

**Abstracts zu den Masterarbeiten des MAS Kulturmanagement Praxis  
der Hochschule Luzern – Design & Kunst  
Klasse C/6  
Winter 2007/08**

**Draeyer, Barbara und Weiss, Esther:** Können Fremdsprachige im Bücherland Schweiz das lesen, was sie wollen? Der Zugang zum Buch und zum Lesen als kritischer Erfolgsfaktor für eine erfolgreiche Integration von zugewanderten Menschen aus fremden Kulturen. (Eine Studie)

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Das Beherrschen und die Pflege der eigenen Muttersprache und Kultur sind die beste Voraussetzung für eine erfolgreiche Integration.

Menschen aus fremden Kulturen haben ein Grundbedürfnis für den Zugang zu Lesematerial. Sie wollen über das Lesen den Kontakt mit der Herkunftskulturregion nicht verlieren, d. h. sie möchten ihre eigene kulturelle Identität bewahren. Gleichzeitig möchten Sie unter Bewahrung ihrer eigenen kulturellen Identität Neues dazulernen und sich mit der Kultur des Immigrationsortes auseinandersetzen.

Der Buchhandel in der Grossregion Zürich orientiert sich an Kundenbedürfnissen von Kunden aus dem deutsch-, englisch- und französischsprachigen, evtl. spanischsprachigen Sprachraum. Diese Kundensegmente spiegeln letztlich die Hauptsprachen der Welt aus dem Zeitalter der Kolonisation.

Die Bibliotheken im Grossraum Zürich orientieren sich noch vorwiegend an den Kundenbedürfnissen aus dem deutschsprachigen Raum.

Die Diplomarbeit soll Grundlagen dafür erarbeiten, wie – einerseits – die Unterversorgung mit originalsprachlicher Literatur aus den Herkunftsländern der Immigranten behoben werden könnte und wie – andererseits – mit einer Ausweitung der Übersetzungsperspektive eine Auseinandersetzung der Zugewanderten mit dem einheimischen Literaturbetrieb gefördert werden könnte. Entwickeln von konzeptionellen Lösungsansätzen für die Behebung der identifizierten Defizite als Beitrag zur Verbesserung der Integrationsfähigkeit im Kulturraum Schweiz.

*Zielgruppen:*

Entscheidungsträger der Bundesinstanzen für Kultur- und Aussenpolitik, Gemeinde- und Stadtpräsidenten (Grossraum Zürich), Städtische Ämter, Botschaften und deren Mitarbeitende, Personen, die mit Migrantinnen arbeiten, Politikerinnen und alle jene, die sich für das Thema ‚Integration‘ interessieren, Migrationsämter, Pädagogen, Verlage und Buchbranche, Bibliotheken, Kulturschaffende

*Kontakte:*

Barbara Draeyer, Alte Landstrasse 54, 8803 Rüschlikon, 044 724 09 55 / 079 620 86 13

Esther Weiss, Villnachernstrasse 8, 5222 Umiken, 056 290 23 17 / 079 486 55 11

**Grasdal, Therese:** Die Veränderung der Musikindustrie als Folge der Digitalisierung am Beispiel Pop & Rock

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Wie viele andere Industriezweige steht auch die Musikindustrie aufgrund der Digitalisierung inmitten der grössten und tiefgreifendsten Umwälzung seit Bestehen. Konkret ermöglichen Internet und Computer-Software praktisch jedem Benutzer, auf einfachste Weise Musik zu digitalisieren, in MP3's zu verwandeln, zu vervielfachen, ins Internet zu stellen und zu downloaden. Es entstehen Gesetzeslücken, an die bisher niemand gedacht hat. Dadurch öffnen sich Nischenmärkte, die sich blitzschnell füllen und eine Vielzahl an Angeboten kreieren, die fast nicht mehr kontrollierbar sind. Dies führt in Verbindung mit der zunehmenden Verbreitung von Internet-Breitbandverbindungen zu erheblichen Problemen im Bereich des Urheberrechts und hat zur Folge, dass die Musikindustrie momentan riesige finanzielle Verluste erleidet. Das Ziel der Arbeit besteht darin, die Veränderungen der Musikindustrie durch die Digitalisierung zu untersuchen, die Folgen davon aufzuzeigen und mögliche Modelle der Zukunft zu skizzieren.

