

Diplomarbeiten Klasse C/2, Winter 2004/05

Kurzsignalelemente zu den Diplomarbeiten des NDS Kulturmanagement Praxis, Klasse C/2, Winter 2004/05

Christen, Albrecht und Lötscher, Pirmin Likar:

Eigenbrötlerkultur. Braucht Nidwalden eine kantonale Koordinations- & Kommunikationsstelle?

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Die Arbeit analysiert den Ist-Zustand der Koordination und Kommunikation von Veranstaltungen im Kulturraum Nidwalden. Weiter wird der Bedarf einer kantonalen Koordinations- und Kommunikationsstelle geklärt. Mittels Interviews mit Veranstaltern und den zuständigen Behörden sowie einer Befragung bei Veranstaltern, Kommissionen und Kulturkonsumenten werden Bedürfnisse erfasst und der Nutzen bereits bestehender Kommunikationsmöglichkeiten eruiert.

Aufgrund der Ergebnisse der Analyse und der Umfrage sowie in Anlehnung an das Konzept der IG Kultur Luzern, haben wir ein Grobkonzept für die Möglichkeit einer IG Kultur Nidwalden erstellt.

Zielgruppen

- Kulturschaffende
- Kulturveranstalter
- Kulturkonsumenten
- Amt für Kultur Nidwalden

Kontakt

Pirmin Likar Lötscher
Glaserweg 5
6052 Hergiswil
p.loetscher@pool-ee.ch

Albrecht Christen
Idyllweg 16
6052 Hergiswil
a.christen@pool-ee.ch

Banz, Sushma Patricia

Weil es nichts zu sehen gibt oder vom Zusammenspiel in der Kunstvermittlung.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Im aktuellen Kunstbegriff haben sich die Kriterien für Kunst vom Objektiven, Werk bezogenen ins Subjektive verlagert. Dabei geht es beim Betrachten von Kunst weniger um das Werk, als um das Erlebnis bzw. das Empfinden des Betrachters. Diese These fordert von ihm, vom Rezipienten, Eigenverantwortung. Der mündige Betrachter wiederum verlangt nach einer offenen, Prozess orientierten Kunstvermittlung. Anhand von Fallstudien untersuchte ich Fragen zur aktuellen Kunstvermittlung: Was sagt der Presstext auf der sprachlichen Ebene aus, ist es reine Information zu einem Sachverhalt oder vermittelt er die Lust, das Kunstwerk selbst zu erleben? Wie ist der Rundgang gestaltet: autoritär und somit dem Rezipienten eine Interpretation aufzwingend, beschreibend, oder lässt er dem Betrachter Raum zur eigenen Bedeutungsgebung? Können Kunstvermittler auf prozessuale Offenheit sensibilisiert werden? Wenn Kunst im Betrachter entsteht, wird Kunstvermittlung überflüssig? Die Fallbeispiele sind einerseits die Wolke "Blur" der New Yorker Architekten Elisabeth Diller und Ricardo Scofidio an der Expo.02, 2002 und andererseits die Ausstellung

"Plausible Deniability" im migros museum, 2004 von Gianni Motti. Die zwei Ausstellungen werden anhand der Kommunikationsmittel Preetext und Rundgang untersucht. Zielsetzung dieser Auseinandersetzung ist ein geschärftes Wahrnehmen für zeitgemässes, souveränes Kunstvermitteln. PR-Massnahmen wie Einladungskarte konzipieren oder die Homepage updaten und Preetexte schreiben sind alltägliche Arbeiten von Kunstvermittlern. Gerade weil es so selbstverständliche und sich wiederholende Aufgaben sind, und wenig Zeit für Reflexion bleibt, habe ich sie untersucht; spezifisch auf die Beziehung zwischen Werk, Betrachter, Künstler und Vermittler.

Zielgruppen

Kunstvermittler, die sich in irgendeiner Form mit Ausstellungen zeitgenössischer Künstler beschäftigen (unter anderen Galeristen, Kuratoren, Künstlerbetreuer, Kulturmanager).

Kontakt

Sushma Patricia Banz
Motorenstrasse 25
8005 Zürich
sushma@bluewin.ch

Häselbarth Stolz, Silvia

Wie kommt der Schweizer Kinofilm zu einem breiteren Publikum? Erkundungen auf dem Deutschschweizer Markt

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Wie oder was muss ein Schweizer Kinofilm erfüllen, dass er mehr Besucher anzieht, ins Kino holt. Was möchte der einheimische Kinogänger sehen? Eine Übersicht des Schweizer Kinofilmmarkts.

