

Abstracts zu den Diplomarbeiten des NDS Kulturmanagement Praxis, Klassen C/3 + C/4, Winter 2005

Akeret, Beatrice: Jugend und klassische Konzerte. Studien zum Verhältnis der Jugendlichen zu klassischen Konzerten.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Wer in den Konzertsälen nach jungem Publikum sucht, muss sich oft ziemlich anstrengen. Wenn er dann fündig wird, handelt es sich oft um eine Schulklasse, die von ihrem Lehrer hierher gebracht wurde. Warum ist dies so? Warum sind die so freizeitaktiven Jugendlichen fast überall zu finden, aber nicht an klassischen Konzerten? Bemühen sich die VeranstalterInnen zu wenig, ihr Programm, das doch nicht grundsätzlich den Jugendlichen widerspricht, diesen schmackhaft zu machen? Sollen sie dies überhaupt? Oder ist klassische Musik einfach zu uncool, um beachtet zu werden?

Um diese Fragen beantworten zu können, habe ich einige Schulklassen der Stadt St. Gallen befragt und mit den wichtigsten Konzertveranstaltern über dieses Thema gesprochen. Die so gefundenen Erkenntnisse habe ich miteinander verglichen und einigen fremden Studien gegenüber gestellt.

Die Arbeit soll eine Grundlage bieten, um die eigenen Bemühungen, Jugendliche für klassische Musik zu begeistern, kritisch zu überdenken.

Zielgruppen:

Veranstalter von klassischen Konzerten, Lehrpersonen sowie weitere Personen, die sich mit dem Thema auseinandersetzen

Kontakt:

Beatrice Akeret
Brunnenbergstrasse 4
9000 St. Gallen
<mailto:beatrice.akeret@bluewin.ch>

Balnytė, Neringa: Internationale Kulturförderung zwischen der Schweiz und Litauen. Vergangenheit, Gegenwart und Zukunftsperspektiven.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Die internationale Kulturförderung als Teil der Aussenkulturpolitik prägt auch den kulturellen Dialog zwischen der Schweiz und Litauen im grossen Masse und ist im Spannungsfeld der historischen Entwicklungen in Osteuropa vielfältiger und anspruchsvoller geworden. Die Besonderheit der nachfolgenden Arbeit besteht darin, dass sie ein Thema jeweils aus der schweizerischen sowie aus der litauischen Perspektive darstellt, da sie sich nicht nur inhaltlich, sondern auch in ihrer Entwicklung stark unterscheiden. Die Probleme, die sich bei einem Vergleich stellen, sind unterschiedlichster Natur und lassen keine generalisierende Beurteilung zu.

Ziel dieser Arbeit ist eine Bestandsaufnahme des Kulturaustausches, unter Einbezug von Kulturpolitik, Kulturwissenschaft und der wichtigsten Akteure der Kulturförderung in der Schweiz und Litauen.

Die Spannweite des historischen Überblicks begrenzt sich auf zwei Perioden: vom Zweiten Weltkrieg bis einschliesslich 1991 (Rückblende) und die Zeit nach dem Fall des Eisernen Vorhangs bis zum Beitritt zur EU 1991–2004.

Dazu werden sowohl die Zukunftsperspektiven als auch das Potenzial des Kulturaustausches skizziert. Als Beispiel sind die jüngsten und relevantesten Projekte, nämlich die *Schweizer Lesezimmer in Litauen* und die Kunstaussstellung *Die Baltische Fotolinse* in Bern (2003) ausgewählt worden, da diese den Kulturdialog Schweiz- Litauen treffend repräsentieren.

Bis anhin sind diese Kulturbeziehungen jedoch kaum oder nur partiell systematisch betrachtet und untersucht worden. Aus kulturpolitischer Sicht sind solche Untersuchungen jedoch von grosser Relevanz, da sich Litauen nach dem Beitritt zur EU 2004 um kulturelle Integration bemüht, und die Schweiz ihr kulturelles Engagement verstärkt Richtung Osteuropa ausweitet. Zudem bietet die *Kultur* Freiraum für positive Erfahrungen, die den Austausch zwischen der Schweiz und Litauen in Zukunft fördern sollen.

Zielgruppen:

Diese Arbeit richtet sich ganz allgemein an Kulturinteressierte beider Staaten. Speziell interessant dürfte sie für Mitarbeitende der Konsulate und Botschaften sein sowie für Institutionen und Private, die an der schweizerisch-litauischen Kulturförderung interessiert und/oder beteiligt sind. Auch die litauische Gemeinschaft in der Schweiz und andere Personen, die ein kulturelles Interesse am Baltikum haben, sollten von dieser Arbeit profitieren können.

Kontakt:

Neringa Balnytė
Zürcherstrasse 178
8952 Schlieren
neringa@tiscali.ch
www.trio-opera.ch

Bättig-Rüttimann, Ruth: Singe macht fröhlich – Musikerziehung und Begabtenförderung auf der Primarschulstufe unter spezieller Berücksichtigung der Stimmbildung.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

In dieser Zeit der extremen Sparanstrengungen in den verschiedensten Bereichen, vor allem im Bereich Bildung, sprich Schule, konkret – Volksschulbildung, brauchen wir Argumente und Grundlagen, um Überzeugungsarbeit im Bereich Musik zu leisten. Die Arbeit geht der These nach, dass durch gezielten und vermehrten Musikunterricht auf der Primarschulstufe die Schüler im Allgemeinen für ihren Schul- und späteren Alltag profitieren und im Speziellen auch für ihre Entwicklung auf musikalischen Gebieten im Laufe ihrer Entwicklung. In der Theorie werden Sinn und Zweck der Musikausbildung gestreift, Sozialkompetenz und Entwicklung des Gehirns bei Kindern im Schulalter dargestellt, und der Leser soll zu weiterem Studium angeregt werden. Wie die Massnahmen umgesetzt werden, wird an einer Modellgemeinde im Kanton Luzern aufgezeigt.