*Zielgruppen:*

Diese Arbeit möchte Menschen, die direkt in der Musikindustrie oder dem grossen Umfeld der Musikindustrie arbeiten oder Musik-Konsumenten sind, als Zielgruppe erreichen.

*Kontakt:*

Therese Grasdal  
Untergütschstrasse 45  
6003 Luzern

**Grubenmann, Myriam / Marty, Peter / Moor, Janine / Mosele, Katja / Wyss, Andy:** Kulturmanagement – Ursachen und (Neben-)Wirkungen

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Die Hochschule Luzern - Design & Kunst (früher HGKL) bietet seit März 2000 den Lehrgang „Kulturmanagement Praxis“ an. In dieser Arbeit wird untersucht, was aus den Absolventen dieses Lehrgangs geworden ist, bzw. welches die Auswirkungen des professionalisierten Kulturmanagements sind. Gleichzeitig wird auch der Frage nachgegangen: Was sind die Ursachen für das Bedürfnis nach dieser Professionalisierung?

Die theoretische Recherche befasst sich mit Fragen nach geschichtlichen, gesellschaftlichen und kulturpolitischen Hintergründen und zeigt das aktuelle Weiterbildungsangebot in Kulturmanagement in der Deutschschweiz auf. Mittels Befragungen von Absolventen des HGKL-Lehrgangs sowie Kultur-Experten werden die konkreten Auswirkungen und der Stellenwert des professionellen Kulturmanagements in der Deutschschweiz evaluiert. Die Ergebnisse werden in einer Schrift veröffentlicht und eine auf der Arbeit basierende Ausstellung soll den Diskurs zum Thema stimulieren.

Die Masterarbeit gibt Aufschluss über Ursachen, Wirkungen und Nebenwirkungen des professionalisierten Kulturmanagements und zeigt die hauptsächlichen Kontroversen innerhalb des Themas auf.

*Zielgruppen:*

Ehemalige und zukünftige Absolventen des Lehrgangs „Kulturmanagement Praxis“

Verantwortliche von öffentlichen und privaten Kulturförderstellen, Kulturschaffende, Kulturmanager, Medien, Hochschule Luzern - Design & Kunst: Institutsleitung, Dozenten, Masterstudierende „Art in public sphere“

*Kontakt:*

Myriam Grubenmann  
Goldbrunnenstr. 128  
8005 Zürich  
Tel. 044 461 43 83  
Mob. 079 322 00 88  
myriam@grubenmann.com

## **Hug, Gabriela:** Kulturförderung in kleinen Schweizer Städten – ein Vergleich

### *Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Diese Arbeit zeigt auf, wie kleine Städte mit dem geringen Kulturbudget umgehen und wie sich dies auf die Kultur auswirkt.

Mit Olten (Kanton Solothurn) und Langenthal (Kanton Bern) wurden zwei Städte mit einer sehr unterschiedlichen Kulturförderung untersucht. Während die Reglemente zur Kulturförderung in beiden Städten sehr ähnlich sind, gibt es in der Umsetzung grosse Unterschiede, einerseits zwischen Olten und Langenthal, andererseits zwischen Reglement und Praxis.

Kleine Städte übernehmen einen wichtigen Anteil der Kulturförderung. Mit grossen Städten können sie sich aber nicht vergleichen, da diese sowohl pro Künstler als auch pro Einwohner mehr Geld für Kulturförderung ausgeben. Qualitätsansprüche liegen im Rahmen des Möglichen, ausserordentliche Qualität wird aber nicht anders gefördert als durchschnittliches Kulturschaffen. Aus diesem Grund bewegt sich die Kultur in den kleinen Städten auch auf einem völlig anderen Qualitätsniveau als in grossen urbanen Zentren. Die Zusammenarbeit mit der Agglomeration ist wichtig, da sie kleinen Städten, die als Zentrum funktionieren, einen Lastenausgleich bringt und dadurch die Qualität der geförderten Kultur verbessert werden kann.