Die Arbeit soll den momentanen Erfolg des Schweizer Kinofilms analysieren und mithelfen, diesen aufrecht zu erhalten.

Zielgruppen

- Verleiher
- Produzenten
- Regisseure
- Drehbuchautoren

Kontakt

Silvia Häselbarth
Luegetenstrasse 21
6004 Luzern
silvia.haeselbarth@gmx.ch

Hofstetter, Ernst

Freiwilligenarbeit als Businessstool in Kleinkulturbetrieben

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Die Arbeit hat sich zum Ziel gesetzt, dem kulturellen Schaffen von Kleinkulturbetrieben zuzuschauen und herauszuschälen, welche Businessstools unter engen personellen und materiellen Bedingungen zur Anwendung gelangen. Die ganze Arbeit stützt sich auf eine Focusgruppenuntersuchung unter Kulturarbeitern verschiedener Prägung und Provenienz. Die Aussagen der Teilnehmer sind keine repräsentativen Ergebnisse, zeigen aber mögliche Verhaltensmuster und Erklärungen auf. Demnach muss eindeutig zwischen anspruchsvollem Kulturbetrieb und Mainstream unterschieden werden. Letzterer wird als Ausgleich zum Alltag gesehen und dient häufig der Entspannung und im Kulturmanagement der Äufnung von Geld. Hier werden auch mehrfach Kulturorte und

Räume wiederholt besucht. Zu erwähnen wäre die Abneigung, genau zu definieren, was unter "anspruchsvoll" zu verstehen sei. Selbstaussbeuten will man sich nicht, jedoch wird gleichzeitig die Wichtigkeit der freiwilligen Gratisarbeit hervorgehoben. Ob man sich der Selbstaussbeutung aktiv bewusst ist, muss bezweifelt werden, da insbesondere für die Legitimierung der Arbeit das Motiv "Herzblut" im Vordergrund steht.

Dass Kulturprojekte Kunstgenuss, Abwechslung und Entspannung fördern und zum Humus der Kulturschaffenden werden, wird als gewollter Effekt des kulturellen Arbeitens verstanden.

Die staatliche Subventionierung wird als Anerkennung des Dranbleibens empfunden, und der subsidiäre Charakter wird erkannt. Z.T. werden "schlanke Strukturen" den Verpflichtungen gegenüber Sponsoren vorgezogen.

Kreativität von Kulturmanagern und Kreativität von Künstlern muss differenziert angesehen werden.

Als problematisch für eine Realisierung von Raumpartnerschaften erweisen sich Räume ohne stimmige Atmosphäre. Der Wunsch nach Individualität im Kulturkonsum ist latent vorhanden, wird aber so nur bedingt thematisiert. Wünsche des Publikums sind Wünsche von Raumpartnern. Aktive Beteiligung und Verpflichtung von Publikum wird einzeln erwähnt. Interaktion zwischen dem Raum des Geschehens und den Raumbenutzern ist unbestritten und wird als wichtig erachtet.

Angesichts von sehr unterschiedlichen Orten, die aufgrund individueller Biographien regelmässig aufgesucht werden, gibt es im weiten Kulturbereich offensichtlich Schwierigkeiten für Bündelungen oder Institutionalisierungen. Hierfür spricht auch, dass die individuellen Kulturziele, die wiederholt aufgesucht wurden, keinen gemeinsamen räumlichen Schwerpunkt aufwiesen.

Das allgegenwärtige Bedürfnis, immer wieder die finanzielle Lage und die Knappheit der Geldmittel anzusprechen, lässt eine einheitliche Bündelung der Hinweise auf Marketingprobleme zu.

Zielgruppen

Die Arbeit richtet sich an Kleinkulturschaffende und kleine Kulturschaffende, herzblutende Freiwilligenarbeiter.

Kontakt

Ernst Hofstetter
KulaK - Jazz
Mutschellenstr. 18
5454 Bellikon

Klotz, Lorenz

Herzblut und Businessstools oder: Gehört Selbstaussbeutung zum Handwerk? 15 Jahre Langsamkeit und Freiwilligenarbeit!

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

"Freiräume fallen nicht vom Himmel!" Was braucht es, um einen Ort zu schaffen, der als Freiraum bezeichnet werden kann und als solcher auch genutzt wird?

Es geht darum, an einem konkreten Beispiel aufzuzeigen, was es heisst, ein nicht kommerzielles Kulturprojekt zu initiieren, aufzubauen und weiterzuentwickeln.

