturszene Schweiz zu diskutieren, sondern es gilt in besonderem Masse auch für die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs von 2014: Wo stehen wir jetzt? Wo wollen wir hin? Und, was brauchen wir, um in Zukunft erfolgreich zu sein? Viele der hier vorgestellten Diplomarbeiten beschäftigen sich mit der Zukunft und bilden auch Grundlagen für die eigene weitere Arbeit und zukünftige Positionierung nach dem Studium.

So werden Lebenszyklen von Kulturbetrieben analysiert und Herausforderungen in Veränderungsprozessen beschrieben,

vorherrschende Arbeitsbedingungen in einer Musikschule kritisch aufgezeigt und Ziele für Verbesserungen gesetzt. Intensiv wird über die Rolle von Kulturmanager/innen und ihre Scharnierfunktion nachgedacht: Welche Dienstleistungen und Unterstützung benötigen Musikerinnen und Musiker und wie finden sie diese? Ist die Arbeit einer Agentur für Kulturmanagement auch Kulturförderern etwas wert? Welche Schritte müssen unternommen werden auf dem Weg zu einem Kompetenzzentrum Kunst und Fotografie und welche für ein Start-up im Bereich Musik- und Tanztheaterproduktion? Wie könnte ein Beratungsangebot für die professionellere Positionierung von jungen Architekturbüros aussehen, und stösst die Idee, jüngere Kunstinteressierte ins Auktions-

wesen einzuführen auf Interesse? Auch im Themenbereich Kulturpolitik stehen zukunftsorientierte Fragestellungen im Zentrum: Gelingt es wirklich mit staatlich initiierten Vermittlungsangeboten ein neues Publikum zu generieren? Verstehen in einem Kanton alle das Gleiche unter Kultur und welchen Einfluss hat dies auf die künftige Umsetzung eines Kulturförderungsgesetzes? Welche Werte und Haltungen gegenüber Kultur prägen Exponent/innen schweizerischer Kulturpolitik? Was betrachten sie als kommende Herausforderungen für Kulturpolitik und -förderung?

Wir wünschen uns, dass die intensive Auseinandersetzung mit diesen Themen nicht nur für die Absolvent/innen fruchtbar

ist, sondern auch Sie, die diese Broschüre lesen, anregen kann, sich Gedanken über die Zukunft des Kulturmanagements und des Kulturbetriebs zu machen. Denn die Zukunft beginnt immer schon heute!

Die Studienleitung:

Brigitte Schaffner, Lisa Fuchs, Manuela Casagrande
und Moritz Strähl, wiss. Mitarbeiter Advanced Studies
(beteiligt am Diplomarbeitsprozess 2014)

Veränderungsprozesse in Kulturbetrieben

«Wenn alles bleiben soll, wie es ist, muss sich alles ändern.»
Don Fabrizio im Buch *Der Gattopardo* von Giuseppe Tomasi di Lampedusa

Kulturbetriebe sehen sich in heutiger Zeit mit einer Vielzahl an Herausforderungen konfrontiert. Verstärkter Wettbewerb um Publikum und finanzielle Ressourcen, sich wandelndes Nachfrage- und Konsumverhalten der Kundinnen und Kunden oder auch betriebsinterne Entwicklungen führen dazu, dass sich Kulturbetriebe stetig mit ihrer Organisation befassen und diese den aktuellen Gegebenheiten anpassen müssen, um das langfristige Bestehen sicherstellen zu können.

Das Ziel dieser Diplomarbeit ist, die betriebswirtschaftliche und soziologische Literatur zu den Themen Organisation, Veränderungsprozesse und Change Management für Kulturbetriebe nutzbar zu machen. Anhand der Befragung vier ausgewählter Expertinnen und Experten (Berater von Transformationsprozessen in Kulturbetrieben) und der Theorie werden mögliche Handlungsempfehlungen und Schlussfolge-