Mit den gewonnenen Erkenntnissen zur Kulturförderung in kleinen Schweizer Städten werden auch Hinweise zur Verbesserung und Änderung in der Kulturförderung gegeben.

### *Zielgruppen:*

- Kulturförderer in Olten und Langenthal
- Kulturbeauftragte
- Kulturkommissionen
- Kulturschaffende in Olten bzw. Langenthal

### *Kontakt:*

Gabriela Hug  
Bernstrasse 310  
4953 Schwarzenbach  
079 751 05 65  
gabi.hug@bluemail.ch

**Imhof, Eliane:** Volkstheater für morgen: Die Finanzierung des Freilichttheaters als kulturpolitisches Problem; ein Vergleich

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Das Freilichttheater, eine Kunstform mit nicht-professionellen Darstellenden und professioneller Regie, erhält zu wenig kulturpolitische Anerkennung. Diese These bietet die Ausgangslage und wird von verschiedenen Seiten beleuchtet. Ein Fragebogen an die Veranstalter von Freilichttheatern zeigt die aktuelle Situation bezüglich Finanzierung und Subventionierung auf. Am Beispiel von drei ausgewählten Gemeinden und Kantonen sowie der Pro Helvetia werden in einer Internetrecherche die gesetzlichen Vorgaben bezüglich der Unterstützung des Volkstheaters untersucht. Die Umsetzungspraxis, kulturellen Ziele und Möglichkeiten einer kulturpolitischen Anerkennung sind die Themen der Interviews mit den Kulturverantwortlichen aller politischen Ebenen.

Die Arbeit soll einen Austausch zwischen Veranstaltern und Kulturverantwortlichen ins Rollen bringen, mit dem Ziel einer kulturpolitischen Anerkennung dieser Kunstform.

*Zielgruppen:*

Veranstalter von Freilichttheatern, Kulturverantwortliche aller politischen Ebenen und Interessierte.

*Kontakt:*

Eliane Imhof  
Eggimannstrasse 19  
3008 Bern  
e\_imhof@bluemail.ch

*Zur Person:*

Die Verfasserin ist seit sieben Jahren in verschiedenen Bereichen im Theater tätig - Regieassistentin, Technik, Requisite, Produktionsleitung – und arbeitet zur Zeit als Produktionsleiterin beim Landschaftstheater Ballenberg

**Malogajski, Andrej:** Schweizer Openairs und ihr Umfeld im Wandel.  
Ein Blick in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Seit der Entstehung der ersten Musikopenairs in den 70er Jahren hat sich an den Openairs einiges geändert. Bern, Nyon oder St. Gallen sind nicht mehr die einzigen Festivalaustragungsorte in der Schweiz - unterdessen gibt es deren Dutzende. Der Konkurrenzkampf ist enorm geworden. Durch das Greenfield-Festival in Interlaken hat eine grosse ausländische Eventagentur den Sprung in die Schweiz geschafft, was andere Veranstalter zu neuen Ideen und Massnahmen zwingt.

Das Ziel meiner Arbeit ist es, die Veränderungen im Festivalgeschäft der Schweiz darzustellen und eine Prognose für die kommenden Jahre zu wagen. Dabei untersuche ich das finanzielle und organisatorische Umfeld des Gurtenfestivals anhand folgender Aspekte: Festival- und Konzertmarkt, Zielgruppen, Gagenmarkt, Sponsoring, Finanzierung sowie Zusammenarbeit und Konkurrenz vor 10 Jahren, in der heutigen Zeit und in 5 Jahren. Mit der Analyse möchte ich aufzeigen, in welche Richtung die Entwicklung des Livemusikgeschäftes, insbesondere diejenige der Openairs, in Zukunft geht, und worauf man sich gefasst machen muss.