Mittels Sinus-Milieus wurden die Diskutierenden einer Fokusgruppendifkussion ermittelt. Die Sinus-Milieus sind geeignet, die Märkte und vor allem die Konsumentenprofile zu erfassen und Instrumente zu finden, marktgerecht zu handeln.

Mit der Fokusgruppendifkussion werden Stichworte wie "kulturelle Freiheit und Wirtschaft", "Professionalisierung und Markt", "Herzblut und Marketing", "Professionalisierung und Markt", "Freiräume und Raumpartnerschaft", aber auch "Sponsoring und Förderung" untersucht.

Welche Erfahrungen und Erkenntnisse können durch die Resultate der Fokusgruppe analysiert und interpretiert werden? Welche Antworten erhalten wir, und welche Strategien können daraus - auch für andere Orte - abgeleitet werden?

Die Antworten sollen Aufschluss geben - auf einer subjektiv empirischen Sichtweise - über die in einem erweiterten Sinne gesehene Dualität zwischen Marktwirtschaft und kultureller Freiheit, aber auch über die Beschaffenheit eines Freiraumes und dessen "Humus", damit die "Kulturpflanzen" gedeihen. Die Langsamkeit ist als Bestandteil dieses Humus zu verstehen. Sie soll und darf aber nicht überbewertet werden. Weil es weitere wichtige Werte, wie z.B. die Freiwilligkeit, die Langatmigkeit, das Herzblut, das Sendungsbewusstsein und auch die Selbstaussbeutung gibt.

Kontakt

Lorenz Klotz

lorenz.klotz@chateau-des.com

Lötscher, Pirmin Likar und Christen, Albrecht

Eigenbrötlerkultur. Braucht Nidwalden eine kantonale Koordinations- &

Kommunikationsstelle?

siehe unter: [Christen, Albrecht](#)

Reusser, Marianne

Kunst kommt von Können - Erfolg auch. Welche Faktoren tragen zum Erfolg Bildender Künstlerinnen und Künstler bei?

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Erfolgreiche bildende Künstler und Künstlerinnen schaffen es, auf sich aufmerksam zu machen und Anerkennung zu erhalten, wo andere vergebens darauf hoffen, dass ihre künstlerischen Qualitäten wahrgenommen werden. Woran liegt es?

Die vorliegende Arbeit geht von einer These des ehemaligen Direktors der Tate Gallery in London, Alan Bowness, aus. Er stellte fest, dass Künstlererfolg einem klar definierten und regulären Weg folgt, dem nichts Zufälliges anhaftet. In der Arbeit wird ergänzend zu dieser These die Frage gestellt, was erfolgreiche Künstlerinnen und Künstler ihrerseits dazu beitragen, um Aufmerksamkeit im Kunstgeschehen und in der Öffentlichkeit zu erhalten und ob Erfolg auch mit richtig eingesetztem Marketing zusammenhängt.

Im theoretischen Teil der Arbeit wird der Unterschied zwischen kommerziell orientiertem Marketing und Kulturmarketing dargestellt und die Anwendung von Marketinginstrumenten im kommerziellen und im kulturellen Bereich verglichen, um daraus Anhaltspunkte einer bedarfsgerechten Anwendung für Bildende Künstlerinnen und Künstler herzuleiten. In einem empirischen Teil werden die zuvor geführten Interviews mit Bildenden Künstlerinnen und Künstlern ausgewertet. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse werden mit Bowness' These verglichen. Weiter wird Aufschluss darüber gegeben, ob Künstlererfolg auch im Zusammenhang mit richtig eingesetztem Marketing steht, und wo Kunstschaaffende selbst aktiv etwas dazu beitragen können.

Zielgruppen

Bildende Künstlerinnen und Künstler und Verantwortliche von Kunstschulen

Kontakt

Marianne Reusser

Ländestrasse 27a

5210 Windisch

reusser@bluemail.ch

Brigitte Salvisberg

Kirche zwischen Kulturnähe und Kulturdistanz. Eine vergleichende Analyse zum Verhältnis von Kirche und Kultur heute

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Der erste Teil der Arbeit gibt einen groben geschichtlichen Überblick, der die Entwicklung in der Beziehung zwischen christlicher Kirche und Kultur vom Mittelalter bis ins 20. Jahrhundert aufzeigt. Daran anknüpfend geht der zweite Teil der Arbeit auf die Situation in der Gegenwart ein und zeigt anhand von ausgewählten Beispielen Möglichkeiten auf, wie eine engagierte kirchliche Kulturarbeit in der heutigen Praxis aussehen kann. Wo zeigen sich Chancen und wo Grenzen? Dabei wird die Sicht der kirchlichen Mitarbeiter, aber auch jene von Kulturschaffenden miteinbezogen. Besonders wird auch auf mögliche Schnittstellen und Spannungsfelder eingegangen, die sich bei der Zusammenarbeit von Kirche und Kultur aufzeigen. Der Schlussteil fasst die Erkenntnisse zusammen und entwickelt Perspektiven, Anregungen und Begründungen für eine initiative und innovative kirchliche Kulturarbeit.