Die aufgezeigten Modelle sollen Anregung und Argumentation zur Diskussion, Planung und Durchführung ähnlicher Ideen sein. Chancengerechtigkeit und Chancengleichheit für alle Kinder werden angestrebt.

Zielgruppen:

Eltern, Lehrer, politisch tätige Personen. Interessierte Personen, welche sich für eine verbesserte Musikausbildung auf der Primarschulstufe einsetzen und / oder sich näher über die Möglichkeiten orientieren möchten.

Kontakt:

Ruth Bättig
Waldegg 5

6210 Sursee
rbaettig@bluewin.ch

Burkart-Hattan, Bernadette: Wo Kinder mit Musen Schmusen. Versuch einer Annäherung an Kinderkulturvermittlung.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Die Arbeit möchte anhand von drei Beispielen (Kindermuseum ZOOM Wien, geplantes Kinderkulturhaus Baden (KiKuHa), Langzeitstudie an Berliner Grundschulen über Musik(erziehung)) aufzeigen, wie notwendig und sinnvoll Kulturvermittlung an Kinder ist.

Im ersten (theoretischen) Teil wird die Entstehung des Begriffs "Kinderkultur" erklärt, die historische Entwicklung von Kinderkultur in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts aufgezeigt und die Notwendigkeit von Kulturvermittlung an Kinder erläutert.

Im zweiten (praktischen) Teil werden die einzelnen Institutionen vorgestellt und wird im Besonderen auf das Konzept des Kinderkulturhauses Baden eingegangen.

Anschliessend werden Sinn und Zweck eines Kinderkulturhauses Baden dargelegt und auf die positive Auswirkungen eines solchen Hauses auf die Region, die Schulen und die Kinder hingewiesen.

Zielgruppen:

Kulturschaffende
Pädagogen
Vertreter aus Kultur und Politik
Eltern

Kontakt:

Bernadette Burkart-Hattan
Martinsbergstrasse 26
5400 Baden
bernieb@bluemail.ch

Cajochen, Veronica und Furrer, Hanspeter: Der Spagat der Kulturfinanzierung. Kulturförderung vs. Kultursponsoring beim MIGROS kulturprozent

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Teil "Kulturelles" gemäss der Definition der Direktion für Kulturelles & Soziales des MIGROS Genossenschafts-Bunds und im speziellen mit den Fragestellungen der Begrifflichkeiten der Kulturförderung, deren Abgrenzung sowie dem Verständnis der Begriffe und deren Anwendung in der MIGROS Gemeinschaft. Was für die Direktion Kulturelles & Soziales des MGB klar definiert ist, ist bei den regionalen MIGROS Genossenschaften und ihren Abteilungen für das MIGROS kulturprozent weitaus weniger klar. Es liegt die Vermutung nahe, dass nur im geringen Masse tatsächlich Kulturförderung betrieben wird und wesentlich mehr verdecktes Sponsoring existiert. Eine weitere These ist, dass die Gelder einfach verteilt werden, aber der Erfolg der Projekte nicht kontrolliert wird, respektive die Projekte nicht durch professionelle Unterstützung zum Erfolg geführt werden.

Zielgruppen:

MIGROS Genossenschafts-Bund

MIGROS Genossenschaften
Kulturverantwortliche der MIGROS Genossenschaften
Kulturschaffende

Kontakt:

Veronica Cajochen
Stafelhofstrasse 8
6015 Reussbühl
feen@feen.ch

Hanspeter Furrer
Berchtwilerstrasse 4
6343 Rotkreuz
hp.j.furrer@bluemail.ch

Camenzind, Christoph und von Virag, Saskia: Von der CD zum Internetdownload. Der Klassikmarkt im Wandel der Zeit.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Der Markt für Klassik-Tonträger hat turbulente Zeiten hinter sich. Unsere Untersuchung beleuchtet den Zeitraum von der Einführung der CD bis heute. Anhand von Befragungen wichtiger Exponenten verschiedener Marktteilnehmer (Chris Alder - Deutsche Grammophon, Wolfgang Mohr - ehemals Teldec, Chaz Jenkins - LSO Live und Dieter Oehms - heute Oehms Klassik und ehemals Arte Nova) zeigen wir auf, dass der Tonträgermarkt für Klassik lebt.

Madeleine Campos: Die etwas andere „Kulturelle Integration“. Teilnahme an kulturellen Veranstaltungen als Indikator für eine bessere Integration von Migrant/Innen in der Stadt Zürich.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Inhalt dieser Arbeit ist es, für einmal den oft vernachlässigten Aspekt der Integration in das kulturelle Leben Zürichs in den Vordergrund zu stellen. Dabei wird der Ausdruck „kulturell“ hier nicht mit der schweizerischen Mentalität, sondern vielmehr mit dem künstlerischen Schaffen in Verbindung gebracht. Mit der Befragung verschiedenster Migrant/Innen wurde in dieser Arbeit versucht, einen Zusammenhang zwischen ihrer Partizipation am kulturellen Leben Zürichs und dem von ihnen selber wahrgenommenen Grad der Integration herzustellen.