rungen für den Umgang mit Transformationsprozessen in kulturellen Betrieben erarbeitet. Der Fokus liegt dabei auf Kulturbetrieben im Nonprofit-Bereich, wobei soweit möglich zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-gemeinnützigen unterschieden wird. Vier Schwerpunkte stehen im Zentrum des Erkenntnisinteresses: Die Herausarbeitung der besonderen Merkmale der Organisation von Kulturbetrieben, die Entwicklung eines adäquaten Lebenszyklusmodells für diese Betriebe, die Zusammenstellung möglicher Gründe für den Wandel und die Beschreibung der diversen Phasen sowie der relevanten Rahmenbedingungen von Veränderungsprozessen. Das erarbeitete Lebenszyklusmodell für Kulturbetriebe bietet eine gute Grundlage für die Identifizierung von Herausforderungen und Krisen, mit denen Betriebe während ihres Aufbaus und der weiteren Entwicklung konfrontiert sind. Es kann deshalb von jedem Kulturbetrieb als Analyseinstrument verwendet werden und auf diesem Weg zu Handlungsempfehlungen für den Umgang mit Veränderungsprozessen führen, die auf die jeweilige Situation zugeschnitten sind.

Mentorat:

Dr. Patrick S. Föhl, Netzwerk für Kulturberatung, Berlin

Luisa Bitterlin

Remo Longhi

Claudine Metzger

Moritz Walther

Luisa Bitterlin

Kaufmännische Mitarbeiterin Knoell Galerie und
Fundraising-/Sponsoringverantwortliche
BScene Basel



Remo Longhi, lic. phil.

Kaufmännischer Leiter
Internationale Kurzfilmtage Winterthur



Claudine Metzger, lic. phil.

Kuratorin Grafische Sammlung
Kunstmuseum Bern



Moritz Walther, B.A.

Verlagsmitarbeiter ProgrammZeitung und
Depot Basel



Musikalische Bildung – ohne Garantie?

Arbeitsbedingungen an Schweizer Musikschulen

Zukunftsaussichten der Anstellungsbedingungen für das Conservatoire de musique neuchâtelois (CMNE)

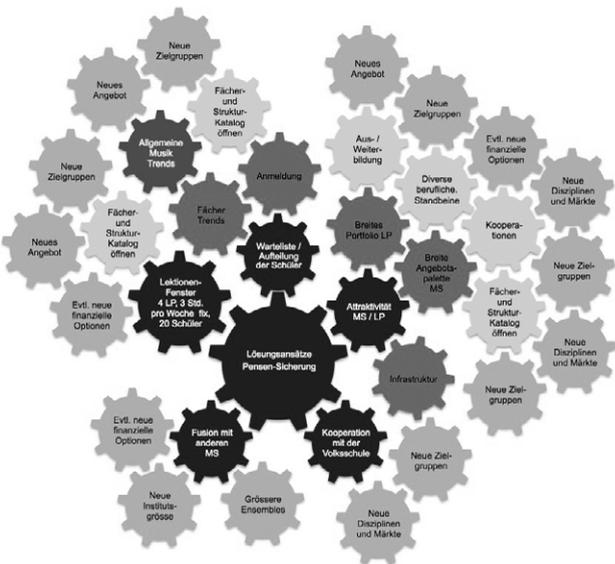
In der Schweiz gibt es sowohl private als auch öffentliche Musikschulen. Daraus resultieren unterschiedliche Organisationsstrukturen und Verpflichtungen in Zusammenhang mit der Auftragsausübung. Das Conservatoire de musique neuchâtelois (CMNE) ist, wie 65 Prozent der schweizerischen Musikschulen, eine öffentliche kantonale Institution. Trotzdem findet sich beim CMNE ein bedeutender Unterschied zwischen den Arbeitsbedingungen des Lehrpersonals und den entsprechenden rechtlichen Rahmenbedingungen in Bezug auf Pensenschwankungen zu anderen Schulen des Kantons.

