



# Über fachliche Grenzen hinaus

*Kulturwissenschaften an der Leuphana Universität Lüneburg zwischen Theorie und Praxis*

## Studiengang und Einführung

Aktuelle Studien und Forschungen belegen, dass die Kreativwirtschaft und der kulturelle Sektor als Wirtschaftsfaktor immer bedeutender und differenzierter werden. Eine immer größere Bandbreite an Spezialisierungen tut sich auf und die Anzahl an Studiengängen mit Kulturmanagement-Anteil steigt stetig. Doch welches Rüstzeug wird in der Praxis gebraucht, um ein Know-how für kulturelle Kommunikation, und zielgerechte Inhalte zu erlangen und gleichzeitig mit einer positiven Bilanz – nicht nur ökonomisch, sondern auch sozial und inhaltlich – das Geschäftsjahr zu verlassen? Welche Methoden und Projekte braucht es, um die beiden Disziplinen Wirtschaftswissenschaften und Kulturwissenschaften zu vereinen? Beide Studiengänge koexistieren schon lange an vielen Universitäten. Aber reicht es wirklich, nur Wirtschaftlichkeits-Prinzipien zu kennen und einseitige Kulturdefinitionen abzurufen? Für die Leuphana Universität Lüneburg sind Transdisziplinarität, Vielfalt und eine fokussierte Branchenspezifität für Kultur die Grundsteine für eine erfolgreiche Lehre und Vermittlung von Kultur. Nach der Reorganisation der Universität im Jahr 2006 sind die Kulturwissenschaften Teil eines ersten Colleges in Deutschland, dem Leuphana College. Das neu angelegte Leuphana Semester und das jetzige Leitbild unterstreichen die Grundsätze einer interdisziplinären Kulturwissenschafts-Ausrichtung: Erstsemester aller Fachrichtungen belegen gemeinsam vier Module, die auf wissenschaftliches Lernen vorbereiten und schon am Anfang die Augen für ein erweitertes Blickfeld öffnen sollen: Nachhaltigkeit, Geschichte und Methoden liefern die Basis für einen erfolgreichen Studienverlauf. Für das Kulturmanagement kommt die Transdisziplinarität, also der Austausch mit auch nicht-akademischen Akteuren des Feldes als Indikator hinzu. Die Hybridisierung von kreativen und angewandten Ideen und fundierten theoretischen Fachkenntnissen sollen nicht nur Ziele der Studenten sein, auch in der Organisation und Lehre unseres Studienganges schlagen sich diese Maxime nieder.

## Lehrveranstaltungen

„Ein praxisorientiertes Studium braucht eine fundierte Theoriegrundlage.“ Dafür spricht sich Sigrid Bekmeier-Feuerhahn aus. Beispielhaft für den zusammenführenden Charakter der Lehrveranstaltungen ist die Vorlesung **Kulturmarketing**: Hier treffen Praxisinhalte auf Management und Marketingtheorien, die anhand von kulturinstitutionellen Praxisbeispielen aus Lüneburg, Hamburg oder auch des internationalen Raumes Gestalt annehmen:

## DIE HAUPTAMT- LICH LEHRENDEN

*Professorin Dr. Sigrid Bekmeier-Feuerhahn vom Institut für Unternehmensentwicklung am Lehrstuhl für Kommunikations- & Kulturmanagement erforscht Kommunikations- und Marketingfragen. Das Team um Professor Dr. Volker Kirchberg vom Institut für Soziologie und Kulturorganisation beschäftigt sich mit Kultursoziologie und anderen Feldern der Organisation, der gesellschaftlichen Funktionen und der Vermittlung im Kultursektor. Zusammen leiten beide das Vertiefungsfach „Kulturorganisation und Kommunikation“ des Kulturwissenschaftsbachelors.*



## ARTS

## ORGANIZATION

*Zusätzlich leitet Professor Dr. Volker Kirchberg den englischsprachigen Minor „Arts Organization“ im Masterprogramm „Kulturwissenschaften – Arts, Culture and Media“ der Leuphana Universität. Auch hier wird der Gedanke der Vielfalt und Transdisziplinarität weitergeführt: Ein gewähltes Minor-Programm, eine Vertiefung und der Wahlbereich für Veranstaltungen aus anderen Spezialisierungen bestimmen ebenfalls den Studienverlauf des Masters. Eine intensive Betreuung wird durch die kleine Größe des Studiengangs von ca. 60 Studierenden gewährleistet.*

### ... Über fachliche Grenzen hinaus

Welche finanzierungspolitischen Instrumente sind in einem Non-Profit-Theater anwendbar oder wie analysiert man eine Zielgruppe? Die grundlegenden Kenntnisse der Marketingmixinstrumente, Analysen und Strategien werden im ersten Teil der Vorlesung vermittelt, während die Studenten sich danach in Kleingruppen Fallbeispielen und Fragen zuwenden. So wird der zuvor gehörte Inhalt sofort in die Praxis umgesetzt.