Ziel war es, nachzuweisen, dass ein solcher Zusammenhang existiert. So nämlich liegt die Schlussfolgerung nahe, dass die Stadt Zürich bei ihren Bemühungen, die Integration der ausländischen Bewohner/Innen zu vereinfachen und zu beschleunigen, den Aspekt der Kultur und Kunst mehr berücksichtigen sollte.

Zielgruppen:

Kulturschaffende, Personen, die mit Migrant/Innen arbeiten, Veranstalter/Innen, Politiker/Innen und all jene, die sich für das Thema „Integration“ interessieren.

Kontaktadresse:

Madeleine Campos
Florastrasse 38

8008 Zürich
Tel: 043 499 85 22 / 076 369 77 44
madeleine85@hotmail.com

Charles, Stefan: Delegation oder Zusammenarbeit – Fünf Bundesinstanzen verwirren das Ausland mit Kultur

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Kulturelle Präsenz und kulturelles Engagement der Schweiz im Ausland: Was ist das Ziel und wie wird es umgesetzt? Wer ist involviert? Wer entscheidet? – Der erste Teil dieser Arbeit ist eine Suche nach Antworten. Der Fokus liegt dabei auf den institutionellen Aspekten der Zusammenarbeit der Bundesinstanzen und weiteren Beteiligten. Anhand der Analyse eines paradigmatischen Projekts, dem Schweizer Gastlandauftritt an der 50. Internationalen Buchmesse in Warschau 2005, werden Schwachstellen in den Bereichen Struktur und Organisation aufgedeckt.

Im zweiten Teil wird - mittels einer argumentativen Systematik – dargelegt, welche Möglichkeiten der Optimierung bestehen. Mit dieser Arbeit soll eine konstruktive Grundlage für kulturelle Projektarbeit und die Zusammenarbeit der Akteure gelegt werden.

Zielgruppen:

Kulturträger (Kunst- und Kulturschaffende)
Entscheidungsträger der Bundesinstanzen für Kultur- und Aussenpolitik
Verantwortliche und Beteiligte von kulturellen Projekten im Ausland (auf Bundes-, Kantons-, Gemeindeebene, von privaten Institutionen und Organisationen)
Botschaften und deren Mitarbeiter für Kultur

Kontakt:

Stefan Charles
Schaffhauserstr. 76
8057 Zürich
stefan.charles@mysunrise.ch

Conrad-Lardelli, Alda: Das fotografische Werk im Urheberrecht. Die Fotografie als Kunstwerk und der Schutz deren Urhebers

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist der rechtliche Schutz von fotografischen und daraus abgewandelten Kunstwerken. Die Diplomarbeit macht u.a. Aussagen zum Schweizerischen Urheberrecht (URG).

Sie beginnt mit einem Abschnitt über die rechtlichen Grundlagen mit entsprechenden Ausführungen über den allgemeinen Werkbegriff und über das Werk als geistige Schöpfung im Speziellen. Anschliessend wird auf das nationale Urheberrechtsgesetz und dessen Entwicklung sowie die Rechtsprechung und Lehre zum heute geltenden Bundesgesetz über das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte vom 9. Oktober 1992 eingegangen. In einem dritten Abschnitt wird das Verhältnis des Urhebers zum Eigentum an seinem Werk aufgezeigt und auf die antinome Interessenlage hingewiesen, die sich aus dem Änderungsrecht ergibt. Dieser Abschnitt richtet sich vor allem an die Zielgruppe, welche mit der Fotografie als Werk arbeitet, diese verändert und das Werk gestaltet. Im vierten Abschnitt wird anhand von drei Künstlern, die alle auf ihre Art mit dem Medium der

Fotografie arbeiten, ausgeführt, wo sie mit ihren Werken mit dem Urheberrecht in Berührung kommen.

Zielgruppen:

Die Schlussfolgerungen daraus mögen allen, die mit dem Medium der Fotografie arbeiten, eine Richtschnur für ihre Arbeitsweise sein. Die Arbeit richtet sich also einerseits an bildende Künstler, andererseits an alle, die Werke der bildenden Kunst öffentlich zugänglich machen, die da Galeristen, Kuratoren, Verleger, Museen etc. sind. Die anvisierte Zielgruppe soll auf ihr Recht an den von ihr geschaffenen, respektive publizierten Werken hingewiesen werden. Es werden dabei Grenzen aufgezeigt, damit es möglichst zu keiner Verletzung von Urheberrechten Dritter kommt.

Kontakt:

Alda Conrad-Lardelli
Hirschbühlweg 20
7000 Chur
aldaconrad@hotmail.com

Friedli, Isabelle und Kaufmann-Durrer, Bernadette: Kulturschatten – Schattenwerk.
Monetarisierung der Freiwilligenarbeit in kulturell tätigen Vereinen des Kanton Obwalden

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Das Ziel ist, einerseits den unbezahlten Arbeitsaufwand der Kulturvereine in Obwalden in Stunden zu eruieren und andererseits die monetären, sozialen und ökonomischen Nutzwerte zu betrachten. Es gilt, die Erkenntnis zu schaffen, wie wertvoll und notwendig die Freiwilligenarbeit in den Vereinen ist.