Die Diplomarbeit zielt darauf ab, aus existierenden Modellen konkrete Lösungsansätze für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen für die Lehrpersonen am CMNE zu finden. Ausgehend von der Fachliteratur wurde eine qualitative Untersuchung mittels halbstandardisierter Interviewleitfäden

durchgeführt. Experten, Schuldirektoren und Lehrpersonen wurden zu folgenden Themen befragt: Anstellungsbedingungen an Schweizer Musikschulen, Chancen, Risiken und Möglichkeiten für eine Pensengarantie, Zukunftsaussichten der Musikschulen. Aus der Inhaltsanalyse konnten viele Lösungen in Betracht gezogen und verschiedene Verbesserungsmöglichkeiten abgeleitet werden. Die Untersuchung zeigt, dass die Verbesserung der Arbeitsbedingungen, insbesondere was die Pensengarantie des Lehrpersonals betrifft, vielerlei Faktoren unterliegt. Die Umsetzung einer echten Pensensicherung scheint möglich, auch wenn es keine leichte Aufgabe sein wird. Generell gilt es, die kulturelle Mission und Bildungsfunktion der Schweizer Musikschulen, ihre Legitimität in einer sich verändernden Gesellschaft zu behaupten, eventuell neu zu definieren und gleichzeitig neue Wege in der musikalischen Bildung zu suchen.

Mentorat:

Prof. Dr. Max Fuchs, Universität Duisburg-Essen



© Carolin Fedier

Isabelle Bovay, dipl. Architektin
Architektin, Partner des «Atelier OTB architectes»



Carolin Fedier
Programm Bildung und Kultur,
Erziehungsdirektion des Kantons Bern



Sylvain Jaccard, Dr. phil.
Direktor Conservatoire de musique neuchâtois
Avenue Léopold-Robert 34



«Musikerleben»

Eine qualitative Studie zum Bedürfnis nach Hilfestellungen von Musikerinnen und Musikern auf dem Weg zu ihrer beruflichen Etablierung

Für Musikerinnen und Musiker auf ihrem Weg zum Berufsmusiker-Dasein besteht ein grosser Bedarf an Hilfestellungen in verschiedensten «spielfernen» Bereichen, sei dies in rechtlichen oder administrativen Fragen, bei der Vermittlung von Aufträgen oder hinsichtlich einer fachlichen und persönlichen Betreuung.

Die Diplomarbeit «Musikerleben» untersucht dieses Bedarfsfeld anhand von neun qualitativen Interviews mit Musikerinnen und Musikern aus verschiedenen Sparten und mit verschiedenen Erfahrungshintergründen. Sie erlaubt Einblicke in die Herausforderungen und Schwierigkeiten, auf die die interviewten Musikerinnen und Musiker im Verlauf ihrer beruflichen Laufbahn treffen, sowie den jeweiligen Umgang damit und

gibt Auskunft über das Informations- und Unterstützungsbedürfnis. In Einzelfallanalysen werden die individuell grössten Herausforderungen und die persönlichen Lösungsansätze dargestellt. Darüber hinaus werden Parallelen zwischen den neun «Musikerleben» in drei fallübergreifenden Analysen aufgezeigt, namentlich wie sich Musikerinnen und Musiker Informationen und Auftrittsmöglichkeiten beschaffen, und welche externen Hilfen zur Verfügung stehen.

Die Ergebnisse der Diplomarbeit machen deutlich, dass Kulturmanagementwissen für Musikerinnen und Musiker sehr wichtig ist. Sie zeigen auch, dass im Prinzip viele Informationsanlaufstellen bekannt sind, die bestehenden Hilfestellungen jedoch oftmals nicht optimal ausgeschöpft werden.

Mentorat:

Dr. Patrick Glogner-Pilz, stellvertretender Leiter der Abteilung Kultur- und Medienbildung an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg

Henriette Joppien

Anja Lauper

Barbara Strebel



Henriette Joppien, M.A.
Projektmanagement Hochuli Konzert AG



Anja Lauper
Kulturarbeit bei Next-Step, Olten und
Verantwortliche Konzerte bei Kulturm Solothurn



Barbara Strebel, lic. phil.
Romanistin, Assistentin Romanisches Seminar
Universität Zürich



«Indirekte» Kulturförderung über subventionierte Dienstleistungen im Kulturmanagement

Es gibt durchaus Kulturschaffende, die es verstehen, sich und ihre Projekte zu managen. Es gibt aber viele, die zu wenig organisiert oder zu wenig erfahren sind, um ihre Projekte selber so zu strukturieren und zu planen, dass diese erfolgreich durchgeführt werden können. Diese Kulturschaffenden sind auf Hilfe von aussen angewiesen. Dabei geht es nicht nur darum, ihnen beratend zur Seite zu stehen, sondern auch ganz konkrete Leistungen für sie zu übernehmen.