*Zielgruppen:*

Openair-Interessierte, Tätige in der Musikindustrie wie Veranstalter, Agenten, Manager und Musiker.

*Kontakt:*

Andrej Malogajski  
Pappelweg 45  
3013 Bern  
a.malogajski@fred-lee-john.ch

Der Verfasser ist Konzert-Veranstalter bei der Agentur fred.lee.john, Bern, Booker diverser Bands, Artist Management Prosaik, Mediensprecher Bärn Jam, Sponsoring Verantwortlicher

**Marty, Peter / Grubenmann, Myriam / Moor, Janine / Mosele, Katja / Wyss, Andy:** Kulturmanagement – Ursachen und (Neben-)Wirkungen

siehe unter: **Grubenmann, Myriam**

## **Meyer, Alexa:** KulturLegi - Ein Projekt zur sozialen Integration von armutsbetroffenen Personen

### *Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Die KulturLegi ist ein Projekt von unterschiedlichen Regionalstellen der Caritas. Das Projekt soll armutsbetroffenen Personen und sozial Benachteiligten die Möglichkeit geben, trotz finanzieller Notlage am gesellschaftlichen und kulturellen Leben teilzunehmen. Armutsbetroffene Personen sind von Isolation und gesellschaftlicher Ausgrenzung bedroht. Das Projekt KulturLegi will diesen Ausgrenzungsprozess auffangen und die betroffenen Personen wieder sozial eingliedern. Das Projekt KulturLegi setzt bei der sozialen Integration an und besteht bereits in mehreren Städten bzw. Kantonen: Kanton Zürich, Stadt Bern, Stadt Thun, Stadt Chur, Kanton Luzern. Mit einem KulturLegi-Ausweis, einer Freizeit- und Rabattkarte, können Angebote aus den Bereichen Kultur, Sport, Freizeit, Bildung und Gesundheit vergünstigt genutzt werden. Ziel dieser Masterarbeit ist, die Entstehungsgeschichte sowie die Idee der KulturLegi aufzuzeigen. Nachfolgende Fragen liegen der Arbeit zugrunde:

- Kann durch ein Projekt wie die KulturLegi eine soziale Integration in die Gesellschaft gefördert werden?
- Wird die KulturLegi den Bedürfnissen der NutzerInnen gerecht?
- Ist die KulturLegi ein Luxusgut für Armutsbetroffene?

### *Kontakt:*

Alexa Meyer, Aemtlerstrasse 48, 8003 Zürich, [camellady@gmx.net](mailto:camellady@gmx.net)

### *Zur Verfasserin:*

Die Verfasserin, Alexa Meyer, geboren am 7. November 1980, wurde als Kulturveranstalterin in Luzern im Frühling 2007 von der Projektleitung der KulturLegi Luzern angefragt, ob KulturLegi-NutzerInnen ein vergünstigtes Angebot gemacht werden könnte. Dies war der Anstoss, sich näher mit dem Projekt KulturLegi zu befassen.

**Meyer, Colette und Probst, Marc:** Musik fängt im Menschen an.  
Warum musikalische Früherziehung im Vorschulalter als Pilotprojekt in Boswil eine Notwendigkeit für den Kanton Aargau ist.

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Das Künstlerhaus Boswil als Ort der Musik im Aargau ist geradezu prädestiniert dazu, ein Pilotprojekt für musikalische Früherziehung zu lancieren. Dass Musik einen durchaus positiven Einfluss auf Kinder und deren Entwicklung hat, zeigt eindrücklich Hans Günter Bastians Langzeitstudie auf. Seine Ergebnisse belegen, dass damit Intelligenz, soziales Verhalten, Kreativität, Selbständigkeit und Konzentrationsfähigkeit positiv beeinflusst werden. Je früher Kinder mit Musik in Berührung kommen, umso besser. Der Traum „Jedem Kind ein Instrument“ könnte im Aargau mit der Verwirklichung dieses Pilotprojekts ein Stück näher rücken.