Die Freiwilligenarbeit muss deutlich sichtbar gemacht werden. Sie darf nicht als Schattendasein versteckt sein und verloren gehen. Die Wertschätzung und die Würdigung einer freiwillig geleisteten Arbeit muss kommuniziert werden. Engagements auf freiwilliger Basis haben einen Stellenwert, welcher auf seinen verdienten Platz angehoben werden muss.

Im Bereich der „drei Ws“ - Wertschätzung, Würdigung und Weiterbildung – finden die Vereine Anreizsysteme zur Erhaltung und Pflege Ihrer Arbeit. Die öffentliche Hand wird ermutigt, die Vereine vermehrt mit Weiterbildungskursen und Infrastruktur zu unterstützen.

Zielgruppen:

Freiwillig arbeitende Kulturvereinsmitglieder und deren Vereinsvorstände im Kanton Obwalden, die Vertreter der Öffentlichkeit.

Kontakt:

Isabelle Friedli
Seeburgstrasse 76
6006 Luzern
friedli@gmx.net

Bernadette Kaufmann
Hinterssestrasse 117
6078 Bürglen
b.u.t.kaufmann@bluewin.ch

Fust, David: Der Kulturmanager – das hybride Wesen.

Spannungsfeld «KulturManagement». Über die Notwendigkeit der Zusammenführung von Kreativität und Struktur. Grundlagen • Instrumente • Perspektiven

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Kapitel 1 befasst sich mit dem grundlegenden Unterschied zwischen der Marktwirtschaft und der Kultur. Dieser wird in der unterschiedlichen Benutzung der Gehirnhälften geortet. Zur Überwindung der daraus resultierenden Spannungen wird auf die Relevanz der Ausweitung der gemeinsamen Zeichenmenge verwiesen.

Kapitel 2 stellt in groben Zügen das Business Campaigning Konzept vor. Es basiert auf dem Zusammenschluss von Struktur und Kreativität und liefert konkrete Instrumente, welche das Zusammenspiel der Gehirnhälften forcieren. Kapitel 3 erläutert punktuell die vier wichtigsten Instrumente des Business Campaignings anhand eines kleinen Kulturbetriebes.

Kapitel 4 baut auf den bisherigen Erläuterungen auf und führt sie sozusagen in der Königsdisziplin der Unternehmensführung, dem Branding, zusammen.

Zielgruppen:

Kulturschaffende:

Die Arbeit zeigt auf, weshalb die Integration von Management in die Kulturarbeit längerfristig unumgänglich ist.

Kulturmanager:

Sie sensibilisiert Kulturmanager für die Spannungen innerhalb ihres Tätigkeitsgebietes und zeigt Grundlagen, Instrumente und Perspektiven auf, welche für eine nachhaltige Kulturarbeit von Bedeutung sind.

Manager und HR-Verantwortliche:

Sie skizziert die kreative und nichtlineare Arbeitsweise der Kultur und hebt deren Wert für die Unternehmensführung hervor.

Kontakt:

David Fust

Dörfliweg 13

9500 Wil SG

davidfust@gmx.ch

Furrer, Hanspeter und Cajochen, Veronica: Der Spagat der Kulturfinanzierung.
Kulturförderung vs. Kultursponsoring beim MIGROS kulturprozent

siehe unter: **Cajochen, Veronica**

Andrea Gubler: Die Situation von Buchverlagen in der Schweiz - eine mögliche Überlebensgeschichte

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Die vorliegende Arbeit versteht sich als exemplarische Studie zum wirtschaftlichen und kulturellen Stand der Verlagsbranche in der Schweiz. Im Mittelpunkt steht das Interesse an der Vielfalt von unabhängigen Buchverlagen. Die Strukturveränderungen der Branche in den letzten Jahren sind nicht spurlos am schweizerischen Verlagswesen vorbeigegangen.

Zusätzlich belasten die wieder aufgeflamten Diskussionen rund um die Aufhebung der Preisbindung in der Schweiz das tägliche Geschäft mit dem Buch. Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, mögliche Überlebensstrategien für schweizerische Verlage vorzulegen.

Zielgruppen:

Die Zielgruppe dieser Arbeit lässt sich nicht klar definieren oder auf eine einzige Leserguppe reduzieren. Angesprochen sind interessierte Leserinnen und Leser, die sich nicht nur für das Buch als solches interessieren, sondern auch für den ganzen Entstehungsprozess. Eine wichtige Leserguppe kann zudem die Buchbranche selber sein.

Kontakt:

Andrea Gubler
Altschloss-Strasse 3
8805 Richterswil
andrea.gubler@bluewin.ch

Gut, Martin: Emotional oder rational - wie bildende Kunst gekauft wird. Eine qualitative Untersuchung mit Kunstkaufenden und daraus abgeleitete Fragestellungen für Marketingüberlegungen.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

In Form einer Untersuchung wird ermittelt, wie die Bindung des Kunstkäufers an das Kunstwerk bzw. unter welchem Aspekt, eher emotional oder eher rational, ein Kauf entsteht. Anhand von 14 ausgewerteten Gesprächen wird eine Tendenz zu emotionalem Kunstkauf ermittelt.

Aus diesem Resultat und der Interpretation und Diskussion innerhalb der Diplomarbeit wurden Indikatoren für Fragestellungen abgeleitet, welche schliesslich im letzten Kapitel Fragestellungen für Marketingüberlegungen bilden. Diese dürfen als Ergänzung zur Inspiration für Ideen rund ums Marketing dienen.

