

Affolter, Ruth und Pfenninger, Laura: „Wenn es sie nicht gäbe, müsste man sie erfinden“. Die Bedeutung der Gottfried Keller-Stiftung für die Sammlungstätigkeit der Schweizer Museen heute.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Lydia Welte-Escher, einzige Tochter und Erbin von Alfred Escher, vermachte 1890 der Schweizerischen Eidgenossenschaft ihr Vermögen, das als Stiftung unter dem Namen des Zürcher Schriftstellers Gottfried Keller verwaltet werden sollte. Mit der Schenkung verband die Donatorin den Auftrag, aus den Erträgen des Vermögens bedeutende Werke der Schweizer Kunst zu erwerben und vor einem Verkauf ins Ausland zu bewahren.

Die finanzielle Lage der Gottfried Keller-Stiftung (GKS) ist seit Jahrzehnten äusserst angespannt und das Stiftungsvermögen ist dermassen geschrumpft, dass die Stiftung heute nur noch beschränkt handlungsfähig ist.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, herauszufinden, welche Bedeutung die GKS für die Sammlungstätigkeit der Schweizer Museen heute noch hat. Hierfür haben wir elf Museen, Vertreter der Eidgenössischen Kommission der GKS sowie einen Vertreter des Bundesamts für Kultur, welches die Stiftungsaufsicht innehat, befragt.

Die Auswertung der Befragungen hat folgenden Zwiespalt aufgezeigt: Viele Deposita der GKS sind Schlüsselwerke in den Sammlungen der Museen, die Bedeutung der GKS generell aber hat aufgrund der beschränkten finanziellen Mittel in den vergangenen Jahrzehnten laufend abgenommen.

Zum Abschluss unserer Arbeit erörtern wir mögliche Szenarien zur Rettung der Stiftung: Rekapitalisierung, Abkopplung vom Bund und Liquidation.

Zielgruppen:

Unsere Arbeit richtet sich einerseits an die Gottfried Keller-Stiftung und das Bundesamt für Kultur, andererseits an die Schweizer Museen - als Depositäre der Stiftung - sowie an die interessierte Öffentlichkeit.

Die Verfasserinnen:

Ruth Affolter, Nidelbadstrasse 47, 8803 Rüschlikon, arbeitet für das MoneyMuseum in Zürich.

Laura Pfenninger, Trichtenhauser Strasse 39, 8125 Zollikerberg, arbeitet für eine private Kunstsammlung in Zürich.

Bättig, Ivo und Vujasinovic, Jolanda: Ein Kongress setzt Zeichen
Wie werden Jazzschulen aus der ganzen Welt optimal miteinander vernetzt?

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Im Sommer 2008 wurde der Hochschule Luzern –Musik (HSLU M) Abteilung Jazz von der International Association of Schools of Jazz (IASJ) angeboten, das 19. internationale Jazz-Meeting in Luzern abzuhalten. Die IASJ ist eine Vereinigung von Fachgremien verschiedener Hochschulen im Bereich Jazz. Mit dem jährlich stattfindenden Kongress will die IASJ insbesondere die Vernetzung und den kulturellen Austausch von Schulleitungen, Dozierenden und Studierenden fördern und sicherstellen. Die VerfasserInnen, die zu dieser Zeit selbst bei der Jazzabteilung der HSLU M tätig waren, entschieden sich, eine Evaluation über dieses Meeting durchzuführen. Das Ziel der Arbeit ist, der Vereinigung dieses ausführliche Dokument zur Standortbestimmung abgeben zu können. Mittels empirischer Forschung wurde analysiert, ob die Ziele der IASJ erreicht wurden und ob die HSLU M als Gastgeberin ihren Auftrag erfolgreich ausgeführt hat.

Der Schluss der Arbeit beinhaltet Empfehlungen und Lösungsvorschläge und soll der IASJ sowie auch einer zukünftigen Gastschule aufzeigen, wo allenfalls Verbesserungen anstehen oder ungenutztes Potenzial brach liegt.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Die durchgeführte Evaluation zeigt auf, dass die IASJ ihre Ziele weitgehend erreicht und dass die HSLU M ihren Auftrag erfolgreich ausgeführt hat. Es zeigt sich, dass der wiederkehrende Kongress das Hauptinstrument der IASJ ist, um ihre Ziele zu erreichen. Mit dem Meeting werden Jazzschulen aus der ganzen Welt erfolgreich vernetzt.

Zielgruppen

- IASJ
- Hochschule Luzern
- Kunsthochschulen

Stichworte zu den VerfasserInnen

Jolanda Vujasinovic arbeitet als freie Mitarbeiterin im Musikmanagement für die FWL Tonstudios in Leipzig und Berlin, vjola@gmx.ch

Ivo Bättig arbeitet im Veranstaltungssekretariat der Hochschule Luzern – Musik, info@aerodrum.ch

Courti, Jasmina und Odermatt, Tina: Öffnung der Kunstmuseen – Grenzen der Marketingstrategien

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Museen und Kunstmuseen im Besonderen erleben seit einigen Jahren einen unvergleichlichen Boom. Was bedeutet dieser Zuwachs für die Institutionen und deren Interessensgruppen? Durch die immer stärkere Ökonomisierung in den verschiedenen Bereichen unseres Alltags und somit auch in der Kultur, haben Marketing und deren Anwendungen Einzug in die Museen gefunden. Nebst den klassischen Hauptaufgaben des Museums entsteht eine Art erweiterter Leistungsauftrag.

Über Interviews mit einem Fragen-Raster haben wir mittels Anwendung des Marketing-Mix, Marketingstrategien und Erfolgsrezepte analysiert. Dabei Vorteile, Nachteile aufgezeigt und abgeklärt, ob Marketingstrategien bereits als Führungsinstrument eingesetzt werden und in welcher Dosierung sie im Hinblick auf die künstlerischen Inhalte, die zu vermittelnden Werte und der damit erzielten Marktwirkung angewendet werden. Gegenstand dieser qualitativen Untersuchung waren neun Kunstmuseen, davon fünf teilweise staatlich subventionierte und vier vorwiegend privat finanzierte Häuser in der deutschsprachigen Schweiz.

Zielgruppen:

Als mögliche Zielgruppen sehen wir Museumsverantwortliche, Auftraggeber/Geldgeber, Kulturbehörden, Museumsangestellte und Kunstschaffende.

Kontakte:

Jasmina Courti
Malzstrasse 18
8045 Zürich
E-mail: jasmina@umlaufbahn.net

Tina Odermatt
Amlehnhalde 13a
6010 Kriens
E-mail: christina.odermatt@bluewin.ch

Federici, Elena, Kollros, Nina und Unternährer, Marlen: Die Kultur–Stiftungen in Not?
Die Auswirkungen der aktuellen Finanzkrise bei privaten Schweizer
Kulturförderstiftungen.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Die aktuelle Finanzkrise hinterlässt auch im Schweizer Stiftungssektor Spuren. Schon heute macht sich bemerkbar, dass sich die Verluste auf den Finanzmärkten vom Jahr 2008 auf das Stiftungsvermögen auswirken. Da Stiftungen jeweils die Ausschüttungen vom Vorjahr als Fördergelder einsetzen, werden die finanziellen Konsequenzen der Krise wohl erst im Jahr 2010 in vollem Masse ersichtlich sein.

Diese Masterarbeit dient daher als Bestandesaufnahme und basiert auf den Ergebnissen einer empirischen Studie mit über 300 angeschriebenen Kulturförderstiftungen, Interviews mit Schlüsselpersonen aus dem Stiftungswesen, Meinungen von Kulturschaffenden sowie Fachliteratur. Das Fazit greift die wichtigsten Erkenntnisse aus der Arbeit auf und präsentiert die von uns am deutlichsten wahrgenommenen Auswirkungen, mögliche Trends, Chancen und Gefahren auf das Stiftungswesen und den Kulturmarkt.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Die meisten Stiftungen haben ihr Kapital konservativ angelegt, um kontinuierlich und nachhaltig zu fördern. Aus diesem Grund sind die Verluste nicht so hoch und deshalb die Auswirkungen nicht ganz so gravierend wie angenommen. Jene Stiftungen, die weniger Geld für die Förderung zur Verfügung haben, überbrücken entweder mit alternativen Finanzressourcen und/oder kürzen die Vergaben nur wenig. Deshalb sind keine schwerwiegenden Folgen weder für Kulturschaffende noch für die Stiftungen zu erwarten.

Zielgruppen

Zur Primärzielgruppe gehören Schlüsselpersonen aus dem Stiftungswesen und Kulturschaffende. Als Sekundärzielgruppe sprechen wir Kulturmanager an.

Kontakte:

Elena Federici (Feld, 6362 Stansstad, elena.federici@bluewin.ch)

Nina Kollros (Ägeristrasse 112, 6300 Zug, nink@gmx.ch)

Marlen Unternährer (Anemonenstrasse 40h, 8047 Zürich, lavendergray@gmx)

Frei, Karin und Heid-Roth, Susi: Kammermusik und Kasperltheater, Kehrausball und Kunstmuseum – Kulturförderung in mittelgrossen Deutschschweizer Gemeinden – eine vergleichende Untersuchung

Kurzbeschreibung:

Dem Subsidiaritätsprinzip gemäss fällt die Förderung der Kultur in der föderalistischen Schweiz in den Zuständigkeitsbereich der Gemeinden. Bei der grossen Gemeindezahl führt dies zu erheblichen Unterschieden in der kommunalen Kulturförderung.

