

KULTURMANAGEMENT I

Beschreibung

Sensibilisierung für die Praxis der Mittelbeschaffung unter Berücksichtigung von kulturpolitischen, kunstrelevanten und ökologischen Aspekten der Kultur- und Wissensvermittlung.

Dozierender

René Stettler, künstl. Leiter Neue Galerie Luzern und Schweizer Biennale zu Wissenschaft, Technik + Ästhetik <http://www.neugalu.ch>, Doctoral Candidate Universität Plymouth, UK.

Lernziele

Sensibilisierung für Problemstellungen bei der Beschaffung von finanziellen Mitteln für Kultur- und Kunstprojekte, Bedürfnisabklärung, Markt, ökologische Aspekte der Kulturarbeit. Vertrautwerden mit Finanzierungsformen der öffentlichen und privaten Kultur- und Kunstförderung. Strategien und Massnahmen zur Motivation von Kulturförderern.

Inhalt

Unterschiede zwischen Fundraising, Sponsoring, öffentlicher Kulturförderung, Mäzenatentum. Instrumente der Mittelbeschaffung, Gesuchstellung. Analysekriterien bei der Wahl von Sponsoringpartnerschaften, Eigenbeurteilung des Gesponserten, Verhandlungsstrategien. Einblick in die Praxis der Kulturvermittlung aus der Sicht einer Kulturinstitution.

Lernform

Seminar mit Gruppenarbeit

Anzahl Teilnehmer

max. 25

Literatur

W. Heinrichs, Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung. Primus Verlag, 1999.
N. Gramaccini, M. Krethlow, Nützt die Kulturförderung den Förderern? Verlag Huber, 1999.