Die Diplomarbeit schlägt ein Modell der «indirekten» Kulturförderung vor, welches Kulturschaffende dabei unterstützt, Inhalte zu definieren, Geld zu suchen und die Durchführung von Projekten strukturiert zu organisieren. «Indirekte» Förderung deshalb, weil diese Unterstützungsleistungen von Stiftungen oder der öffentlichen Hand zumindest teilweise subventioniert sind. Diese Leistungen können den Kulturschaffenden dank dieser Subvention zu erschwinglichen Preisen zur Verfügung gestellt werden, ohne dass diejenigen,

die diese Arbeit leisten, unbezahlt bleiben. Dieses System bringt für alle Beteiligten Vorteile: die Kulturschaffenden können professionelle Hilfe beziehen, ohne befürchten zu müssen, dass sie zu wenig Geld für die Inhalte haben. Die Kulturmanagerinnen und -manager können von ihrer Arbeit leben. Förderinstitutionen, Veranstalter oder Produktionshäuser bekommen professionell aufgebaute Dossiers und Projekte, die inhaltlich wie organisatorisch sorgfältig ausgearbeitet sind.

Die Diplomarbeit präsentiert einerseits den Entwurf eines Businessplans und Finanzierungsmodells und andererseits Interviews mit Vertretern von Förderinstitutionen. Die Ergebnisse der Befragungen lassen erste Rückschlüsse zur Machbarkeit und Finanzierung der Idee zu und geben Hinweise darauf, was in einer Überarbeitung des Businessplans zu überdenken und zu verbessern ist.

Mentorat:

Dr. Sibylle Studer, Senior Researcher am Center for Philanthropy Studies (CEPS), Universität Basel



Xenia Fünfschilling, lic. phil.
Kulturmanagerin,
Amt für organisatorische Herausforderungen



Raphael Lie, Betriebsökonom FH
Mitarbeiter cineworx filmproduktion gmbh



Businessplan für das Kompetenzzentrum Kunst und Fotografie «LA BOÎTE GmbH»

Mit der Gründung des Kompetenzzentrums für Kunst und Fotografie La Boîte wollen die Initiantinnen auf die steigende Nachfrage nach Service-Dienstleistungen in den Bereichen zeitgenössische Kunst und Fotografie in der zweisprachigen Region Biel reagieren. Das Kulturunternehmen soll sich zudem positiv auf die Stärkung der lokalen Kulturszene auswirken.

Als Planungsinstrument für den Aufbau des kulturellen Start-ups wurde ein Businessplan erarbeitet, mit einem Finanzierungsplan, einer Marketing- und Kommunikationsstrategie sowie einer Umfeld- und Konkurrenzanalyse. Der Businessplan beschreibt die einzelnen Dienstleistungen von La Boîte in den Bereichen Ausstellungen, Kulturveranstaltungen, Publikationen und Fotografie und stellt deren Nutzen und Mehrwert für die zukünftigen Kundinnen und

Kunden und Auftraggeberinnen und Auftraggeber dar. Das Kompetenzzentrum richtet sein Angebot an Kulturorganisationen, öffentliche Dienste, Kunstschaffende, Verlage und private Unternehmen in Biel und in der angrenzenden deutschen und französischsprachigen Schweiz.

Die Umweltanalyse des Businessplans kommt zum Schluss, dass das zweisprachige Start-up durch sein umfassendes Dienstleistungsangebot im Sinne eines Generalunternehmens durchaus über ein strategisches Potenzial für eine erfolgreiche Etablierung in der Grossregion Biel verfügt. Dessen nachhaltige Betriebsführung hängt jedoch in massgeblicher Weise von den Personen ab, die dahinter stehen. Diese werden sich den grossen Herausforderungen bezüglich Professionalität und Flexibilität bei der Erfüllung der Aufträge zu stellen haben.