Bei der Untersuchung der Gemeinden Burgdorf, Rheinfelden und Sursee hinsichtlich ihres Kulturangebots und ihrer Kulturförderpraxis fällt auf, dass trotz ähnlicher Voraussetzungen im einen Ort ein vielfältiges, permanentes Angebot aus diversen Sparten besteht, während im anderen nur spärlich Kulturveranstaltungen stattzufinden scheinen.

Welches sind also die Erfolgsfaktoren für ein attraktives Kulturleben in mittelgrossen Gemeinden? Wie „funktioniert“ wirksame Kulturförderung? Braucht es dazu vor allem Geld?

Anhand der Gegenüberstellung der drei Gemeinden zeigt sich, dass dort, wo eine Publikumsbindung und Identifikation der Bevölkerung mit den Kulturinstitutionen besteht, das Kulturleben als attraktiv wahrgenommen wird. Es wird gezeigt, wie Klarheit über Ziele und Schwerpunkte der Kulturförderung eine effiziente Nutzung der vorhandenen Ressourcen ermöglicht und wie dank der engen Verknüpfung der verschiedenen Akteure im Kulturleben mittelgrosser Gemeinden weitere Mittel generiert werden können.

Je nach dem, was inhaltlich als „attraktives Kulturleben“ definiert wird, sind zwar erhebliche finanzielle Mittel nötig; diese sind aber nicht ausschliesslich für die Wirksamkeit der Kulturfördermassnahmen verantwortlich.

Zielgruppen:

- Kulturverantwortliche der Gemeinden
- Kunst- und Kulturschaffende

Kontakte:

S. Heid-Roth
Gartenweg 52
4310 Rheinfelden

K. Frei
Libellenstr. 41
6004 Luzern

Gattiker, Regula: Culture for, in or as Development?

About the Relevance and Potential of Cultural Projects for Development Cooperation.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Diese Arbeit untersucht die Relevanz und das Potential von Kultur für die Entwicklung. Durch eine Übersicht über die Schlüsselakteure und ihre Tätigkeiten im Bereich Kultur und Entwicklung auf internationaler Ebene sowie durch eine Befragung von internationalen Experten für Kultur und Entwicklung wird ermittelt, wie Kulturarbeit in der Entwicklungszusammenarbeit wirkungsvoll eingesetzt und was damit erreicht werden kann. Es werden Empfehlungen entwickelt, wie, für wen und wo sich Helvetas, eine Schweizer Nichtregierungsorganisation, die sich für die Entwicklung im Süden und Osten der Welt einsetzt, im Kulturbereich weiter engagieren könnte. Die Studie bestätigt, dass Kulturprojekte einen positiven Einfluss auf die Entwicklung einer Region haben können. Die Wirkung ist jedoch nicht mit denselben Instrumenten messbar, wie sie in der Entwicklungszusammenarbeit angewandt werden. Die Arbeit weist auch auf Chancen und Herausforderungen im Bereich Kultur und Entwicklung hin.

Zielgruppen:

Zumal die Masterarbeit im Rahmen einer Studie für die Helvetas verfasst wird, sind in erster Linie die Mitarbeitenden dieser Organisation Zielgruppe der Arbeit. Da die Organisation international tätig ist, wurde die Arbeit in Englisch verfasst. Erweiterte Zielgruppen sind interessierte Organisationen und Personen aus Entwicklungszusammenarbeit und Kultur.

Zur Person:

Regula Gattiker hat 2005 ihr Studium in Politikwissenschaften, Englischer Literatur und Völkerrecht abgeschlossen. Nach mehrjähriger beruflicher Tätigkeit in der Friedensförderung und Entwicklungszusammenarbeit und einem Abstecher im Kulturbereich ist sie heute hauptsächlich im interkulturellen Kinder- und Jugendaustausch in der Stiftung Kinderdorf Pestalozzi tätig. Daneben arbeitet sie an diversen Projekten an der Schnittstelle zwischen Kultur, Entwicklung und Friedensförderung.

Kontakt:

r.gattiker@pestalozzi.ch / reguga@me.com

Giannini, Carola und Iaccarino, Tamara: Kulturvermittlung in der Praxis - Eine Untersuchung über das Theaterhaus Gessnerallee

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Kunst versteht sich nicht in jedem Fall von selbst. Zeitgenössische Kunst bedient sich heute einer Ausdruckssprache, die einiges an Vorkenntnissen und/oder Willen zur Auseinandersetzung von ihrem Gegenüber fordert. Im Theaterhaus Gessnerallee als Aufführungsort der freien Tanz- und Theaterszene ist die Programmation innovativ und experimentell. Was bedeutet die aktuelle Forderung, dass solche Kultur auch vermittelt werden soll?

Wie lauten mögliche Definitionen zu diesem schwer fassbaren Begriff? Und wie sieht die Praxis der Kulturvermittlung in einem Tanz- und Theaterhaus der freien Szene aus? Um diese Fragestellungen zu beantworten, wurden die Zielgruppen Künstlerinnen, Publikum Mitarbeiterinnen der Gessnerallee und Expertinnen aus der Schweizer Kulturvermittlungsszene zu ihren Vorstellungen und Bedürfnissen befragt und die Antworten ausgewertet.

In der Untersuchung konnte u.a. nachgewiesen werden, dass Kulturvermittlung in der Gessnerallee bereits stattfindet. Wenn die Gessnerallee weiterhin den Mut hat, auf eigene, der Programmation angepasste Formate zu setzen, hat die Kulturvermittlung auch ein grosses Zukunftspotential in diesem Tanz- und Theaterhaus.

Zielgruppen:

Die Mitarbeiterinnen des Theaterhauses GA und den Trägerverein „Theaterrat“. Im Weiteren an ein professionelles und anderweitig interessiertes Publikum, Theater- und Tanzschaffende der freien Szene, Kulturförderstellen, im Besonderen die des Kantons und der Stadt Zürich, Lehrverantwortliche von Studiengängen Kunst- und/oder Kulturvermittlung, Studentinnen Kulturmanagement und Kulturschaffende, die sich vertieft mit dem Begriff der Kulturvermittlung auseinandersetzen.

Kontakt:

Tamara Iaccarino Carola Giannini
Seestrasse 65 Sonnheimstrasse 21
8880 Walenstadt 6044 Udligenswil
t.iaccarion@yahoo.com cs.giannini@bluewin.ch

Heid-Roth, Susi:

s. Frei, Karin und Heid-Roth, Susi: Kammermusik und Kasperllitheater, Kehrausball und Kunstmuseum –
Kulturförderung in mittelgrossen Deutschschweizer Gemeinden – eine vergleichende Untersuchung

Iaccarino, Tamara

s. Giannini, Carola und Iaccarino, Tamara: Kulturvermittlung in der Praxis - Eine Untersuchung über das Theaterhaus Gessnerallee

Kölbener, Simone und Lorenz, Dagmar: Alternativkultur – kulturelle Alternative

Der Weg vom alternativen zum etablierten Kulturbetrieb, gezeigt am Beispiel der *Roten Fabrik*.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Ausgangspunkt dieser Arbeit ist die Frage, wie sich eine emanzipatorische Kulturbewegung ohne Verlust des innovativen Geistes zu einer etablierten Institution wandeln kann.

Wir gehen von der These aus, dass es eines etablierten, mehrheitlich kommerziell ausgerichteten kulturellen Umfeldes bedarf, damit in Abgrenzung dazu eine Alternative entstehen kann. Im Bestreben, in der Kulturszene zu bestehen, gleicht sich letztere jedoch im Laufe der Zeit besagtem Umfeld wieder an.

Unsere Arbeit untersucht diesen Wandel am Fallbeispiel der *Roten Fabrik* in Zürich. Diese sieht sich vermehrt mit dem Vorwurf konfrontiert, anstatt eines alternativen Zentrums nunmehr ein etablierter Kulturbetrieb geworden zu sein, der sich kaum mehr von anderen Veranstaltern der Region abhebt. Wir wollen ansatzweise aufzeigen, wie und ob sich eine Kulturstätte als Alternative behaupten (etablieren) könnte.

Unsere Studie fusst auf Daten, die wir mittels Umfragen beim Publikum und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der *Roten Fabrik* sowie durch Interviews mit Fachpersonen aus Kultur und Politik ermittelt haben.

Die zentrale Frage, ob die *Rote Fabrik* noch ein Alternativbetrieb sei, weist eine ausgeprägte Ambivalenz unter den Befragten auf. Da vermehrt kurzlebige Trends den Kulturmarkt bestimmen, ist es schwierig, sich vom kulturellen Umfeld deutlich abzusetzen. Deshalb wird von der *Roten Fabrik* ein innovativeres und aufregenderes Programm gewünscht. Ebenso wird eine klare politische Positionierung gefordert.

Die Arbeit richtet sich an:

- eine kulturinteressierte Öffentlichkeit
- Kulturförderer und -veranstalter
- Publikum und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der *Roten Fabrik*

Die Autorinnen:

Simone Kölbener, Bereichsleiterin Kino *Riffraff*, Zürich.

skoelbener@gmx.ch

Dagmar Lorenz, Konzeptbüro *Roten Fabrik*, Zürich.

d.lorenz@gmx.ch

Kollros, Nina

s. Federici, Elena, Kollros, Nina und Unternährer, Marlen: Die Kultur–Stiftungen in Not? Die Auswirkungen der aktuellen Finanzkrise bei privaten Schweizer Kulturförderstiftungen.