Ziel der Arbeit ist, Kirchen zu einem bewussteren Kulturengagement zu ermutigen, Wege der Zusammenarbeit von Kirche und Kultur aufzuzeigen, welche den Kirchgemeinden vielleicht als Grundlagen zur Entwicklung eines möglichen Konzeptes ihrer Kulturarbeit dienen könnten.

Zielgruppen

- Vertreter und Behörden von Kirchgemeinden / Pfarreien
- Kirchliche Mitarbeiter
- Kulturschaffende, die sich im kirchlichen Umfeld betätigen oder sich für eine Zusammenarbeit mit der Kirche interessieren

Kontakt

Brigitte Salvisberg
gribouille@dplanet.ch

Schaub, Rosmarie

Management kontra Kreativität? - Eine Untersuchung des Kulturwandels der jobtv medienwerkstatt

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Bearbeitet werden die Gesetzmässigkeiten von Kulturveränderungen in Organisationen. Wie kommen sie zustande, wie können sie beeinflusst werden, und welche Auswirkungen können sie haben? Die Arbeit ist in zwei Teile gegliedert: Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen zu den Themen Unternehmenskultur, Produkte und Qualitätsmanagement erarbeitet, um dann im zweiten Teil die aktuelle Situation von jobtv mit Hilfe dieser theoretischen Modelle einer kritischen Analyse zu unterziehen. Die jobtv medienwerkstatt ist ein Beschäftigungsprogramm für Stellenlose und positioniert sich an der Schnittstelle zwischen dem Kultur- und Sozialbereich. In Zusammenarbeit mit den Programm-TeilnehmerInnen werden "kulturelle Produkte", wie z.B. Videofilme und Drucksachen erstellt oder Kulturveranstaltungen durchgeführt. Die Verschlechterung der Wirtschaftslage sowie der Rückzug des Pioniers haben bei jobtv eine Kulturveränderung ausgelöst.

In der Arbeit wird der Wandel von der Pionierphase in die Differenzierungsphase beleuchtet und der Frage nach Auswirkungen auf die aktuelle Kulturproduktion nachgegangen. Anhand der Ist-Analyse und der Definition des Soll-Zustandes wird ein Massnahmenkatalog ausgearbeitet und die Einführung eines Qualitätsmanagement-Systems vorbereitet.

Zielgruppen

MitarbeiterInnen der jobtv medienwerkstatt, deren Leistungsfinanzierer (Amt für Wirtschaft und Arbeit) sowie Interessierte aus dem Sozial- und Kulturbereich.

Kontakt

Rosmarie Schaub
jobtv medienwerkstatt
Baslerstrasse 30

8048 Zürich
schaub@jobtv.ch

Schlumpf, Manuela

Der Kult des Kurators. Ein Positionierungsversuch des Kurators im gegenwärtigen Kunstbetrieb

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Gegenstand der Arbeit ist die Analyse der Position des Kurators im gegenwärtigen Kunstsystem und des erreichten Kultstatus der Kuratoren.

Die Rolle der Kuratoren wird seit einigen Jahren zunehmend diskutiert. Man beurteilt Kuratoren mittlerweile häufig ähnlich wie Regisseure als Interpreten der Kunst. So wird bei Ausstellungen zum Teil mehr über die Arbeit des Kurators als über einzelne Exponate berichtet.

Diese Arbeit erforscht, warum der Beruf des Kurators, der schon seit über 200 Jahren existiert und ursprünglich mit Konservator bezeichnet wurde, eine solche Entwicklung erfährt, und warum der Kurator immer mehr zum Star erhoben wird.

Zielgruppen

- Kunstvermittler
- Kuratoren
- Künstler
- allg. Kulturschaffende und Kulturinteressierte

Kontakt

Manuela Schlumpf
manuelaschlumpf@hotmail.com

von Erlach, Christian

Erfahrungen mit der Regionalen Kulturkonferenz. Kultureller Finanzausgleich und lokale Kulturförderung in der Region Bern

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Die Arbeit befasst sich mit der Frage, welche Auswirkungen der kulturelle Finanzausgleich im Rahmen der Regionalen Kulturkonferenz Bern auf die Kulturförderung in den beitragspflichtigen Gemeinden selbst hat. Sie geht auf die Problematik von Finanzierung und Nutzung bedeutender Kulturinstitute in Zentrumsgemeinden ein und umreißt die Aufgaben und Tätigkeiten der Regionalen Kulturkonferenz. Ausserdem werden die fünf bedeutenden Kulturinstitute in der Stadt Bern kurz vorgestellt. Schliesslich untersucht die Arbeit die Kulturförderungspraxis ausgewählter Gemeinden der Region Bern.