*Kontakte:*

Marc Probst  
Pilatusweg 15  
5036 Oberentfelden  
ist Inhaber der Firma smARTEc Veranstaltungstechnik in Aarau [www.smartec.li](http://www.smartec.li)

Colette Meyer  
Lindenbergstrasse 4  
5630 Muri  
arbeitet beim Künstlerhaus Boswil [www.kuenstlerhausboswil.ch](http://www.kuenstlerhausboswil.ch), veranstaltet das Openair Frischluftkultur in Muri [www.frischlufkultur.ch](http://www.frischlufkultur.ch)

**Moor, Janine / Grubenmann, Myriam / Marty, Peter / Mosele, Katja / Wyss, Andy:** Kulturmanagement – Ursachen und (Neben-)Wirkungen

siehe unter: **Grubenmann, Myriam**

**Mosele, Katja / Grubenmann, Myriam / Marty, Peter / Moor, Janine / Wyss, Andy:** Kulturmanagement – Ursachen und (Neben-)Wirkungen

siehe unter: **Grubenmann, Myriam**

**Naegele, Verena und Tuor, Jovita:** Musikalische Bildung und ihre Transfereffekte. Ein Beitrag zur finanzpolitischen Kontroverse im Strukturwandel der Musikschulen im Kanton Luzern.

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung*

Die musikalische Bildung ist stark in Bewegung geraten. Gehirnforschung und empirische Untersuchungen zum Musikunterricht haben bewiesen, welche grosse Bedeutung dem Musikmachen in einer ganzheitlichen Bildung zukommt. Die vorliegende Arbeit fasst diese Resultate erstmals zusammen und setzt sie in Beziehung zum aktuellen politischen Diskurs im Kanton Luzern. Dort wurden 2005 die finanziellen Beiträge des Kantons an die Musikschulen gestrichen. Mit Hilfe von Fragebogen wird nachgewiesen, dass es beim Musikbildungsbereich im Kanton Luzern Strukturprobleme gibt, die längerfristig der Bedeutung musikalischer Bildung nicht gerecht werden. Die Untersuchung möchte aufzeigen, dass es Verbesserungen in verschiedenen Bereichen braucht, um eine Kontinuität in der Musikausbildung zu garantieren und damit den Jugendlichen auch in den anderen Bildungsfächern bessere Chancen zu bieten.

*Zielgruppen:*

- Politiker
- Politische Behörden des Kantons Luzern (Gemeinden, Stadt und Kanton)
- Musikausbildungsstätten

*Kontakte:*

1.1. *Dr. Verena Naegele*  
Rainstr. 12b  
5022 Rombach  
E-mail: artes@vtxmail.ch

Jovita Tuor  
Sonnmatt 13  
6204 Sempach  
E-mail: ms.sempach@bluewin.ch

**Probst, Marc und Meyer, Colette:** Musik fängt im Menschen an.  
Warum musikalische Früherziehung im Vorschulalter als Pilotprojekt in Boswil  
eine Notwendigkeit für den Kanton Aargau ist.

siehe unter: **Meyer, Colette**

**Steiner-Bernegger, Käthi:** Textiles Kunsthandwerk/Textildesign – Textile Kunst:

Textilgeschichte im Hinblick auf die Rolle der Frau - Textiles Kunsthandwerk / Textildesign - Textile Kunst

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Abriss der Textilgeschichte im Hinblick auf die Rolle der Frau. These der Mindereinschätzung des textilen Kunsthandwerks und der textilen Kunst Grund: Traditionell weibliche Tätigkeiten werden noch immer geringer bewertet als männliche.

Prognose: Schrittchenweise Aufwertung des textilen Kunsthandwerks und der textilen Kunst; ein Grund: Junge Frauen haben das technische Wissen und Können, das heute in der textilen Branche unabdingbar ist, in ihrer Ausbildung erworben und sind den Männern auch in dieser Beziehung ebenbürtig.