Lorenz, Dagmar

s. Kölbener, Simone und Lorenz, Dagmar: Alternativkultur – kulturelle Alternative
Der Weg vom alternativen zum etablierten Kulturbetrieb, gezeigt am Beispiel der *Roten Fabrik*.

Mathis, Daniel: Mittelgross ≠ Mittelmass – Kulturförderung in mittelgrossen Schweizer Gemeinden – eine vergleichende Untersuchung

Zielsetzung und Kurzbeschreibung

In der vorliegenden Einzelarbeit geht es um die Untersuchung von zwei mittelgrossen Schweizer Gemeinden (Gesamterhebung der Gruppenarbeit: fünf Gemeinden) hinsichtlich ihres Kulturangebotes und ihrer eigenen sowie der kantonalen Kulturförderleistung innerhalb des Jahres 2008.

Wie lässt sich kommunale Kulturförderung bewerten? Wie lassen sich Unterschiede erklären?

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

Mit Altstätten im Kanton St. Gallen und Pfäffikon im Kanton Zürich wurden zwei kleine Städte mit praktisch identischem Profil hinsichtlich Kulturförderung beleuchtet. Bei 30 eingegangenen Gesuchen um einen Kulturbeitrag im Jahr 2008 wurden in Altstätten 25 unterstützt während in Pfäffikon von 24 deren 19 mitfinanziert wurden.

Die Kulturausgaben pro Kopf betragen in der Gemeinde Pfäffikon CHF 19.50 während in Altstätten CHF 27.- aufgewendet wurden. Beide Gemeinden haben relativ bescheidene Kulturbudgets, mit denen sie aber dank Subsidiaritätsprinzip eine grosse Vielfalt an kulturellen Veranstaltungen fördern, wenn auch auf einem anderen Qualitätsniveau als dies grosse Städte vermögen. In Bezug auf Künstlergagen, Infrastruktur oder Kapazitäten spielen sie nicht in der gleichen Liga wie Städte mit Zentrumscharakter. Trotzdem haben auch kleine Städte wie Altstätten und Pfäffikon eine vielfältige Kulturlandschaft und es wird aktiv Kulturpolitik und Kulturförderung betrieben.

Zielgruppen

- Kulturförderer in Altstätten und Pfäffikon
- Kulturbeauftragte
- Kulturkommissionen
- Kulturschaffende in Altstätten bzw. Pfäffikon

Kontakt

Daniel Mathis
Dorfstrasse 39
6005 Luzern
Tel. 077 / 416 31 32
dmathis@centralnet.ch

Meyer, Stefan, musiker als unternehmer

managementbedürfnisse freischaffender interpretinnen und interpreten

Beschreibung

46 in der Schweiz lebende, freischaffende Musikinterpretinnen und –interpreten beteiligten sich an der Umfrage zur vorliegenden Studie. Es handelt sich um führende Exponenten der Bereiche klassische Musik, Jazz und innovative Volksmusik. Untersucht wurden ihr Organisationsbedarf in den für die Berufsausübung wichtigsten Bereichen, sowie ihre Erfahrungen mit externem Management.

Ergebnisse

Die grosse Mehrheit der Befragten geht zusätzlich einer anderen bezahlten Arbeit nach. Fast alle bewältigen ein riesiges Arbeitspensum und nehmen wenig Rücksicht auf Familie und Gesundheit. Die freischaffende künstlerische Tätigkeit wird generell als wichtig erachtet, obwohl sie sich finanziell kaum lohnt. Die Hälfte der Zielgruppe spielt regelmässig ohne adäquate Entschädigung.

Fast alle Interpreten entscheiden autonom, welche Produkte sie anbieten und nehmen dabei kaum Rücksicht auf die Nachfrage. Auf diese Weise müssen sie keine künstlerischen Kompromisse eingehen. Durch das häufig fehlende Marketingkonzept wissen viele aber nicht, wie sie die eigenen Leistungen gezielt am Markt absetzen wollen.

Viele Künstler kümmern sich nicht darum, welches Bild sie in der Öffentlichkeit erzeugen. Da es an einem Konzept fehlt, werden wirksame, aber kostenintensive Anstrengungen im Bereich Marketing und Public Relations zumeist vermieden. Ein erheblicher Managementbedarf ortet die Umfrage auch im Bereich Recht und Sozialversicherungen.

Das traditionelle Management auf Provisionsbasis ist bei den Musikern stark umstritten. Es funktioniert im übersättigten Verdrängungsmarkt der Musikbranche offenbar nicht mehr effizient. Zahlreiche Künstler entschädigen ihre Helfer daher nach Aufwand.

Zielgruppen

Freischaffende Musiker, Kulturmanager, Ausbildungsstellen für Berufsmusiker, Interessierte Öffentlichkeit

Verfasser

Stefan Meyer (*1962), dipl. Schul- und Kirchenmusiker, langjähriger Musikschulleiter

und Konzertveranstalter, Bachelorstudium an der Hochschule Luzern – Wirtschaft,
Gründer und Leiter der Firma Swiss Arts Management LLC

Kontakt

Stefan Meyer

Kornhausstrasse 68

8840 Einsiedeln

stefan.meyer@swissartsmanagement.ch

Miletic, Ana und Unternährer, Esther: Ein gesellschaftliches Bedürfnis: Die Alternativkultur! -Wie beeinflussen bestimmte Rahmenbedingungen die alternative Szene? Ein Vergleich zwischen Serbien und der Schweiz.

Zu Beginn unserer Arbeit haben wir uns damit befasst, was Alternativkultur in der heutigen Zeit überhaupt bedeutet. Die Meinungen diesbezüglich gehen weit auseinander – der Begriff kann nicht abschliessend definiert werden. So haben wir zur strukturierten Weiterführung unserer Arbeit eine eigene Definition zum Begriff Alternativkultur verfasst. Der zweite Teil unserer Arbeit besteht aus einer Umfrage mit Personen aus der Schweiz und Serbien zum Thema Alternativkultur. Die Auswertung zeigt, dass die alternative Kultur in Serbien grösstenteils politisch motiviert ist, wobei sich die Alternativkultur in der Schweiz viel mehr mit gesellschaftlichen Fragen beschäftigt. Dies bestätigt auch ein Vergleich einer kulturellen Institution der Schweiz (Kaserne Basel) und einer kulturellen Institution in Serbien (SKC Belgrad).

Fragestellung:

- Was ist Alternativkultur und welche Wertvorstellungen beinhaltet sie?
- Wie definiert sich heutzutage die Alternativkultur?
- Inwiefern wirken sich bestehende Rahmenbedingungen auf das kulturelle Schaffen und das kulturelle Verständnis aus?
- Was sind die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der alternative Kulturszene der Schweiz und Serbien?

Zielgruppen:

- Akteure/innen und Szenegänger/innen der alternativen Kultur
- Betreiber von Kulturhäusern in verschiedenen Städten
- Leute, die sich für das kulturelle Leben verschiedener Städte interessieren
- Personen, die mehr über die alternative Kulturszene von Serbien und der Schweiz erfahren möchten

Verfasserinnen:

Ana Miletic, geboren 9. Juni 1984, wohnhaft in Zürich, Betriebsbüroleiterin Tanzhaus Zürich (ana.m@gmx.ch, 079 375 38 19)
Esther Unternährer, geboren 21. Oktober 1983, wohnhaft in Luzern, Geschäftsleiterin von Radio 3FACH (esther@3fach.ch, 079 635 56 76)

Moser, Roland: Hauptrolle: Geld - Die Finanzierung von kleinen Theatern in der Schweiz, in Deutschland und den USA

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

„Überall sonst ist es einfacher ein Theater zu finanzieren!“. Diese Arbeit untersucht anhand von je einem kleinen Theater in den USA (North Coast Repertory Theatre in Solana Beach, Kalifornien), in Deutschland (Kumedi-Theater in Riegel, Baden-Württemberg) und in der Schweiz (Kammerspiele Seeb, Bachenbülach/ZH), ob dies wirklich zutrifft. Wie sieht die Geldbeschaffung in der Praxis aus? Gibt es Ideen und Konzepte aus Deutschland oder den USA, die für die Anwendung in einem kleinen Theater in der Schweiz geeignet und umsetzbar sind? Was unterscheidet eine „kleines Theater“ von einem „Kleintheater“? Was kann ein kleines Theater in der Schweiz von den Beispielen aus Deutschland und den USA lernen?

Zusammenfassung Ergebnisse:

Die drei Theater finanzieren sich zum grössten Teil durch Eigenleistungen und fast ohne staatliche Förderung. Die meisten privaten Spenden stammen aus dem Stammpublikum. Dies ergibt eine direkte Abhängigkeit vom Publikum. Die staatliche Kulturförderung in den drei Ländern zeigt zwar ähnliche Strukturen, aber in der Schweiz und in Deutschland ist sie eine wichtige Finanzierungsart, während sie in den USA eher als Katalysator für private Geldgeber wirkt.