Die Arbeit soll aufzeigen, welche Einflüsse ein kultureller Finanzausgleich, wie er in der Regionalen Kulturkonferenz praktiziert wird, auf die Kulturförderung auf Gemeindeebene hat.

Es soll dargelegt werden, ob durch einen solchen Finanzausgleich die Kultur-förderung in den beitragspflichtigen Gemeinden selbst gefährdet wird, oder ob dadurch insgesamt mehr Mittel für die Kulturförderung bereitgestellt werden. Die Arbeit soll den angesprochenen Personen Informationen für eine Argumentation im Sinne der Kulturförderung liefern.

Zielgruppen

Die Arbeit richtet sich gleichermassen an Kulturpolitiker, Kulturschaffende und Kulturveranstalter.

Kontakt

Christian von Erlach
Kreuzplatz 4

3177 Laupen BE
cverlach@bluewin.ch

von Wartburg, Tobias

Kulturgenuss, was nützt ein passender Rahmen? - Über die Wichtigkeit der Gastronomie und anderer ""Kleinigkeiten" eines kulturellen Anlasses.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Viele Veranstalter sehen in der Gastronomie nur den finanziellen Aspekt. Aus der Sicht des Publikums hat die Gastronomie aber viele verschiedene Funktionen. In diesem Text werden sie erläutert. Schulzes Erlebnisgesellschaft zeigt zudem, dass sich das Publikum aus den unterschiedlichsten Milieus zusammensetzt. Daraus ergeben sich verschiedene Genusstypen, welche es bei einer Veranstaltung zu berücksichtigen gilt. Darum hat die Gastronomie (und die weiteren Faktoren des Rahmens) eine nicht zu unterschätzende Bedeutung.

Für eine differenzierte Betrachtung des Rahmens wurden drei Modelle (der Normalfall, der Treffpunkt, die Fusion) entwickelt, welche anhand von einem praktischen Beispiel aufzeigen, worauf bei einem solchen Anlass speziell geachtet werden sollte.

Organisatoren sollen auf den Sinn eines genussvollen Abends aufmerksam gemacht werden. Auf dass wir die Kultur geniessen können!

Zielgruppen

Die Arbeit richtet sich an Kulturorganisatoren von kleineren Anlässen mit zwischen 50 und 200 Personen.

Kontakt

Tobias von Wartburg
Habsburgerstrasse 9
6003 Luzern
info@theq.ch

Zeier, Petra

Kriterien, Methoden und mögliche Grenzen "kultureller Demokratie" in der Projektarbeit am Beispiel eines Videoprojektes mit Jugendlichen

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Die "kulturelle Demokratie" fördert den Einbezug der Gesamtbevölkerung in das kulturelle Schaffen und kann so gar als höhere Form der Demokratie, die den Weg der Demokratie konsequent weitergeht, beschrieben werden. Zentral bei der kulturellen Demokratie ist die Idee, dass die Kultur von allen gemacht wird. Das bedeutet, dass die Kultur "von unten", von der Bevölkerung, kommt und nicht als Verordnung oder Vermittlung "von oben", zum Beispiel indem kulturelles Bildungsgut vermittelt wird. Meine Arbeit geht der Frage nach, mit welchen Methoden diese Kultur von allen umgesetzt werden kann. Sie beleuchtet Kriterien, ein konkret anwendbares Arbeitsmodell für die Gruppe (Gillet, Das Transfermodell) und mögliche Grenzen kultureller Demokratie in der Projektarbeit.

In einem zweiten Teil wird anhand eines Praxisbeispiels (eines Videoprojektes mit Jugendlichen) die kulturelle Demokratie diskutiert.

Kriterien, Methoden und möglichen Grenzen von Projekten mit dem Anspruch, die kulturelle Demokratie zu fördern, werden definiert.

Zielgruppen

- KulturmanagerInnen
- Soziokulturelle AnimatorInnen
- EntscheidungsträgerInnen kultureller Einrichtungen/Gremien

Kontakt

Petra Zeier

petrazeier@gmx.ch