Aufzeigen anhand einiger Beispiele, was und wie heute auf textilem Gebiet gestaltet und kreiert wird: Information – Interesse wecken.

Zielgruppen sind textilinteressierte Kreise.

*Kontakt, Stichworte zur Verfasserin:*

Begabung auch zum textilen Gestalten und Kreieren war vorhanden und wurde im Werkseminar der Kunstgewerbeschule Zürich gefördert.

Gewollte Frühpensionierung nach 30-jähriger Leitung der Heilpädagogischen Schule Frutigen, da der Wunsch zur Weiterbildung vorhanden war.

Beitritt zur Kulturgutstiftung Frutigen, mein Ressort: Wiederherstellung alter Gewebe, insbesondere des Frutigttuches.

Beginn einer modularen Webausbildung, Besuch des A Kurses

Kulturmanagement Praxis in Luzern, Eröffnung eines Webateliers in Frutigen in Theorie (Businessplan) und Praxis, Besuch des Nachdiplomstudiums und Modulen der Webausbildung (alternierend).

Abschluss beider Ausbildungen voraussichtlich im Januar und Sept. 2008

e-mail-Adresse: steiner-kaethi@bluewin.ch

**Stickel, Matthias und Wasem, Eva: Wie der Dokfilm sein Publikum findet.  
Marketingstrategien von Schweizer Dokumentarfilmen**

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Grosse Publikumserfolge sind bei Schweizer Kinofilmen die Ausnahme. Besonders schwer haben es Dokumentarfilme, da sie sich an ein Nischenpublikum wenden. Dies stellt besondere Anforderungen an das Marketing der Filme. In unserer Arbeit umreissen wir die Situation des Dokumentarfilmschaffens in der Schweiz und zeigen die verschiedenen Marketingphasen im Entstehungsprozess eines Dokumentarfilms auf. Anhand von zahlreichen Interviews, konkreten Fallbeispielen, Studien und Fachliteratur diskutieren wir, welche Faktoren für den Publikumserfolg ausschlaggebend sein könnten. Dabei fliessen Betrachtungen zu den neuesten technologischen Entwicklungen und zukünftige Chancen für das Dokumentarfilm-Marketing mit ein.

*Zielgruppen:*

Verleiher, Produzenten und Dokumentarfilmemacher, die ihre Filme selbst vertreiben, Institutionen, die sich um die Promotion des Schweizer Films kümmern, wie Swiss Films

*Kontakte:*

Eva Wasem hat Ethnologie und Filmwissenschaft studiert und arbeitet als Mitarbeiterin Marketing/Kommunikation bei der Interkantonalen Hochschule für Heilpädagogik Zürich.

Eva Wasem, Zwinglistrasse 30, 8004 Zürich, 079 766 80 84,  
eva.wasem@gmx.ch

Matthias Stickel hat Ethnologie, Germanistik und Medienwissenschaften studiert und arbeitet als Multimedia-Projektleiter beim Schweizer Fernsehen.

Matthias Stickel, Josefstrasse 119, 8005 Zürich, 076 459 59 04,  
matthias.stickel@ana.ch

**Tuor, Jovita und Naegele, Verena:** Musikalische Bildung und ihre Transfereffekte. Ein Beitrag zur finanzpolitischen Kontroverse im Strukturwandel der Musikschulen im Kanton Luzern.

siehe unter: **Naegele, Verena**

## **Uster, Rahel:** Kunstprofile von Parlamentariern als Grundlagen der Kulturpolitik?

### *Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Seit der Hirschhorn-Debatte begannen Parlamentarier, Aussagen zur Kulturpolitik und zur Kunst zu machen. Diese Arbeit befasst sich mit den Anschauungen von Kunst und Kreativität von Parlamentariern und versteht diese als Kern der Vorstellungen von „Kultur“ im weiten Sinne. Die Arbeit will ein „Kunst-Profil“ für die Entscheidungsträger, die massgebend und repräsentativ für die Kulturpolitik ihrer Partei sind, erstellen und stellt sie in einen Zusammenhang mit den jeweiligen kulturpolitischen Positionen. Die Hypothese ist, dass diese Kunstprofile die Grundlage der Kulturpolitik der jeweiligen Entscheidungsträger und ihrer Parteien sind, d.h. dass Kunstprofil und Kulturpolitik eng miteinander verwoben sind.