Zielgruppe:

Das Zielpublikum dieser Arbeit sind Theaterschaffende und Kulturmanager in der Schweiz, die sich über die Kulturförderungspraxis in Deutschland und den USA anhand praktischer Fallbeispiele informieren möchten und nach neuen Impulsen – z.B. Ideen für Fundraisingaktionen - für die Finanzierung eigener Projekte suchen.

Stichworte zum Autor:

Roland Moser ist Mitarbeiter des EDA, derzeit bei der Ständigen Vertretung der Schweiz beim Europarat in Strassburg eingesetzt. Seit bald 30 Jahren ist er auch als Theaterautor tätig.

Kontaktadresse:

Roland Moser, EDA Kurierdienst (Strassburg Europarat), 3003 Bern;
roland.moser@eda.admin.ch

Müller, Markus und Wiederkehr, Sandra: Kultursponsoring eine Chance – KMU, wo seid ihr? Sponsoring bei Grossproduktionen im Musiktheaterbereich

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Das bewusste und konsequente Berücksichtigen von SPONSORING in Marketingbelangen ist in der Wirtschaft eher jüngeren Datums. Das Sponsoring gilt in Fachkreisen als dasjenige Kommunikationsmittel, dessen Anteil in Marketingbudgets erheblich zulegen wird.

Die Arbeit zielte auf das Finden einer breiten finanziellen Basis für Grossproduktionen im Musiktheaterbereich, insbesondere wie Anreize für das Engagement von Klein- und Mittelständischen Unternehmungen (KMU) geschaffen werden und wo direkte Nutzen aus dem aktiven Sponsoring liegen können. Im Weiteren stellte sich die Frage nach einem unterschiedlichen Verhalten zwischen den Branchen der Unternehmungen.

Zielgruppen:

- Openair Veranstalter und Produzenten von Musiktheatern in der Schweiz
- Klein- und Mittelständische Unternehmen, die sich aktiv im Kultursponsoring engagieren

Erkenntnisse:

Die Umfragen zeigen keine gradlinigen Meinungen auf. Ein Engagement scheint nach wie vor von individuellen Merkmalen abzuhängen. Die Verfasser sind zur Überzeugung gekommen, dass sich zwei grosse Gegensätzlichkeiten im Verhalten der Parteien durch ein Nebeneinander zum Erfolg führen: Einerseits geht der Trend auch bei den Klein- und Mittelständischen Unternehmungen deutlich Richtung Professionalisierung des Sponsorings, und trotzdem ist das ganz persönliche Netzwerk respektive die Vorlieben von Einflusspersonen nach wie vor massgeblich.

Stichworte zum Verfasser und zur Verfasserin sowie Kontakte:

Markus Müller, ausgebildeter Tenor, ist Musicalproduzent und -darsteller und wirkt heute als Fachexperte in diesem Bereich. Kontakt: markus.mueller@musicalworld.ch
Sandra Wiederkehr, Schinznach-Dorf, leitet eine überregionale Kulturvereinigung und ist Geschäftsführerin der Oper Schenkenberg, Kontakt: sw@operschenkenberg.ch

Pfenninger, Laura

s. Affolter, Ruth und Pfenninger, Laura: „Wenn es sie nicht gäbe, müsste man sie erfinden“. Die Bedeutung der Gottfried Keller-Stiftung für die Sammlungstätigkeit der Schweizer Museen heute.

Unternährer, Esther

s. Miletic, Ana und Unternährer, Esther: Ein gesellschaftliches Bedürfnis: Die Alternativkultur! -Wie beeinflussen bestimmte Rahmenbedingungen die alternative Szene? Ein Vergleich zwischen Serbien und der Schweiz.

Unternährer, Marlen

s. Federici, Elena, Kollros, Nina und Unternährer, Marlen: Die Kultur-Stiftungen in Not? Die Auswirkungen der aktuellen Finanzkrise bei privaten Schweizer Kulturförderstiftungen.

Vujasinovic, Jolanda

s. Bättig, Ivo und Vujasinovic, Jolanda: Ein Kongress setzt Zeichen
Wie werden Jazzschulen aus der ganzen Welt optimal miteinander vernetzt?

Wiederkehr, Sandra

s. Müller, Markus und Wiederkehr, Sandra: Kultursponsoring eine Chance – KMU, wo seid ihr? Sponsoring bei Grossproduktionen im Musiktheaterbereich

Ammann, Susanne, Mennel, Doris, Passerini-Lustenberger, Madelaine

Gezielte Kulturvermittlung an Schulen im Kanton Obwalden - Welche Erkenntnisse aus Projekten in den Kantonen Aargau und Bern könnten zu einem Projektstart in Obwalden verhelfen? – 6 Empfehlungen.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Die Schule ist der einzige Ort, wo Kinder und Jugendliche unabhängig von ihrer sozialen und kulturellen Herkunft an Kunst und Kultur herangeführt werden können. Die Unesco-Kommission Schweiz hat den Diskurs der Kunst- und Kulturvermittlung schweizweit lanciert. In ihrem Manifest „Art & Education“ fordert sie die Integration von Kunst und Kultur in die Lehrpläne. Die drei Kantone Aargau, Bern und Obwalden stehen mit der Umsetzung der Kulturvermittlung an Schulen in verschiedenen Phasen. Ziel der Arbeit war es, aus den Erkenntnissen in den Kantonen Aargau und Bern den Entscheidungsträgern im Kanton Obwalden 6 Empfehlungen für die politische Auseinandersetzung in die Hand zu geben, um einem Projekt „Kulturvermittlung an den Obwaldner Schulen“ zum Start zu verhelfen.

Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse:

Die Gegenüberstellung der drei Kantone zeigt auf, dass die Wichtigkeit von Kulturvermittlung an den Schulen erkannt und dringend befürwortet wird, dass vieles in unterschiedlichen Projekten läuft, und dass es in allen drei Kantonen harzt, wenn es um die Finanzierung geht.

Zielgruppen:

- Politische Entscheidungsträger im Kanton Obwalden
- Schulleitungen, Lehrpersonen
- Kulturverantwortliche in der Verwaltung
- Kulturinstitutionen und Kulturvermittlerinnen und -vermittler

Kontakte:

Susanne Ammann, Rainstrasse 25, 3082 Schlosswil/BE, susanne.ammann@mac-user.ch

Doris Mennel, Kirchstrasse 17, 6060 Sarnen/OW, mennel.d@mennel.ch

Madelaine Passerini-Lustenberger, Unterrainweg 6, 5603 Stauf, madelaine.passerini@sunrise.ch

Bänziger, René

Bundesstaatliche Kulturförderung im Ausland - Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Kurzbeschreibung, Zielsetzung, Erkenntnisse:

Um der Kernfrage nach der Effizienz der schweizerischen Kulturförderung und nach den Möglichkeiten ihrer Optimierung besonders authentisch und praxisnah nachzugehen, sollten in dieser Arbeit die Erwartungen, Zielsetzungen und Visionen der schweizerischen Auslandvertretungen und Künstler einerseits mit denjenigen der fünf Hauptakteure der bundesstaatlichen Kultur sowie mit der Realität vor Ort andererseits verglichen werden. Für diesen Vergleich werden zur Analyse neben dem Bundesamt für Kultur und der Kulturstiftung Pro Helvetia insbesondere die massgebenden Stellen des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten (EDA), das EDA – Landeskommunikation / Präsenz Schweiz, das EDA – Zentrum für Kulturaussenpolitik und das EDA – DEZA (Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit) herangezogen, um daraus direkte Schlussfolgerungen zu Defiziten und Desideraten abzuleiten.

Zielgruppen:

- Bundesamt für Kultur
- EDA – Landeskommunikation / Präsenz Schweiz
- EDA – Zentrum für Kulturaussenpolitik
- Kulturschaffende
- Kulturverantwortliche der schweizerischen Auslandvertretungen

Kontakt:

René Bänziger
(München)
EDA-Kurierdienst
3003 Bern
rene.baenziger@eda.admin.ch

Brügger, Judith, Burch, Patricia und Simo, Susanna

Interaktionen zwischen kulturellen Grossveranstaltungen, Stadtverwaltung und Tourismus.

Auswirkungen kultureller Grossveranstaltungen auf die Stadtverwaltung und den Tourismus in Luzern – verdeutlicht am Beispiel des Blue Balls Festivals

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Von kulturellen Grossveranstaltungen in einer Stadt sind jeweils diverse Gremien betroffen. Das Zusammenspiel zwischen den Beteiligten verlangt genaue Vorgaben und Regelungen. Ziel der Masterarbeit ist es, die Auswirkungen von kulturellen Grossveranstaltungen auf die Stadt sowie auf den Tourismus zu analysieren. Am Beispiel des Blue Balls Festivals werden die Konsequenzen aufgezeigt, welche kulturelle Grossveranstaltungen für eine Stadt wie Luzern mit sich bringen. Als Ergebnis der Arbeit werden Massnahmen der Stadtverwaltung vorgestellt und wichtige Anhaltspunkte dazu vorgeschlagen.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse:

Das Image der Stadt Luzern wird durch kulturelle Grossveranstaltungen positiv beeinflusst. Deshalb ist die Stadtverwaltung gewillt, Veranstaltungen dieser Art zu fördern. Um negative Auswirkungen wie Belästigungen der Anwohner durch Emissionen, Abfall und Gewaltdelikte zu vermeiden, hat die Stadtverwaltung Regelungen erlassen und ein Bewilligungsverfahren als Steuerungsinstrument entwickelt. Eine wichtige Massnahme ist die Schaffung eines Handbuches, welches diese Richtlinien, Vorschriften und Regelungen enthält, welche für Grossveranstalter von Bedeutung sind.