Zielgruppen:

Kunstschaffende
KunstvermittlerInnen
Kunstverkaufende

Kontakt:

Martin Gut
Lädelistrasse 32
6003 Luzern
martingut@gmx.net
Download unter: www.gut.ch/diplomarbeit.pdf

Huber, Manuel: RADIO.KULTUR. Wie viel Kultur braucht privates Radio? Situationsanalyse und Vision am Beispiel von Radio Pilatus

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Die Arbeit RADIO.KULTUR von Manuel Huber geht der Frage nach: Wie viel Kultur braucht privates Radio?

Dabei wird im Theorieteil die Beziehung zwischen Kultur, Identität, Medien und Radio aufgezeigt. Es wird verdeutlicht, dass Kultur stark zur Bildung von Identität beiträgt, dass Medien, und insbesondere Radio als meistgenutztes Medium, Kultur sind, und es heute keine Kultur ohne Medien und keine Medien ohne Kultur mehr gibt. Im Anschluss gibt eine Situationsanalyse von Radio Pilatus Einblick in die Kulturredaktion eines Privatradios.

Der zweite Teil der Arbeit befasst sich mit einer Umfrage, mit welcher die kulturelle Identität und die kulturellen Bedürfnisse von Radiohörerinnen und Radiohörer ermittelt wurden. Die Auswertung der Ergebnisse zeigt interessante Widersprüche auf und führt zu wichtigen Schlussfolgerungen für den Kulturjournalismus, aber auch für die Arbeit von Kulturmanagerinnen und Kulturmanagern im Bereich Radio.

Die Arbeit soll zu einem besseren Verständnis zwischen Radio und Kultur, aber auch zwischen Kulturjournalisten und Kulturmanagern beitragen.

Kontakt:

Manuel Huber

Fluhmattstrasse 21

CH-6004 Luzern

079 658 50 42

manuel.huber@radio-pilatus.ch

Kaufmann-Durrer, Bernadette und Friedli, Isabelle: Kulturschatten – Schattenwerk.
Monetarisierung der Freiwilligenarbeit in kulturell tätigen Vereinen des Kanton Obwalden

siehe unter: **Friedli, Isabelle**

Koch, Andrzej: Auswirkungen von MP3/iPod auf die lokale Pop-/Rock-Independent-Szene der Zentralschweiz. Digitale Musikarchive vs. musikkulturelle Amnesie

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Luzern und die Zentralschweiz haben eine kreative Musikszene, die jährlich etwa 60 Rock- und Pop-Produktionen veröffentlicht. Jazz, Volkstümliches oder Klassik sind hierbei nicht berücksichtigt.

Ich fragte mich, was beispielsweise noch in zehn Jahren zu finden sein wird von dem heutigen lokalen Musikschaffen, welches einen Aspekt unseres kulturellen Erbes darstellt. Gibt es Organisation, welche sich spezifisch dem Bewahren von audiomedialen Arbeiten aus Luzern (oder der Zentralschweizer) verschrieben haben? Wenn ja, wird dabei das zeitgenössische populär-musikalische Schaffen mit einbezogen?

Inspiriert haben mich folgende Worte von Bors Groys: "... [...] alle Museen, nicht nur Kunstmuseen sind Friedhöfe der Dinge: Was dort gesammelt wird, ist seiner Lebensfunktion beraubt, also tot. [...]" Diese Aussage habe ich auf ihre Gültigkeit für die Musikschaaffenden wie auch für die Sammler untersucht und dabei entdeckt, dass es mit der Kombination verschiedener Techniken und Arbeitsweisen diskutabile Möglichkeiten gäbe für andere als die von Archiven und auch von Musikern meistens angewendeten Lösungen.

Zielgruppen:

Musikschaaffende, Independent-Labels, öffentliche Musiksammlungen und verwandte Kulturförderungsorganisationen

Kontakt:

Andrzej Koch
Moosstrasse 11
6003 Luzern
a.koch@0815.ch

Küng, Sabina: Verkauft sich Qualität? Eine Dokumentation zum Marktpotenzial eines Lokalfernsehens in der Zentralschweiz, das sich durch hohe Qualität auszeichnet.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Qualität verkauft sich. Diese Hypothese stützt sich auf zwei amerikanische Untersuchungen aus dem Jahre 1999. Tom Rosenstil und sein Team haben festgestellt, dass bei erfolgreichen Lokal TV-Sendern in den USA eine Trendwende festzustellen ist, weg vom Boulevard hin zu mehr Hintergrund und Nachhaltigkeit. Eine andere Studie von Ray und Anderson hat eine neue soziale Gruppe entdeckt, die kulturell Kreativen. Die kulturell Kreativen schätzen Selbstverwirklichung, legen Wert auf Beziehungen und ökologische Nachhaltigkeit; sie haben Interesse an der Entwicklung der Welt und sind besser informiert.

Im praktischen Teil steht die Zentralschweiz im Mittelpunkt. In zwei Fokusgruppen wurden folgende Fragen mit Vertretern aus Kultur, Politik und Wirtschaft diskutiert: Gibt es die Subkultur der kulturell Kreativen auch in der Zentralschweiz? Ist sogar ein Trend auszumachen? Ist das Ergebnis der beiden amerikanischen Studien auf die Zentralschweiz übertragbar? Sind Nachhaltigkeit und Hintergrundwissen Werte, die in der Zentralschweiz ihr Publikum haben?