Ausgehend von theoretischen, kulturwissenschaftlichen Ansätzen wurden in Gesprächen mit Parlamentariern der fünf grossen Parteien SP, SVP, CVP, Grüne und FDP Fragen gestellt - daraus wurden typische Kunstprofile gewonnen.

Die Profile sollen Politikern, Kulturschaffenden und Kulturinteressierten ermöglichen, die Motive kulturpolitischer Entscheide, Veränderungen der Kulturpolitik besser nachvollziehen und Potential für Zusammenarbeit erkennen zu können.

Zielsetzung: Erstellung von Kunstprofilen von Parlamentariern, die Motive der kulturpolitischen Entscheide verstehbar machen.

### *Zielgruppen:*

Politiker, Kulturschaffende

### *Kontakt:*

Rahel Uster, Ämtlerstrasse 73, 8003 Zürich, rahelu@hotmail.com  
MA Kulturwissenschaften

**Vrba, Kaja Karel:** Kultursponsoring im Bereich des Sprechtheaters in Zürich  
Eine Situationsanalyse

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Es scheint unerlässlich, auf das Zusammenspiel zwischen Förderung der öffentlichen Hand und dem Engagement der Privatwirtschaft im Kultursektor einzugehen. Die Subventionen als Grundversorgung garantieren die Vielfalt des Angebots und stellen für Private eine Sicherheit ihrer Investitionen dar. Wenn es sich nicht um rein kommerzielle Anlässe handelt, sind beide – Staat und Wirtschaft – aufeinander angewiesen.

Das Ziel dieser Studie ist es, die Bedürfnisse und Ansichten der Sponsoring-Geber durch Recherche und der Sponsoring-Nehmer mittels einer Umfrage genauer zu erfragen, zu hinterfragen, mit dem Status quo zu vergleichen und damit möglicherweise die Basis für neue Sponsoring-Strategien des Sprechtheaters zu schaffen.

Bei der Umfrage sollen insbesondere die für das Theater wichtigen Imagefaktoren Dienstleistungsqualität und Produktqualität beleuchtet werden. Gleichzeitig könnte ersichtlich werden, in welchem Mass die Imagepflege der Sprechtheater wirksam ist oder ob sie überdacht werden soll. Die Untersuchung richtet sich an Kulturschaffende, Firmen und die Zürcher Theater.

*Kontakt:*

Kaja Karel Vrba, Postfach 2997, 8022 Zürich

*Der Verfasser*

arbeitete jahrelang als Schauspieler, Regieassistent, Regisseur, Produzent und Kulturmanager an Stadt- und Staatstheatern sowie in der Freien Szene in der EU und der Schweiz.

**Walter, Annalies:** Downtown Zürich.

Boomende Wirtschaft – Zürcher Kunstschaffende im Überlebenskampf?

*Kurzbeschreibung:*

In jüngster Zeit berichten die Medien immer wieder von einem neuen Galerienboom in der Stadt Zürich. Richtiger wäre, von einem *Kunsthandelsboom* zu sprechen. Zu beobachten ist eine grosse Marktveränderung in der Zürcher Galerien- und Kunstmarktszene, die immer stärker von einem Investment- und Renditedenken geprägt ist. Sowohl der Galerist, der das regionale Kunstschaffen fördert, als auch der treue Sammler, der auf idealistische Weise Kunst sammelt, scheinen langsam zu verschwinden. Gegenläufig dazu entwickelt sich jedoch die Zahl der KünstlerInnen. Heute gibt es sehr viel mehr Kunstschaffende als noch vor 40 Jahren. Diese müssen teils hart um ihre Existenzsicherung kämpfen. Denn erfolgreich ist fast nur noch, was auf den globalen Marktplätzen der Kunst gehandelt wird.