Zielgruppen:

Die Arbeit richtet sich in erster Linie an Veranstalter, die Stadtverwaltung und den Tourismus von Luzern. Sie ist Anhaltspunkte für vergleichbare Städte und zeigt dem Blue Balls Festival die momentane Situation auf.

Stichworte zu den Verfasserinnen:

Judith Brügger, Assistentin der Kaufmännischen Leitung, judith.bruegger@gmail.com
Patricia Burch, Musikpädagogin und Konzertagentin, patricia.burch@summerweid.ch
Susanna Simo, Kulturkoordinatorin Volketswil, info@stage-club.ch

Bühlmann, Anja, Büchel, Michael, Rolli, Jrene

Kunst in der Werbung | Kultur als Imagefaktor

Warum Banken in ihrer Werbung auf Bildende und Darstellende Kunst setzen.

Über Mutualismen, Konfliktzonen und Schwierigkeiten von Kunst in der Werbung und deren Wirkung auf die Konsumenten.

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

In der jüngeren Vergangenheit war ein starker Einbezug von Kunst in der Werbung festzustellen.

Gerade Banken verwendeten Bildende und Darstellende Kunst oft in ihren Kampagnen.

Über die Entstehung, die Gründe sowie auch die Wirkung von Kunst in der Werbung auf dem Schweizer Markt ist nach jetzigem Stand der Wissenschaft noch nichts Genaueres untersucht worden.

Die vorliegende Arbeit bietet einen Einblick in die Entwicklung und Geschichte von Kunst in der Bankenwerbung. Zudem werden bisherige Studien zur Wahrnehmung von Kunst in der Werbung mit einbezogen, und anhand von Gesprächen werden aktuelle Kampagnen von sechs Banken auf deren Ziele, Erwartungen und Auswirkungen hin analysiert. Mittels Befragungen wird die Wahrnehmung der Werbung von Konsumenten, dem Zielpublikum Private-Banking Kunden und der kunstaffinen Personen untersucht.

An diesen Erkenntnissen wird die These, dass Kunst in der Bankenwerbung für die Kunst und die Banken förderlich ist, überprüft.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse:

Sowohl die Gespräche mit den Banken wie auch die Auswertungen der Befragungen zeigen, dass die Werbung mit Kunst besonders für die Banken einen positiven Effekt hat. Der von den meisten Banken angestrebte Differenzierungseffekt wird durch die relativ weite Verbreitung von Kunst in der Bankwerbung gemindert.

Der Nutzen für die Kunst ist aus den Ergebnissen nicht eindeutig zu bestimmen. Historisch betrachtet war der Nutzen für die Künstler früher ausgeprägter spürbar als zum aktuellen Zeitpunkt. Jedoch erhält Kunst auf keine andere Weise sonst so viel Aufmerksamkeit und erreicht so viele Leute, wie in einem Werbeauftritt integriert.

Zielgruppen:

Die Arbeit richtet sich in erster Linie an die Marketingverantwortlichen von Banken, Künstler, Kunstinstitutionen sowie Kulturmanager.

Angaben zu den VerfasserInnen und Kontakt:

- Bühlmann Anja | Zurlindenstrasse 277, 8003 Zürich | anjabuhlmann@hotmail.com

Verantwortliche Verkaufsförderung von DAS MAGAZIN

- Rolli Jrene | Neunbrunnenstrasse 194, 8046 Zürich | say@hellojrene.ch

Produktionsassistentin bei SRF

- Büchel Michael | Sängglenstrasse 2, 8118 Pfaffhausen | mb@andreasundconrad.ch

Inhaber der People Management Agentur Andreas & Conrad sowie einer Promotion-Agentur

Büchel, Michael, siehe **Bühlmann, Anja, Michael Büchel, Michael, Rolli, Jrene**

Kunst in der Werbung | Kultur als Imagefaktor

Warum Banken in ihrer Werbung auf Bildende und Darstellende Kunst setzen.

Über Mutualismen, Konfliktzonen und Schwierigkeiten von Kunst in der Werbung und deren Wirkung auf die Konsumenten.

Bücheler, Urs

(K)eine Preisbindung um jeden Preis. Welche Auswirkungen hat die Aufhebung der Buchpreisbindung auf den stationären Buchhandel?

Kurzbeschreibung, Zielsetzung und Ergebnisse:

Der Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband erliess 1976 eine Marktordnung, die eine Preisbindung mit Wirkung auf nationaler Ebene regelte. Der Inhalt garantierte gleichwertige Wettbewerbsregeln für alle Marktteilnehmer. Seit 1993 bildete die Preisbindung im «Drei-Länder-Revers» zwischen der Schweiz, Deutschland und Österreich ein kartellähnliches Gebilde. Ihre Unvereinbarkeit mit den Bestimmungen des schweizerischen Kartell- und Wettbewerbsgesetzes führte zu ihrer Aufhebung durch den Bundesrat im Mai 2007. An der Buchpreisbindung haftet das Verdikt der Wettbewerbs- und Marktverzerrung. Einerseits will der Bundesrat die kulturellen Aspekte im Buchwesen bewahren, andererseits war es seine Absicht, einen nicht regulierten Markt zu schaffen. Diese veränderten Marktstrukturen führten zu einem beschleunigten Konzentrationsprozess von inhabergeführten klein- und mittelständischen Betrieben hin zu Grossbuchhandlungen.

Ziel dieser Arbeit ist es, die verschiedenen Parteien und das Marktumfeld vor und nach der Preisbindung zu untersuchen. Die Einflüsse des E-Commerce und Ansätze einer Subventionspolitik der öffentlichen Hand für den stationären Buchhandel werden untersucht. Zum Abschluss dieser Arbeit werden Strategien für den Buchhandel ohne Preisbindung aufgezeigt.

Zielgruppen:

Diese Arbeit richtet sich an Geschäftsinhaber sowie Mitarbeiter im Buchhandel und Verlagswesen und in kulturellen Institutionen sowie an Buchkäufer, die sich für kulturelle und politische Aspekte des Buchhandels interessieren.

Der Verfasser:

Urs Bücheler, Burgweg 11, 6010 Kriens, arbeitet in der Buchhandlung Stocker in Luzern.

Burch, Patricia, siehe Brügger, Judith, Burch, Patricia und Simo, Susanna

Interaktionen zwischen kulturellen Grossveranstaltungen, Stadtverwaltung und Tourismus.

Auswirkungen kultureller Grossveranstaltungen auf die Stadtverwaltung und den Tourismus in Luzern – verdeutlicht am Beispiel des Blue Balls Festivals

Franco, Raffaele, Kessler, Steffi, Liembd, Marco

Vision 2016 - Das KKL Luzern im Zeitalter der Salle Modulable

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Ein anonymer Gönner spendet dem Luzerner Kulturraum 100 Millionen Franken für den Bau eines innerlich frei modulierbaren Veranstaltungsortes: Der Salle Modulable. Vorliegende Arbeit geht davon aus, dass die Salle Modulable im Jahr 2014 eröffnet wird und befragt Betroffene und Entscheidungsträger (Stiftung Salle Modulable, KKL Luzern, Stadt Luzern, Kanton Luzern), wie die beiden Häuser KKL Luzern und Salle Modulable im Jahr 2016 nebeneinander funktionieren würden: Gibt es genügend Inhalte und Publikum für zwei solch grosse Veranstaltungshäuser? Oder würde das KKL Luzern durch die Existenz der Salle Modulable Inhalte wie auch Zuschauer verlieren?

Die von den Betroffenen und Entscheidungsträgern gemachten Visionen werden in einem zweiten Schritt von externen Fachpersonen beurteilt, bevor die Autorengruppe beurteilt, ob das KKL Luzern durch eine Salle Modulable Publikum und Inhalte verlieren würde.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse:

Das KKL Luzern verliert nur dann nicht an Inhalten und Zuschauern, wenn das Projekt Salle Modulable auf gesunden Beinen steht und als klare Ergänzung zum KKL Luzern (inhaltlich wie auch in der Standortfrage) wahr genommen wird. Aus diesem Grund sind für die Salle Modulable idealste Bedingungen in Fragen des Standortes und der Finanzierung nötig. In der Sicht der Autorengruppe wird erst eine schwache Salle Modulable zur Konkurrenz für das KKL Luzern.

Zielgruppen:

- Stiftung Salle Modulable
- KKL Luzern
- Stadt und Kanton Luzern
- Luzerner Theater
- Kulturschaffende und -interessierte

Stichworte zur Autorengruppe:

- Steffi Kessler: Mitarbeiterin Kulturstelle Stadt Aarau / steffi.kessler@gmx.ch
- Marco Liembd: Musikchef Radio Pilatus Luzern / mail@liembd.com
- Raffaele Franco: Jugendanimator Gemeinde Hünenberg (ZG) / contact@eastpole.ch

Fries, Melanie, Hofmann, Regula, Ineichen, Thomas

Musikschulen als kulturelle Bildungsstätten!