Schliesslich stellt sich die Frage, ob ein qualitativ gutes Lokalfernsehen in der Zentralschweiz auch ökonomisch eine Chance hätte.

Zielgruppen:

Kulturmanager
Medienleute
Marketingleute
Sponsoringleute
Vision Luzern
Wirtschaftsführer

Kontakt:

sabina.kueng@bluewin.ch

Malär, Gian: Die Punk und Ska Szene – Ein Situationsbericht von Bands und Veranstaltern in Graubünden.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

In der Diplomarbeit wird die momentane Situation in der Bündner Punk und Ska Szene gezeigt. Nach einem kurzen Rückblick auf die Geschichte werden drei Bands vorgestellt. Es sind dies Nguru aus Thusis, MFS von der Lenzerheide und The Punch and Judy Show aus Chur. Die einzelnen Bands werden portraitiert und zu ihrer Meinung betreffend der Bündner Szene befragt. Anschliessend werden drei Veranstalter, das Openair Val Lumnezia, der Safari Beat Club in Chur und das On Stage Music Festival in Lenzerheide unter die Lupe genommen. In diesem Abschnitt werden die Veranstaltungen beschrieben und die Zusammenarbeit mit den einheimischen Bands besprochen. Einen weiteren interessanten

Einblick in die Szene bietet das Interview mit Leech*Redda Music Inhaber Benno Rietmann, einem der besten Kenner der Punk und Ska Szene.

Abschliessend werden alle Gespräche analysiert. Die Stärken und Schwächen, die Chancen und Gefahren für die Bündner Musiklandschaft werden aufgezeigt und eine Einschätzung des Autors aufgestellt.

Ziel ist es, die Situation in der Bündner Punk und Ska Szene aufzuzeigen. Die Arbeit soll zeigen, dass, obwohl Graubünden eine Randregion ist, der Kanton eine spannende Szene besitzt. Im Weiteren sollen Denkanstösse zur eventuellen Problemlösungen gegeben werden.

Zielgruppen:

Die primäre Zielgruppe sind Band, Veranstalter aber auch Kulturschaffende bzw. Kulturinteressierte in Graubünden. Daneben könnte die Arbeit auch Veranstalter in der übrigen Schweiz interessieren.

Kontakt:

Gian Malär
Voa tgalotta 11
7077 Valbella
g.malaer@wohklang.ch

Maurer, Thomas O.: Permission Marketing im Kulturbetrieb. Analysen zum Einsatz des Dialogmarketings per E-Mail in kulturellen Betrieben

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Die Arbeit legt die grundlegenden Funktionsweisen und Methoden des Permission Marketings dar und beleuchtet spezifische Anwendungen in kulturellen Betrieben. Nebst dem generellen Aufzeigen der technischen, organisatorischen und rechtlichen Aspekte des Permission Marketings wird der Einsatz und die Ausgestaltung von Newslettern in Zürcher Kulturbetrieben analysiert. Auf Grund dieser Analysen werden Handlungsstrategien und Lösungsansätze zum Einsatz des Dialogmarketings per E-Mail zur Vermittlung kultureller Inhalte und Angebote aufgezeigt.

Die Lektüre der Arbeit soll Praktikern aus dem Kulturbereich eine Einführung in die Methoden, Möglichkeiten und Potentiale des Permission Marketings vermitteln und ihnen Handlungsstrategien für den erfolgreichen Einsatz der Kommunikation per Newsletter in der eigenen Institution vermitteln.

Zielgruppen:

Betreiber kultureller Institutionen, Veranstalter, Kulturmanager und Künstler, welche an einen intensiven und direkten kommunikativen Austausch mit ihrem Zielpublikum interessiert sind. Innerhalb grösserer kultureller Organisationen sind dies die Verantwortlichen für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit.

Kontakt:

Thomas O. Maurer
Weinbergstrasse 52
8006 Zürich
Tel. 043 243 61 06
Fax 043 243 61 08
mobil 079 438 04 19
tom@netzarbeit.com
www.netzarbeit.com / www.netzarbeit.com/pm_kultur.pdf

Pepe, Saro: MEMORIAV. Audiovisuelles Kulturgut vermitteln

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Der Verein „Memoriav“ definiert seine Hauptziele als die „Verbesserung der Sicherung, Erschliessung und Vermittlung des audiovisuellen Kulturguts der Schweiz“. Anhand von Fallstudien untersucht die Arbeit, ob und wie das vom Bund subventionierte Netzwerk „Memoriav“ seine Ziele im Bereich der „Vermittlung“ erfüllt.

Als Auswahlkriterien für die Fallbeispiele wurden folgende Merkmale festgelegt: Das Projekt musste zeitlich abgeschlossen sein, aus dem Memoriav-Fachbereich „Film“ stammen und einen starken Vermittlungsanspruch in seiner Konzeption enthalten. Die Wahl fiel auf die Projekte „Erlebte Schweiz - Zyklus 4“, auf „Hochaktuelles Beiprogramm - Die Filme von Willy Leuzinger“ und auf „Humanitaire et cinéma“. Als Methodik für die Untersuchung wurde eine Befragung von an den Projekten beteiligten Personen per identischem Fragebogen gewählt. Da Memoriav-Projekte in Zusammenarbeit mit anderen Institutionen entstehen, wurde pro Projekt eine Person von Memoriav und eine des Hauptpartners befragt.