Mentorat:

Barbara Seiler, Galeristin, Barbara Seiler, Zurich



*Bieler Fototage 2011, Ausstellungsansicht David Willen, PhotoforumPasquart,
Foto: Daniel Mueller*

Catherine Kohler, lic. phil.

Kunsthistorikerin, Kuratorin
Espace d'Art Contemporain (les halles), Porrentruy



Charlotte Sgier de Cerf, lic. phil.

Romanistin, Stv. Leiterin Geschäftsstelle Informationsgesellschaft, Bundesamt für Kommunikation



Interner Businessplan für PETITPIERRE ARTS MANAGEMENT

2002 gründete Désirée Petitpierre die Aufführungsreihe «Gehörgänge Neue Musik szenisch». Ab 2010 kam die Planung für «Musenreigen» hinzu, eine Reihe, die sich dem Tanz widmet. Hierfür sollte ein Produktionsbüro aufgebaut werden, das alle organisatorischen Tätigkeiten übernimmt. Noch während des Kulturmanagementstudiums wurde Désirée Petitpierre von Künstlern angefragt, das Management für ihre Arbeiten zu übernehmen. Hieraus entstand die Idee, das geplante Büro mit Dienstleistungen für Kunden zu erweitern.

Die Diplomarbeit diente dazu, die Machbarkeit für einen One-Woman-Betrieb, der zu einem Unternehmen mit Angestellten und eigenen Geschäftsräumen heranwachsen soll, zu prüfen. Hierfür wurde die Form des internen Businessplans gewählt. Dieser erlaubt es, systematisch in einzelnen Kapiteln Themenbereiche abzuhandeln und dabei alle wesentlichen Merkmale eines Betriebs zu überdenken und festzulegen, er wird aber nicht veröffentlicht und darf daher

noch Annahmen enthalten. Unter Einbezug der Fachliteratur wurde die Struktur des Businessplans erstellt. Inhaltlich wurden sowohl eigene Erfahrungswerte einbezogen wie auch Hinweise und Daten von Fachverbänden verwendet. Um das Unternehmensumfeld zu ermitteln und darauf basierend die Marketingstrategie zu erstellen, fehlten für die Nischenmärkte der Freien Szene verlässliche Daten und Studien, die für die Diplomarbeit geeignet gewesen wären. Deshalb wurde eine Umfrage unter Fachleuten erhoben, die wichtige Hinweise zu Nachfrage, Konkurrenz und Angebot lieferte. Für die Honoraransätze, die einen wesentlichen Bestandteil des Budgetplans bilden, wurden die Empfehlungen der Fachverbände einbezogen und auch der voraussichtliche Arbeitsaufwand des Leitungsteams ermittelt.

Petitpierre Arts Management wurde im Anschluss an das abgeschlossene Studium im Frühjahr 2014 gegründet. Grundlage dafür bildete der interne Businessplan.

Mentorat:

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



Désirée Petitpierre
Choreographin, Regisseurin,
Inhaberin Petitpierre Arts Management



© *Ismael Lorenzo*

Marketingberatung für Schweizer Start-up-Architekturbüros – oder warum Architektur Marketing braucht

Mittelgrosse und grosse Architekturbüros in der Schweizer Architekturlandschaft betreiben ein professionell und bewusst geführtes Marketing. Das Ziel dieser Diplomarbeit ist es einerseits herauszufinden, ob sich ein Dienstleistungsprozess für ein Start-up-Architekturbüro kreieren lässt: Wie müsste diese Dienstleistung aussehen und was würde sie beinhalten? Wie könnte man vorgehen? Andererseits soll aufgezeigt werden, dass Marketing von Anfang an mitgedacht und Teil eines Start-ups sein sollte. Klare Strukturen wie auch klare Ziel- und Strategieformulierungen und die daraus entwickelten Massnahmen sollen helfen, ein Start-up-Unternehmen schneller auf dem Markt zu positionieren.