Kurzbeschreibung, Zielsetzung, Erkenntnisse:

Als relativ junge Institutionen haben die Musikschulen in den letzten Jahren immer wieder versucht, sich als nicht mehr wegzudenkende Bildungsinstitutionen zu etablieren – nicht immer mit Erfolg. Ist ein Nutzen des Musikunterrichts für die Wissenschaft sowie die Gesellschaft erkennbar?

Die meisten öffentlich zugänglichen und subventionierten Musikschulen sind in den letzten 30 – 50 Jahren entstanden. Diese bieten heute praktisch flächendeckend ein breit gefächertes musikalisches Ausbildungsspektrum an.

Die vorliegende Arbeit beleuchtet die Auswirkungen und den Nutzen des Musikunterrichts innerhalb der Volksschule sowie den Stellenwert und die Akzeptanz der Musikschulen in der heutigen Gesellschaft.

Untersuchungen auf Grund wissenschaftlicher Studien und Umfragen bei Musikschülern und Eltern belegen die Auswirkungen des Musikunterrichts auf das Individuum innerhalb der allgemeinen Bildung. Statistisches Zahlenmaterial der Musikschulen der Kantone Luzern und Zürich und die Haltung von Politik und Gesellschaft werden analysiert.

Als Ziel der Arbeit sollen zuständige Instanzen mit ihren Entscheidungsträgern überzeugt werden, dass qualitativ guter und vielfältiger Musikunterricht eine Investition in die Zukunft der Erwachsenen von morgen ist.

Die Arbeit weist nach, dass die Musikschulen es verdienen, in der Bildungslandschaft einen noch gewichtigeren Stellenwert einzunehmen.

Zielgruppen:

Zielgruppen Musikschüler, Eltern und Musiklehrpersonen, sowie die Entscheidungsträger der Bildungspolitik.

Angaben zu den VerfasserInnen und Kontakte:

- Melanie Fries, Fröbelstr. 40, 8032 Zürich, arbeitet als Projektleiterin im Haus Konstruktiv Zürich, (mel@melography.ch)

- Regula Hofmann, Sonnedörfli 4, 6162 Finsterwald, arbeitet als Musiklehrperson der Musikschule Entlebuch, Kriens und Uri und stv. Musikschulleiterin der Musikschule Kriens (regula.hofmann@bluewin.ch)

- Thomas Ineichen, Gewerbeschulstr. 28, 8620 Wetzikon, ist Hauptschulleiter der Musikschule Zürcher Oberland (tineichen@swissonline.ch)

Hagenbuch, Marco, Sommerhalder, Nicole

Jugendkulturhaus Flösserplatz - Die Entwicklung zum professionellen Kulturbetrieb

Kurzbeschreibung und Zielsetzung:

Am Beispiel des Jugendkulturhauses Flösserplatz in Aarau wollen wir aufzeigen, welche Anforderungen eine solche Institution im Jahr 2011 erfüllen muss, um am Puls der Zeit zu sein.

Das Ziel der Arbeit ist es zu verdeutlichen, was es braucht, um heutzutage ein Jugendkulturhaus, unter Berücksichtigung des bestehenden Leistungsauftrages, in dieser Form zu betreiben und zu leiten. Die Arbeit soll veranschaulichen, welche Ressourcen, verglichen mit den Anfangsjahren, heute benötigt werden.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse:

Zusammenfassend kann man sagen, dass es politisch sehr ruhig um das Jugendkulturhaus geworden ist. Es steht mit einem gesunden Fundament da. Die jährlichen Kämpfe um das Budget sind weggefallen. Es gibt sehr selten noch Reklamationen oder Beschwerden von der Bevölkerung.

Die Besucherzahlen wie auch die Anzahl Veranstaltungen sind in den letzten 4-5 Jahren gesunken. Der Flösserplatz befindet sich zurzeit in einem Wandel, welcher auf einen Generationenwechsel zurückzuführen ist. Das Engagement der Jugendlichen heute ist gesunken, dadurch gibt es weniger Veranstaltungen und weniger Besucher. Grund dafür könnte sein, dass der Leistungsdruck auf die Jugendlichen in der Schule und dem Berufsleben stark gestiegen ist. Aktuell ist die Tendenz wieder am Steigen.

Das Haus ist einem ständigen Wandel unterzogen – kein Jahr gleicht dem andern. Es sind enorme Trendwenden bei den Jugendlichen zu verzeichnen, wie auch verschiedene Strömungen innerhalb der verschiedenen Jugendszenen.

Zielgruppen:

- Stadtverwaltung
- Jugendliche
- die Einwohner von Aarau

Angaben zu den Verfassern:

- Nicole Sommerhalder, Mühleweg 16, 5034 Suhr, nicole.sommerhalder@gmail.com
- Marco Hagenbuch, Talbachweg 36, 5107 Schinznach-Dorf, marco.hagenbuch@floesserplatz.ch

Hofmann, Regula, siehe Fries, Melanie, Hofmann, Regula, Ineichen, Thomas
Musikschulen als kulturelle Bildungsstätten!

Ineichen, Thomas, siehe Fries, Melanie, Hofmann, Regula, Ineichen, Thomas
Musikschulen als kulturelle Bildungsstätten!

Kessler, Steffi, siehe **Franco, Raffaele, Kessler, Steffi, Liembd, Marco**
Vision 2016 - Das KKL Luzern im Zeitalter der Salle Modulable

Liembd, Marco, siehe **Franco, Raffaele, Kessler, Steffi, Liembd, Marco**
Vision 2016 - Das KKL Luzern im Zeitalter der Salle Modulable

Mennel, Doris, siehe **Ammann, Susanne, Mennel, Doris, Passerini-Lustenberger, Madelaine**
Gezielte Kulturvermittlung an Schulen im Kanton Obwalden - Welche Erkenntnisse aus Projekten in den Kantonen Aargau und Bern könnten zu einem Projektstart in Obwalden verhelfen? – 6 Empfehlungen.

Passerini-Lustenberger, Madelaine, siehe **Ammann, Susanne, Mennel, Doris, Passerini-Lustenberger, Madelaine**
Gezielte Kulturvermittlung an Schulen im Kanton Obwalden - Welche Erkenntnisse aus Projekten in den Kantonen Aargau und Bern könnten zu einem Projektstart in Obwalden verhelfen? – 6 Empfehlungen.

Rolli, Jrene, siehe **Bühlmann, Anja, Büchel, Michael, Rolli, Jrene**
Kunst in der Werbung | Kultur als Imagefaktor
Warum Banken in ihrer Werbung auf Bildende und Darstellende Kunst setzen.
Über Mutualismen, Konfliktzonen und Schwierigkeiten von Kunst in der Werbung und deren Wirkung auf die Konsumenten.

Segrada, Lorin, Soliva, Luzia, Urban, Susanne

SOCIAL MEDIA MARKETING

Studie zur Effizienz von Facebook als Werbeinstrument für Musik-Clubs

Kurzbeschreibung:

Das Web 2.0 hat auch im Marketing Einzug gehalten - das Schlagwort der Stunde lautet „Social Media Marketing“.

Als Kulturschaffende im Bereich Rock-/Popmusik sehen wir uns täglich mit dieser Thematik konfrontiert. Längst arbeiten auch wir mit dem Web 2.0. Allerdings zeichnet sich je länger je mehr ein Problem ab. Wie evaluiert man Social Media Marketing?

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, Aussagen zu machen über die Effizienz des Bewerbens von kulturellen Veranstaltungen im Rock/Pop-Bereich über Facebook.

Ausserdem wollen wir Anhaltspunkte liefern, die PR- und Marketingverantwortlichen von Musik-Clubs helfen, ihre Facebook-Werbung zu optimieren.

Zielgruppen:

Unsere Zielgruppen sind:

- Organisatoren von kulturellen Veranstaltungen
- Betreiber einer kulturellen Institution

Ergebnisse:

Unsere Arbeit zeigt auf, dass sich Facebook für die Werbung eines Musik-Clubs im Pop-Rock-Bereich zu einem wichtigen Medium entwickelt hat. Unsere Umfrage zeigt, dass damit gut drei Viertel des Zielpublikums erreicht werden können.

Gleichzeitig bedeutet dies aber, dass man sich keinesfalls nur auf das Medium Facebook verlassen und die bisherigen Werbekanäle nicht vernachlässigen sollte.

Nicht nur, dass man einen Viertel nicht erreicht, die Effektivität nimmt auch ab, je älter das Zielpublikum wird.

Beim Publikum im Alter bis 29 Jahre ist die Akzeptanz von Facebook-Werbung so gut, dass sich für Veranstaltungen mit einem Zielpublikum dieser Altersklasse Facebook-Werbung aufdrängt. Bei älteren Zielgruppen nimmt dies jedoch rapide ab.

Nicht vergessen darf man, dass auf einer Social Media Plattform das Soziale immer im Zentrum steht. Unsere Umfrage belegt, dass sich ein Empfänger einer Facebook-Werbung diese viel eher anschaut, wenn er den Absender persönlich kennt.

Für die praktische Arbeit ergibt sich der Schluss, dass ein Veranstalter oder Marketingbeauftragter ein Netzwerk von Multiplikatoren aufbauen sollte, die die gewünschten Inhalte in ihrem Bekanntenkreis weiterverbreiten.