*These:*

Die ökonomische Prosperität im Stadtraum Zürich hat sich auf die hier aktive Künstlerschaft – von einigen Ausnahmen abgesehen – nicht entsprechend oder sogar negativ ausgewirkt.

*Ziel der Untersuchung:*

Es stellt sich für mich die Frage, inwieweit sich die prosperierende Wirtschaft und der Boom auf dem Kunstmarkt positiv oder negativ auf die Existenz der Zürcher Kunstschaffenden auswirken.

*Zielgruppen:*

Zürcher Kunstschaffende, Kunstvermittler und Käufer

*Kontakt:*

Annalies Walter  
Weineggstrasse 48  
8008 Zürich

*Zur Verfasserin:*

Geschäftsleitung visarte zürich  
Galerieleitung in Klosters  
Eigene Firma im Bereich Aqua Fit

**Wasem, Eva und Stickel, Matthias:** Wie der Dokfilm sein Publikum findet.  
Marketingstrategien von Schweizer Dokumentarfilmen

siehe unter: **Stickel, Matthias**

**Weiss, Esther und Draeyer, Barbara:** Können Fremdsprachige im Bücherland Schweiz das lesen, was sie wollen?  
Der Zugang zum Buch und zum Lesen als kritischer Erfolgsfaktor für eine erfolgreiche Integration von zugewanderten Menschen aus fremden Kulturen.  
(Eine Studie)

siehe unter: **Draeyer, Barbara**

**Wyss, Andi / Grubenmann, Myriam / Marty, Peter / Moor, Janine / Mosele, Katja:** Kulturmanagement – Ursachen und (Neben-)Wirkungen

siehe unter: **Grubenmann, Myriam**

**Zihlmann, Rita:** Die öffentliche Führung, eine Form der Kunstvermittlung.  
Welche Bedeutung hat sie heute?

*Kurzbeschreibung und Zielsetzung:*

Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln sind die vier klassischen Hauptaufgaben von Museen. Durch gesellschaftliche Veränderungen, insbesondere mit der Demokratisierung des Kultur- und Bildungswesens, fokussierte das Museumswesen immer mehr auf die Vermittlungsaufgaben. Um alle Bevölkerungsschichten anzusprechen, setzte man deshalb vermehrt auf den vierten klassischen Aufgabenbereich, die Vermittlung. Seit Beginn der 1990er-Jahre situiert sich die Vermittlungsarbeit neu, heute ist sie ein wichtiger Bestandteil der musealen Tätigkeiten und ihrer Marketingstrategien.

Obwohl die personale Vermittlungsarbeit bedeutsam ist und die meisten Schweizer Museen Führungen anbieten, gibt es erstaunlicherweise kaum Erhebungen, die Daten über deren Charakter, Umfang und Wirkung liefern.

Für die Diplomarbeit führte ich während einer bestimmten Zeitspanne eine Befragung der öffentlichen Führung in einem Kunstmuseum durch. Befragt wurden Museumsführer/innen und Besucher/innen über Profile, Motivationen, Inhalte und Ziele, Vorbereitung und Methoden, Erwartungen und Wünsche und über ihre Meinungen zu Führungen durch Audioguides.

Die Auswertung hat ergeben, dass Besucher/innen Führungen mit Museumsführer/innen bevorzugen, weil hier die Möglichkeit zum Dialog besteht. Die öffentlichen Führungen leisten einen Beitrag zur Förderung des Kunstverständnisses und zur Vertiefung des Kunsterlebnisses.

*Zielgruppen:*

Die Erkenntnisse aus der Auswertung der beiden Befragungen sollen für Kulturinteressierte ganz allgemein genutzt werden können, sie richten sich aber speziell an Verantwortliche von Führungen, an Kunstvermittler/innen und Mitarbeiter/innen von Museen.

*Kontakt:*

Rita Zihlmann  
Sempacherstrasse 24  
6003 Luzern  
rizihlmann@bluewin.ch