Konkret wird in der Arbeit eine Dienstleistung für ein reales Start-up-Unternehmen – das Basler Architektur-Start-up Focketyn del Rio Studio (fdr) –, das sich noch nicht mit

dem Thema Marketing auseinandergesetzt hat, entwickelt. In drei Workshops wurde das nötige Grundlagenwissen für das Start-up fdr erarbeitet, das sich aber bestenfalls auch auf andere Start-ups übertragen liesse. Die Diplomarbeit zeigt auf, dass Marketing ein Start-up-Architekturbüro sinnvoll unterstützen kann. Das Erstellen eines Kommunikationskonzepts war sehr anspruchsvoll. Fdr hat noch kein klares Profil und kein eindeutiges Leitbild. Die Abgrenzung zur Konkurrenz war daher sehr schwierig. Es kann sein, dass diese Schwierigkeiten mit anderen Start-up-Architekturbüros geteilt werden. Obwohl das Kommunikationskonzept auf den Analysen von fdr basiert, ist sehr gut vorstellbar, dass die zu verfolgenden Strategien und der daraus resultierende Plan für das erste Jahr auf andere Start-up-Architekturbüros übertragbar sind, da diese voraussichtlich in den ersten Jahren mit sehr ähnlichen Problemen und Herausforderungen kämpfen.

Mentorat:

Prof. Dr. Silke Boenigk, Professur für Betriebswirtschaftslehre,
Universität Hamburg

Michaela Burri, M.A. Architektur

Architektin



**Nadine Lippuner, B.A.
Soziologie und Geschichte**

Institutional and Partner Relations, Fundraiser



Young Auction Collector Circle (YACC)

Eine Netzwerkgesellschaft für junge Kunst- und Kulturökonomieinteressierte im Bereich der Kunstauktionen

Der erste Weg junger Kunstinteressierter führt meist in die entsprechenden Museen, wo sie sich über Kunst und Künstler informieren und entsprechendes Wissen aneignen können. Doch wie sieht es mit jenen aus, welche sich neben dem künstlerischen Schaffen auch für das Funktionieren des Kunstmarktes interessieren? Neben den klassischen Galerien vermitteln hier die Auktionshäuser mit ihren stets wechselnden Auktionsvorschauen und den daran anschliessenden Auktionen ein anschauliches und praxisnahes Bild über das Geschehen auf dem Kunstmarkt.

Nach Meinung des Verfasserenteams dieser Diplomarbeit haftet den Kunstauktionen in der Schweiz etwas Elitäres an. Entsprechend besteht für jene Personen, welche mit dem Auktionsbetrieb nicht vertraut sind, eine gewisse Hemmschwelle, an einer Auktion teilzunehmen. Es versteht sich von selbst, dass die Auktionshäuser, sollten sie diesen Sachverhalt

ebenfalls beobachten, ein Interesse haben, diese abzubauen. Der YACC hat einerseits zum Ziel, den Zugang zu Auktionen zu erleichtern und soll andererseits ein Instrument sein, welches der Verjüngung der Kundenstruktur eines Auktionshauses dient.

Zwecks Abklärung des Bedürfnisses nach einer solchen Netzwerkgesellschaft sowie der Chancen und der Risiken, die damit verbunden sein könnten, wurden mit Vertretern ausgesuchter Auktionshäuser in der Schweiz sowie der Fondation Beyeler Interviews geführt. In diesen Interviews wurden das Konzept und der Businessplan des YACC mit den Gesprächspartnern diskutiert. Zwar wurde deutlich, dass das vorhandene Konzept je nach möglicher Trägerinstitution noch weiter verfeinert werden muss, gleichzeitig entspricht der YACC aber auch einem klaren Desiderat der befragten Institutionen.

Mentorat:

Prof. Dr. Dirk Boll, Europäischer Geschäftsführer Christie's, London



*Einblick in den Auktionsaal von Christie's.
Kolorierter Stich (Karikatur) von 1808
von Thomas Rowlandson und Augustus Charles Pugin.
Quelle: Wikimedia Commons*

Dieter A. Borer

Projektleiter Präsenz Schweiz,
Eidg. Dep. für auswärtige Angelegenheiten EDA,
Generalsekretariat GS-EDA



Urs Grossenbacher, lic. phil/MAS UZH

Leiter Bibliotheken Pädagogische Hochschule
FHNW



Ornella Orsini, lic. phil

Engel & Völkers Basel, Assistenz (Backoffice)



Kulturvermittlungsangebote für erwachsene Nichtbesucher von staatlich subventionierten Kultureinrichtungen.