VerfasserInnen:

- Lorin Segrada, Mühleweg 16, 5034 Suhr, lorin_s@gmx.de, 076 521 92 71

Kulturschaffender und Konzertveranstalter

- Luzia Soliva, Küttigerstrasse 10, 5000 Aarau, l.soliva@gmail.ch, 079 391 44 38

Kulturschaffende im Jugendkulturhaus Flösserplatz Aarau

- Susanne Urban, Marktgasse 5, 8640 Rapperswil, su@sunidos.com, 078 628 37 23

Kulturschaffende mit eigener Bookingagentur «Sunidos»

Sommerhalder, Nicole, siehe **Hagenbuch, Marco, Sommerhalder, Nicole**
Jugendkulturhaus Flösserplatz - Die Entwicklung zum professionellen Kulturbetrieb

Simo, Susanna, siehe **Brügger, Judith, Burch, Patricia und Simo, Susanna**
Interaktionen zwischen kulturellen Grossveranstaltungen, Stadtverwaltung und
Tourismus.
Auswirkungen kultureller Grossveranstaltungen auf die Stadtverwaltung und den
Tourismus in Luzern – verdeutlicht am Beispiel des Blue Balls Festivals

Soliva, Luzia, siehe **Segrada, Lorin, Soliva, Luzia, Urban, Susanne**
SOCIAL MEDIA MARKETING
Studie zur Effizienz von Facebook als Werbeinstrument für Musik-Clubs

Urban, Susanne, siehe **Segrada, Lorin, Soliva, Luzia, Urban, Susanne**
SOCIAL MEDIA MARKETING
Studie zur Effizienz von Facebook als Werbeinstrument für Musik-Clubs

Abstracts zu den Masterarbeiten des MAS Kulturmanagement Praxis
der Hochschule Luzern – Design & Kunst, Kurs C/10
Winter 2011/12

Casu Jonathan, Fuchs Fabian, Spengeler Barbara

Standort und Erfolg

Eine Momentaufnahme der Diskussion um die Standorte von Kulturhäusern der Freien Kulturszene in der Stadt Luzern. Wie wichtig ist der zentrale Standort wirklich für den Erfolg kultureller Produktionen der Freien Kulturszene?

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Als Vorort von Zürich wird die Stadt Luzern zu einem attraktiven Wohn- und Arbeitsort, was Auswirkungen auf die kulturelle Raumentwicklung der Stadt Luzern hat. Die Freie und Alternative Kulturszene wird sukzessive an die Peripherie der Stadt Luzern verdrängt. Spätestens seit der Schliessung des Kulturzentrums Boa und der Neueröffnung des Südpol Musik Tanz Theater an der Peripherie der Stadt Luzern, ist diese Verdrängung ein Thema in den Köpfen vieler Luzerner Kulturschaffenden. Die Standortdiskussion sorgt regelmässig für Turbulenzen und Unmut bei den Luzerner Kulturschaffenden. So stellt sich die Frage, ob diese Kultur an der Peripherie stattfinden soll und dort überhaupt überleben kann?

Mit dieser Arbeit untersucht die Autorengruppe anhand von Publikumsbefragungen und Gesprächen mit Kulturschaffenden und Leitenden von Kulturhäusern, die Wichtigkeit des Standorts für Kulturhäuser und kulturelle Projekte der Freien und Alternativen Szene.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Der Standort alleine ist kein Garant für den Erfolg von Kulturhäusern und kulturellen Produktionen. Es ist ein Ensemble von Erfolgsfaktoren, die zum Erfolg führen. Die Untersuchung zeigt, dass das Publikum der Freien Kulturszene bereit ist, für ein spannendes Programm, einen ansprechenden Inhalt oder einen interessanten Künstler längere Distanzen auf sich zu nehmen. In erster Linie geht es bei der Standortdiskussion nicht um die räumliche Verdrängung, sondern vielmehr um die Verdrängung aus dem Blickfeld der Gesellschaft und Kulturförderer.

Zielgruppen

Kulturschaffende
Kulturinstitutionen
Politik und Kulturverantwortlichen der Stadt Luzern.

Die VerfasserInnen

Fabian Fuchs: Leiter Musikbüro Südpol Luzern
fabianfuchs@suedpol-luzern.ch | 079 415 40 51
Jonathan Casu: Mitarbeiter Jugendkulturhaus Industrie 45 Zug
jonathancasu@gmail.com | 076 402 87 09
Barbara Spengeler: Mitarbeiterin Somehuus Sursee
babara.spengeler@gmail.com | 076 443 11 18

Dill Barbara und Itel Patricia

Kultur zwischen Grundbedürfnis und „nice to have“

Eine empirische Untersuchung von Baselbieter Kulturansichten und -erwartungen im Rahmen der Volksabstimmung „Subvention der Theatergenossenschaft Basel“ 2011

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Im Februar 2011 entschieden die Baselbieter Stimmbürger in einer Referendumsabstimmung über zusätzliche Subventionsgelder für das Theater Basel. Nach einem teils emotional geführten Abstimmungskampf endete dieser für das Theater mit einem ernüchternden Nein. In der hitzigen Abstimmungsdebatte wurden in erster Linie finanzielle Argumente hervorgebracht. Ausserdem war die Debatte durchzogen von Kantonsstreitereien, bröckelndem Partnerschaftsverhältnis und Solidaritätsargumenten. Doch wo blieb die eigentliche Kulturdiskussion?

Die Masterarbeit eruiert Kulturbegriffe sowie Bedeutungszuschreibungen von Kultur in der Gesellschaft und damit verbundene Erwartungen an die Kulturpolitik. Im Kern erzählen fünf Baselbieter Stimmbürger und der Kulturbeauftragte BL über ihre Perspektiven von Kultur und Kulturförderung. Die Theater Basel Abstimmung diene als Bezugspunkt für die Auseinandersetzung mit der Thematik.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Die Arbeit zeigt, dass die Grundansichten bezüglich Kultur und Kulturpolitik – trotz des facettenreichen Kulturbegriffs – nahe beieinander liegen. Es sind lediglich verschiedene kulturelle Vorlieben und Förderschwerpunkte über die Bevölkerung verteilt. Diese nehmen im Zuge der Individualisierung zu, prägen Meinungen zu politischen, gesellschaftlichen sowie wirtschaftlichen Themen und stellen die grosse Herausforderung für die öffentliche Kulturfinanzierung dar. Dies verlangt nach einer vielseitigen, nachhaltigen und vermittelnden Kulturförderung nach dem Subsidiaritätsprinzip, aber auch nach einer zunehmenden Verankerung der Kultur in der Öffentlichkeit als wichtige gesellschaftliche Verpflichtung.

Zielgruppen

- KulturpolitikerInnen und -Behörden
- Kulturschaffende und -Institutionen
- KulturmanagerInnen
- kulturinteressierte Öffentlichkeit

Die Verfasserinnen

Barbara Dill, B.A. der Universität Basel in Kulturanthropologie und Medienwissenschaft, freie Mitarbeiterin Kulturmanagement, barbara.ch.dill@gmail.com
Patricia Itel, Leitung Kulturlokal Merkker, patricia.itel@gmail.com

Fuchs Fabian siehe Casu Jonathan, Fuchs Fabian, Spengeler Barbara

Standort und Erfolg

Eine Momentaufnahme der Diskussion um die Standorte von Kulturhäusern der Freien Kulturszene in der Stadt Luzern. Wie wichtig ist der zentrale Standort wirklich für den Erfolg kultureller Produktionen der Freien Kulturszene?

Häusler Claudia-Zwyer und Theler-Syfrig Martina

Kulturarbeit in der pluralen Gesellschaft

Wie gestaltet sich das gesellschaftlich-kulturelle Zusammenleben im Spannungsfeld zwischen einheimischer und zugezogener Bevölkerung in ländlichen Gemeinden mit hoher Zuwanderungsrate? Studie am Beispiel von Engelberg (OW) und Oberägeri (ZG).

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Die Bevölkerung wird immer vielfältiger in ihrer Zusammensetzung. Dieses Phänomen ist längst nicht mehr nur in Städten ein Thema. Auch auf dem Land erleben Gemeinden mit hoher Zuwanderungsrate diese Veränderungen der Gesellschaft.

Ziel dieser Arbeit ist es, am Beispiel von zwei ländlichen Gemeinden zu zeigen, wie das gesellschaftlich-kulturelle Zusammenleben innerhalb einer pluralen Gesellschaft funktioniert, ob und wo sich die verschiedenen Vertreter der Bevölkerung treffen. Dazu wurden Einheimische und Zugezogene in den beiden Gemeinden nach ihrer Teilnahme am Dorfleben und ihren Interessen, im speziellen nach ihren kulturellen Interessen befragt. Aufbauend auf den erarbeiteten Resultaten wurde eine Diskussionsrunde mit lokalen Kulturexperten geführt.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Nach Angabe der Befragten besteht kein akutes Spannungsfeld in der Bevölkerung. Die Art und Häufigkeit der Kontakte haben sehr stark mit dem Charakter jedes einzelnen – unabhängig von seiner Herkunft – zu tun. Kulturelle Veranstaltungen könnten laut den lokalen Experten vor allem dann vermehrt zu Begegnungsorten werden, wenn sie neben den kulturellen Inhalten auch den Geselligkeits-Aspekt berücksichtigen.