Zielgruppen:

Der Verein „Memoriav“ (Vorstand und Geschäftsstelle) und seine Partnerinstitutionen. Die Arbeit dürfte auch für andere Museen und Archive, welche in ihrer Vermittlungsarbeit audiovisuelles Archivmaterial beziehen, von Interesse sein.

Kontakt:

Saro Pepe
Albisriederstrasse 184 c
CH - 8047 Zürich
saro@flachpass.ch

Rembges, Karl-Martin: Lasst die Schulen tanzen! Kulturelle Angebote für die Mittel- und Oberstufe an Basler Schulen

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Die Arbeit untersucht die kulturellen Bildungsangebote an und für verschiedene Basler Schultypen: Orientierungsschule (OS), Weiterbildungsschule (WBS), Gymnasien und Rudolf-Steiner-Schule.

In der Arbeit werden zwei international bekannte Projekte vorgestellt: Das Educationprojekt der Berliner Philharmoniker *Rythm is it!* und die Helene Lange Schule, die an der ersten Pisastudie 2001 in Deutschland am besten abgeschnitten hat und mit kulturellen Angeboten für Schüler und Schülerinnen neue Wege geht.

Bei den Institutionen werden die vier grössten Subventionsempfänger in Basel im Kulturbereich (Museen, Theater Basel, Sinfonieorchester Basel und Basel Sinfonietta) in Bezug auf ihr kulturelles Angebot für Schulen untersucht.

In einer Fokusgruppe wurden Vertreter dieser Kulturinstitutionen und Exponenten des Basler Bildungswesens zusammengeführt. Die sich bei diesem Gespräch ergebenden Aspekte werden in der Arbeit zusammenfassend dargestellt.

Eine Fragebogenaktion bei Lehrpersonen der Schulen OS Insel, WBS Bäumlihof, Gymnasium Leonhard und Rudolf-Steiner-Schule Jakobsberg ergab weitere Erkenntnisse, die in der Arbeit beschrieben sind.

Zielgruppen:

Die Arbeit gibt einen ausführlichen Überblick über Möglichkeiten und Bedürfnisse in Bezug auf die kulturellen Bildungsangebote an den Basler Schulen. Sie wendet sich an LehrerInnen, Behörden und Kulturveranstalter, die sich ein deutliches Bild von der bestehenden Situation in Basel (2005) machen möchten.

Kontakt:

Karl-Martin Rembges

Gellertstrasse 33

4052 Basel

Tel. 061 311 34 26

k-mrembges@freesurf.ch

Ryf-Künzli, Cornelia: Was macht öffentliche Plätze für Touristen attraktiv? Künstlerische Neugestaltung öffentlicher Plätze im Rahmen touristischer Angebote. Beurteilungskriterien und Ansatzpunkte zur Umsetzung

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Was macht öffentliche Plätze für Touristen attraktiv? Oder anders gesagt, kann „Kunst im öffentlichen Raum“ als Standortfaktor die internationale Attraktivität einer Stadt steigern? Oder soll sie helfen, weniger attraktive Stadtteile kulturell aufzuwerten, um ihnen eine neue Identität zu geben? Um diese Fragen zu klären, wurden zwei kürzlich umgestaltete öffentliche Plätze in der Schweiz (Bern, Bundeshausplatz und Romanshorn, Bahnhofplatz) genauer untersucht. Eine dritte Analyse wurde mit den Stakeholdern rund um das Löwendenkmal in Luzern durchgeführt. Dieser Stadtteil wird zwar von über einer Million Touristen jährlich besucht, braucht aber dringend eine Erneuerung, um auch in Zukunft für die Touristen attraktiv zu bleiben.

Das Ziel der Arbeit war, einen Kriterienkatalog mit den „Kritischen Erfolgsfaktoren“ aus den Praxis-Beispielen Bern und Romanshorn abzuleiten. Die Beachtung dieser Faktoren *vereinfacht* die erfolgreiche *Neugestaltung* von öffentlichen Plätzen. Selbstverständlich sind die genannten Erfolgsfaktoren *kein* „*Betty Bossy-Rezept*“, sie helfen jedoch den Meinungsbildungs- und Umsetzungsprozess zu strukturieren und den Finger auf potentiell „wunde Punkte“ zu legen. Die Autorin hofft, dass auch andere Städte von diesem Kriterienkatalog profitieren können und noch viele künstlerisch gestaltete Plätze in der Schweiz zu touristischen Attraktionen avancieren werden.

Zielgruppen:

Stadtplaner

Künstler

Touristiker

Kultur- sowie Stadtplanungsabteilung der Stadt Luzern

Kontakt:

Cornelia Ryf-Künzli

Parkstrasse 40

3084 Wabern

Tel. 031 961 00 21

cornelia.ryf@swissonline.ch

Seiler, Stefan: Naturstimmen – bodenständig und völkerverbindend? Der Einfluss des gemeinsamen Naturjodelns auf die individuelle und kulturelle Identität

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

In der vorliegenden Diplomarbeit wird der Einfluss des gemeinsamen Naturjodelns auf die individuelle und kulturelle Identität sowie die Auswirkungen des Kulturprojektes KlangWelt Toggenburg auf die regionale Identität und eine kulturübergreifende Offenheit untersucht. Sie beinhaltet eine Einführung in die nahe liegende und gleichzeitig für viele fremde Welt des Naturjodelns und Brauchtums. Gespräche mit aktiven JodlerInnen werden im kulturwissenschaftlichen Kontext, speziell der Cultural Studies, betrachtet.