Theorie und Evaluation von zwei Praxisbeispielen

Der Abbau von Hemmschwellen zum Besuch von staatlichen Kultureinrichtungen und die dazu nötigen verschiedenen Kulturvermittlungsformate, die den Zugang zu Kulturangeboten erleichtern, stehen im Fokus dieser Diplomarbeit. Dazu gehören Angebote, die bisherige Nichtbesucher ansprechen und zu regelmässigeren Besuchern machen. Die Profile der Nichtbesucher sind je nach kultureller Einrichtung oder Veranstaltung unterschiedlich. Diese Arbeit konzentriert sich auf Nichtbesucher von staatlich subventionierten Kultureinrichtungen und beschäftigt sich mit der Frage, wie Kulturvermittlungsformate konzipiert sein sollen, damit aus Nichtbesuchern Besucher werden können.

Im Theorieteil werden Aspekte aus den Bereichen Kulturvermittlung, Nichtbesucher und Evaluation zusammengefasst und für Antworten auf die entsprechenden Fragestellungen aufbereitet. Zudem werden verschiedene Praxisbeispiele aus der Deutschschweiz und aus Deutschland vorgestellt. Im praktischen Teil wird mittels Teilnehmerbefragung die Wirkung von den zwei Praxisbeispielen «Eingeladen2» und

«Kostprobe» aus dem Kanton Aargau und der Stadt Luzern evaluiert. Aus den Erkenntnissen der Untersuchung werden schliesslich Empfehlungen formuliert, die in der Konzipierung von Kulturvermittlungsformaten für Nichtbesucher eine Hilfestellung bieten sollen. Die Empfehlungen unterscheiden zwischen nach innen oder nach aussen gerichteten Anstrengungen. Bei den inneren Anpassungen geht es um Fragen der Aktionspolitik der Institution. Welche Kulturvermittler richten sich mit welcher Kulturveranstaltung an welches Kulturpublikum? Wie muss ein bestehendes Angebot verändert werden, damit Nichtbesucher erreicht werden? Bei den äusseren Anpassungen geht es um Bemühungen, die den Betrieb nach aussen hin erweitern und externen Kontakt suchen. Wo kann die Kultureinrichtung sonst noch – ausserhalb des Hauses – präsent sein? Wie können neue Kontakte entstehen?

Diese Empfehlungen sollen Kulturförderer, Kulturschaffende und Kulturvermittler bei der Konzipierung von Kulturvermittlungsformaten für Nichtbesucher unterstützen.

Mentorat:

Dr. Rolf Keller, Präsident Aargauer Kuratorium, ehem. Leiter Studienzentrum Kulturmanagement Universität Basel

Roger Pfyl

Kulturvermittler, Theaterschaffender



Der Kulturbegriff in Theorie und Praxis

Eine theoretisch-praktische Untersuchung über einen mehrdeutigen Begriff und dessen Einfluss auf den Umsetzungsprozess «Kantonales Kulturförderungsgesetz des Kantons Bern» am Beispiel der Region Thun Oberland-West

Das Kantonale Kulturförderungsgesetz von 2012 muss in allen Regionen des Kantons Bern bis 2017 umgesetzt sein. Verschiedene Feststellungen im laufenden Umsetzungsprozess führten zur Erkenntnis, dass nicht alle beteiligten Partner dasselbe unter den Begriffen «Kultur» und «Kulturförderung» verstehen und dies den Umsetzungsprozess mit beeinflusst. «Wie wird der vom Kanton definierte Begriff Kultur und darauf basierend auch derjenige der Kulturförderung von Tätigen in Kulturinstitutionen, Politikerinnen und Politikern auf den Ebenen Gemeinde und Kanton, Mitarbeitenden in kommunaler und kantonaler Verwaltung, Kulturkommissionen und weiteren Involvierten verstanden und wie wirkt sich das auf den Umsetzungsprozess aus?» war die Frage, die der Arbeit zugrunde lag.