Zielgruppen

Die Arbeit richtet sich in erster Linie an Kulturveranstalter in den untersuchten Gemeinden, an kommunale und kantonale Kulturbeauftragte und an lokale Künstlerinnen und Künstler. Auch andere Gemeinden in ländlichen Gebieten mit ähnlicher Bevölkerungszusammensetzung zählen zur Zielgruppe.

Die Verfasserinnen

Claudia Häusler-Zwyer, Mühlegasse 11, 6314 Unterägeri, arbeitet als Kulturverantwortliche bei der Einwohnergemeinde Oberägeri.

Martina Theler-Syfrig, Kilchbühlstrasse 64, 6390 Engelberg, arbeitet als Musiklehrerin in Engelberg und Alpnach.

Itel Patricia siehe Dill Barbara und Itel Patricia

Kultur zwischen Grundbedürfnis und „nice to have“

Eine empirische Untersuchung von Baselbieter Kulturansichten und -erwartungen im Rahmen der Volksabstimmung „Subvention der Theatergenossenschaft Basel“ 2011

Kamm Barbara und Zeiter Manuela

Strategieentwicklung der nationalen Kulturförderung

„Es geht bei der Kulturförderung darum, dass der Bund sensibel darauf schaut, was die Bedürfnisse der Kunstschaffenden sind.“ (Urs Staub, Bundesamt für Kultur)

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Strategieentwicklungsprozess der nationalen Kulturförderung auf Bundesebene der Schweiz. Zusammen mit dem neuen Kulturförderungsgesetz (KFG) tritt am 1. Januar 2012 die Kulturbotschaft für die Finanzierung 2012-2015 in Kraft. Sie legt die strategische Ausrichtung der Kulturpolitik des Bundes fest, indem sie Themenschwerpunkte festsetzt. Ziel dieser Arbeit ist es zu zeigen, wer in der Schweiz für die Erarbeitung der Strategie der Kulturförderung auf nationaler Ebene (Kulturbotschaft) verantwortlich ist und welche Herausforderungen sich dabei stellen.

Die Erarbeitung der Kulturbotschaft wurde mit den Schritten eines idealen Strategieentwicklungsprozesses verglichen und untersucht. Geführt hat diesen Prozess das Bundesamt für Kultur, involviert waren dabei die Akteure der Bundesebene. Die anderen Akteure der Kulturförderung (Kantone, Städte und Gemeinden) sowie die Organisationen der Kulturschaffenden und die Künstlerinnen und Künstler kritisierten die mangelnde Einbindung ihrer Interessen in diesen Prozess. Als Vorzeigebispiel einer Ideallösung für eine dauerhafte Einbindung der verschiedenen Akteure wird das schwedische Kulturförderungsmodell mit dem Kulturrat präsentiert.

Zielgruppen

Die Arbeit bietet den Akteuren der Kulturförderung in der Schweiz, den politischen Entscheidungsträgern auf Bundes-, Kantons- und Städte- und Gemeindeebene und den Kulturschaffenden eine Grundlage für die Diskussion über die Umsetzung der strategischen Ziele der Kulturförderung auf nationaler Ebene bzw. über den Einbezug der Akteure bei deren Entwicklung.

Die Verfasserinnen

Barbara Kamm, Meienfeldstrasse 46, 8645 Jona
Manuela Zeiter, Gutenbergstrasse 5, 3011 Bern

Rizzi Rieko

Die Bedeutung des Singens im Alter

"Singen 60+" - aktiv im dritten Lebensalter

Kurzbeschreibung und Zielsetzung

Es ist überall möglich zu singen. Und das Singen ist bei allen Generationsgruppen beliebt. Man kann, ohne ein Musikinstrument zu benötigen, überall singen - als Kind bereits im Kindergarten, später in der Kirche, in der Schule oder in der Freizeit.

Heute leben Menschen im AHV-Alter gesund und können ihre geliebten Aktivitäten –vor allem das Singen – länger weiterführen. Es ist bekannt, dass ältere Menschen besonders gerne singen und grossen Wert auf diese Aktivität legen.

Um diese Tatsache genauer zu betrachten, wird die Bedeutung des Singens bei älteren Menschen im sogenannten dritten Lebensalter, zwischen 60 und 80, in der vorliegenden Arbeit anhand einer Untersuchung im Raum Zürich thematisiert.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, die Bedürfnisse nach musikalischen Aktivitäten der Menschen im dritten Lebensalter, die nicht in einem Altersheim wohnen, bekanntzumachen und bei der öffentlichen Hand und kulturinteressierten Gemeinschaften das Interesse für die Unterstützung dieser Bedürfnisse zu wecken.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Ältere Menschen wollen und möchten singen.

Es wurde in der vorliegenden Arbeit festgestellt, dass der finanzielle Aspekt bei älteren Menschen nicht ausschlaggebend für die Nutzung von Singmöglichkeiten ist. Denn in Chören mit hohen Mitgliederbeiträgen ist auch der Anteil der älteren Menschen nicht tiefer als anderswo. Aber in qualitativ hochstehenden Chören begrenzen äussere Faktoren, wie allen voran die Altersbeschränkung für Neueintritte und eine Festlegung des Höchstalters für die Chormitglieder, die Singmöglichkeiten für Menschen im dritten Lebensalter. Es gibt im Raum Zürich daneben auch genug kostengünstige Alterssinggemeinschaften. Jedoch sind sie qualitativ wenig anspruchsvoll und eher für über 75-jährigen Senioren geeignet.

Zielgruppen

- Selbständig lebende Senioren zwischen 60 und 80
- Freiwillige Chorgemeinschaften
- Sozialdepartment der Stadt Zürich
- Pro Senectute
- Pro Juventute in Zusammenarbeit für Generationsübergreifende Projekte
- Öffentliche Hand, Mäzenen, Stiftungen

Die Verfasserin

Rieko Rizzi, Toblerstrasse 6, 8044 Zürich, rieko1@bluewin.ch

Rööslì Scherer Manuela

Integrierter Musikunterricht:

Aus Liebe zu den Kindern und für die Welt von morgen

Kurzbeschreibung, Zielsetzung, Zielgruppen

Im integrierten Musikunterricht erlernen alle Kinder vom Kindergarten bis zur zweiten Klasse, unter Anleitung eines/r qualifizierten Musik- und Bewegungspädagogen/in, gemeinsam die musikpraktischen Grundlagen. Unabhängig von Religion oder sozialer Herkunft erhalten alle Kinder den integrierten Musikunterricht während den Schulstunden.

Die vorliegende Masterarbeit zeigt im ersten Teil die Theorie und die Rahmenvoraussetzungen des integrierten Musikunterrichts. Im zweiten Teil wird die Praxis des integrierten Musikunterrichts erörtert. Die durchgeführte empirische Erhebung wird ausführlich vorgestellt und belegt.

Ziel der Arbeit ist es, den integrierten Musikunterricht klarer zu positionieren und aufzuzeigen, dass er für die Musikalität, die Motivation für die Musik und für das Selbstbewusstsein der Kinder förderlich ist.

Die Resultate der Arbeit dienen als politisches Instrument, um die weitere Finanzierung zu gewährleisten.

Die vorliegende Arbeit kommt zum Schluss, dass unabhängig von Religion oder sozialer Herkunft in der Vermittlung vom integrierten Musikunterricht „Kultur mit allen“ (Ulrike Giessner) gelebt wird. Integrierter Musikunterricht ermöglicht es, nicht nur Kulturgut auf- oder überzunehmen, sondern auch, dass sich Kinder bereits im Kindergartenalter aktiv mit eigenen Gedanken, Ideen und Meinungen an der Welt von morgen beteiligen.

Zielgruppen

Die Masterarbeit wendet sich an Musikschulen der Schweiz, Eltern, Lehrpersonen sowie an Bildungskommissionen oder Schulpflegen, die den integrierten Musikunterricht noch nicht kennen und Einblick in einen qualifizierten Musikunterricht haben wollen.

Die Verfasserin

Manuela Rööslı Scherer, 13.06.1974, ist Musik- und Bewegungspädagogin und stv. Schulleiterin der Musikschule Region Sursee.

Manuela Rööslı, Rathaus, 6210 Sursee, Telefon 079 545 10 71
manuelaroesli@bluewin.ch

Spengeler Barbara siehe Casu Jonathan, Fuchs Fabian, Spengeler Barbara

Standort und Erfolg

Eine Momentaufnahme der Diskussion um die Standorte von Kulturhäusern der Freien Kulturszene in der Stadt Luzern. Wie wichtig ist der zentrale Standort wirklich für den Erfolg kultureller Produktionen der Freien Kulturszene?

Theler-Syfrig Martina siehe Häusler-Zwyer Claudia und Theler-Syfrig Martina

Kulturarbeit in der pluralen Gesellschaft

Wie gestaltet sich das gesellschaftlich-kulturelle Zusammenleben im Spannungsfeld zwischen einheimischer und zugezogener Bevölkerung in ländlichen Gemeinden mit hoher Zuwanderungsrate? Studie am Beispiel von Engelberg (OW) und Oberägeri (ZG).

Zeiter Manuela siehe Kamm Barbara und Zeiter Manuela

Strategieentwicklung der nationalen Kulturförderung

„Es geht bei der Kulturförderung darum, dass der Bund sensibel darauf schaut, was die Bedürfnisse der Kunstschaffenden sind.“ (Urs Staub, Bundesamt für Kultur)