Gemeinsames Naturjodeln wirkt individuell und kulturell identitätsbildend und hat eine zentrale soziale Funktion in dieser Region. Auch junge, selbst geschaffene Mythen und Rituale sind Ausdruck dieser Kultur und wirken identitätsstiftend. Menschen, die ihre Identität durch die Pflege der eigenen Kultur festigen, verhalten sich gegenüber „Fremdem“ und „Neuem“ offener und neigen weniger zur Ausgrenzung.

Das internationale Naturstimmen-Festival im Toggenburg zeigt kleine, hoffnungsvolle Ansätze für Begegnungen zwischen den Kulturen.

Die KlangWelt Toggenburg leistet einen wichtigen Beitrag zur kulturellen Identität der Bevölkerung. Gleichzeitig ist sie wirtschaftlich, touristisch und imagemässig für das obere Toggenburg förderlich. Die KlangWelt Toggenburg ist ein positives Beispiel für Management im Dienste der Kultur.

Der vertiefte Einblick in ein Kulturfeld öffnet neue Welten und weicht Vorurteile auf.

Zielgruppen:

Kulturinteressierte, KulturvermittlerInnen, PolitikerInnen, Behörden

Kontakt:

Stefan Seiler
Berg-Blomberg
9642 Ebnat-Kappel
sseiler@bluewin.ch

Staub, Bettina: Einzigartige Generalisten? Mehrspartenmuseen von regionaler Bedeutung auf der Suche nach einem unverkennbaren Profil

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Mit über 900 Museen besitzt die Schweiz die weltweit höchste Museumsdichte. Vor diesem Hintergrund stehen kleine bis mittelgrosse Museen von regionaler Bedeutung, die mehrere Sparten – zum Beispiel Geschichte, Naturgeschichte, Archäologie, Kunst – abdecken, vor der grossen Herausforderung, ein unverkennbares Profil zu entwickeln.

Für die Diplomarbeit wurden nach festgelegten Kriterien sieben Museen ausgewählt und untersucht. Die Mehrheit von ihnen bezeichnet Architektur und Sammlungen als «unique selling propositions», als einzigartige Verkaufsversprechen. Es sind «gefundene» USPs, stehen sie doch in der Regel seit der Museumsgründung fest. Auf die Frage, welches «erfundene» USPs sind, nennen einige Museen eine übergeordnete, allgemein gültige Sichtweise auf lokale und regionale Themen. Eine Mehrheit der befragten Museen möchte in Zukunft USPs erfinden oder verstärken, die der Förderung von lokaler und regionaler Identität dienen. Erwähnenswert unter den «zukünftigen» USPs ist die Stärkung der Interdisziplinarität bei zwei der untersuchten Museen.

Aus der Auswertung konnten drei Strategien für die Entwicklung eines unverkennbaren Profils abgeleitet werden:

1. «Definition einer übergeordneten Sichtweise», damit lokal oder regional ausgerichtete Ausstellungsthemen in einen grösseren Zusammenhang gestellt werden können.
2. «Verstärkung der Interdisziplinarität» durch vermehrte Zusammenarbeit mit anderen Museen und Institutionen.
3. «Förderung von lokaler und regionaler Identität», indem Museen das einheimische Publikum verstärkt einbeziehen und versuchen, ihr Vermittlungsangebot auszubauen.

Zielgruppen:

Die Studie soll kleinere Mehrspartenmuseen darin unterstützen, ein einzigartiges Profil zu finden. Sie richtet sich an LeiterInnen und MitarbeiterInnen sowie Trägerschaften von Museen, die mit der Gruppe der untersuchten Häuser vergleichbar sind.

Kontakt:

Bettina Staub
Sonnengasse 2
6210 Sursee
Tel. P 041 921 16 79
Tel. G 041 926 91 32
museumsursee@bluewin.ch

von Virag, Saskia und Camenzind, Christoph: Von der CD zum Internetdownload. Der Klassikmarkt im Wandel der Zeit.

siehe unter: **Camenzind, Christoph**

Wilhelm, Elisabeth: Kunsterlebnis, Pädagogik, Marketing? Musikvermittlung und Konzertpädagogik in der Deutschschweiz

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Konzertpädagogik ist als Begriff im Gegensatz zu Museums- oder Theaterpädagogik noch nicht etabliert in der Schweiz. Das heisst nicht, dass sie nicht existiert. Ich erforsche einen Teil ihrer Geschichte.

Die Orchester haben erkannt, dass die Kinder- und Jugendarbeit lebensnotwendig ist und veranstalten Konzerte für ein „Publikum von morgen“. Freie Gruppen erfinden Kinder-Musik-Theater für ein „Publikum von heute“. Ich lege Grundlagen zu einer Diskussion über den gesellschaftlichen Standort der Musikvermittlung vor.

In jedem Kanton engagieren sich Musikvermittler mit Herzblut, im Nachbarkanton weiss man nichts von ihnen. Ich schlage ein Netzwerk vor, skizziere seine Aufgaben und den Weg zu seiner Gründung.

Zielgruppen:

Veranstalter
Musiker
Kulturbeauftragte
Bildungspolitiker

Kontakt:

Elisabeth Wilhelm
Bachstr. 64
5034 Suhr
post@wilhelm-geigenbau.ch