Auf der Basis der strategisch-rechtlichen Grundlagen des Kantons Bern wurde eine Umfrage entwickelt und bei ausgewählten Partnern der Region Thun Oberland-West durchgeführt. Das Ergebnis zeigt u.a. Tendenzen in der Definition des Kulturbegriffs und der Meinung, was Kultur bewirken soll. Aufgrund der Auseinandersetzung mit der historischen Herleitung des Kulturbegriffs und den Umfrageergebnissen kann festgestellt werden, dass Unterschiede in seiner Definition weniger zwischen den befragten Zielgruppen als zwischen Stadt und Land bestehen. Der verstärkte Kulturaustausch zwischen diesen beiden Kulturräumen könnte ein interessanter künftiger Schwerpunkt in der Kulturförderungspolitik des Kantons Bern sein.

Mentorat:

Margrit Bürer, Leiterin Amt für Kultur,
Kanton Appenzell Ausserrhoden



© Bruno Fauser, Bern

Katharina Pfanner

Leiterin Fachbereich regionale Kulturpolitik,
Stv. Leiterin Abteilung Kulturförderung deutsch,
Amt für Kultur des Kantons Bern



«Akteure der Kulturpolitik in der Schweiz: Grundsätze, Legitimation, Herausforderungen.» Eine qualitative Analyse der Kulturförderung von Bund, ausgewählten Kantonen und Städten

Im Kulturbereich sind aktuell wesentliche Umbrüche feststellbar, die inskünftig noch stärker werden dürften und die staatlichen Akteure der Kulturpolitik und Kulturförderung vor grosse Herausforderungen stellen werden. In der Vergangenheit unangefochtene Strukturen und Aktivitäten geraten zunehmend unter Druck, der Ruf nach Alternativen zum Strukturkonservatismus, zur Schaffung nachhaltiger Strukturen wird immer lauter. Neben der Plafonierung oder gar Kürzung staatlicher Mittel treten neue Entwicklungen zutage: Megatrends, wie z. B. demografischer Wandel, Individualisierung, Globalisierung und Medialisierung stellen Herausforderungen dar, auf welche die staatlichen Kulturakteure reagieren müssen, wenn sie mit akzeptablen Lösungen auf die Ansprüche der Kulturszene reagieren möchten.

Dieser Gedankengang diente der Diplomarbeitsgruppe als Ausgangslage, um Argumentationslinien staatlicher Kulturförderer und deren Reflexion aktueller und künftiger Herausforderungen zu beleuchten. Sie beschäftigte sich im

Vorfeld sowohl mit diversen Kategorien kulturpolitischer Argumente als auch mit den Megatrends. Quellenmaterial, wissenschaftliche Sekundärliteratur und publizistische Beiträge bildeten den Ausgangspunkt, auf deren Basis Interviews mit ausgewählten Exponentinnen und Exponenten der nationalen, kantonalen und kommunalen Ebene durchgeführt wurden. Ziel war es, die Gedankengänge im Kontext der praktischen Arbeit der jeweiligen Akteure aufzuzeigen und festzustellen, in welcher Weise spezifische Entwicklungen und Herausforderungen in die Reflexion und Praxis der Handelnden Eingang finden.

Es hat sich herausgestellt, dass sich die drei Ebenen Bund, Kantone und Städte nicht markant voneinander unterscheiden und bestimmte Argumente ständiger Begleiter kulturpolitischer Akteure zu sein scheinen. Dennoch spiegeln sich die spezifischen Prämissen, Attribute und Herausforderungen der drei Ebenen im individuellen Charakter der Argumentationsweisen der Exponentinnen und Exponenten.

Mentorat:

Prof. Dr. Max Fuchs, Universität Duisburg-Essen

Lukas Renckly, B.A.
Fachspezialist, Fachstelle Kulturvermittlung,
Kanton Aargau



Irene Schubiger, Dr. phil.
Kunsthistorikerin



Simone Tanner, lic.rer.soc.
Leiterin Kulturressort Bieler Tagblatt



SKM – Studienzentrum Kulturmanagement
Masterprogramm Kulturmanagement
Universität Basel
Steinengraben 22
CH-4051 Basel

Telefon +41 61 267 34 74
skm@unibas.ch

www.kulturmanagement.unibas.ch