Das Modul **Praxis des Kulturbetriebes** geht hierbei noch einen Schritt weiter: In Seminargröße erarbeiten Studierende ein Semester lang beispielsweise ein PR-Konzept für ein Unternehmen der Musik-Branche. Die aktuellen medialen und technischen Veränderungen sollen in die immer relevanter werdende strategische Kommunikation für Kulturbetriebe eingebaut werden. Während die Medienlandschaft und die Pluralisierung der Kommunikationskanäle im Hintergrund vermittelt werden, wird das PR-Konzept in Gruppen erarbeitet und am Ende durch eine Präsentation abgeschlossen. Die essentiellen BWL-Inhalte werden stets auf Kulturinstitutionen, den Kulturmarkt und dessen Besonderheiten bezogen.

Das Modul **Theorie der Kulturorganisation** gibt den Studierenden die notwendige soziologische, ökonomische und rechtliche Basis, um Prozesse, Strukturen und Wandlungen des Kulturbetriebs zu begreifen. Dabei werden insbesondere anglo-amerikanische Theorien des Kulturbetriebs und ihre organisationssoziologischen Grundlagen vorgestellt sowie ihre Anwendbarkeit zur Analyse des Kulturbetriebs diskutiert. Dies schließt zudem – und nicht nur am Rande – Fragen der nachhaltigen Entwicklung von Kulturorganisationen und mögliche Impulse des Kulturbetriebes für nachhaltige gesellschaftliche Entwicklungen mit ein.

Das Modul **Studium spezieller Kultursparten** wendet sich den spezifischen Organisations-, Produktions- und Konsumtionsmustern einzelner Kultursparten zu. Dies können je nach Seminar oder Vorlesung Museen, Einrichtungen der bildenden und darstellenden Künste, Konzerthallen und Einrichtungen der Soziokultur sein. Wichtig sind hierbei die Beschreibung und Analyse der gesellschaftlichen Funktionen dieser Einrichtungen, Wechselwirkungen zwischen Kultureinrichtung und Gesellschaft sowie die Positionierung in ihren spezifischen ökonomischen, politischen, städtischen und ökologischen Umfeldern. Einzelfelder wie eine zeitgemäße Erlebnisorientierung von z.B. Musikfestivals, die Bedeutung der Konstruktion, Bewahrung oder auch Wandlung von Identitäts- und Gedächtniskonzepten und auch die Empirie der unterschiedlichen Besucherorientierung und -forschung in den einzelnen Sparten werden hier berücksichtigt.

Letztendlich münden diese vier Module in einem abschließenden Projektmodul, das praxis- und/oder theorieorientiert, kulturübergreifend und/oder spartenspezifisch, BWL- oder kultursoziologisch ausgearbeitet wird. Wichtig ist in diesem Projektmodul vor allem die Forschungsorientierung zum Erlernen wissenschaftlichen Arbeitens an einem ausgewählten Thema. Beispiel-



### ... Über fachliche Grenzen hinaus

haft erscheint uns dabei bisher die alle zwei Jahre organisierte Exkursion in die USA, die mit einem Projektmodul theoretisch und empirisch vorbereitet wird, damit dann vor Ort qualifiziert und kompetent - z.B. in den Marketing- und Vermittlungsabteilungen von Konzerthallen, Opern und Museen, in der Besucherforschung in amerikanischen Nationalmuseen, zur Bedeutung von Kunst und Kultur für die (nachhaltige) Stadtentwicklung in New York - angeleitet aber doch selbstständig durch die Studierenden eine empirisches Studienprojekt durchgeführt werden kann.

### Forschungsprojekte

Die Forschungsprojekte der beiden Lehrstühle bespielen die ganze Bandbreite von Kultur, Kommunikation, Soziologie und Organisation. Die Studie zum **Verzerrten Antwortverhalten in Besucherbefragungen** untersucht, ob bei Bewertungen von Kulturinstitutionen von einem sozial erwünschten Antwortverhalten auszugehen ist. Ein besonderes Augenmerk auf die Besonderheiten von kreativen Gründern wirft das Forschungsprojekt **Kommunikations-Strategien von Entrepreneuren in der Kultur- und Kreativwirtschaft**. Welchen Einfluss Markenbildung auf Kulturinstitutionen haben kann und welche Rolle die Besucherforschung einnimmt, zeigt das Forschungsfeld **Kulturbranding**. Die Wirkung von Kultur im städtischen Raum widmet sich der Forschungsbereich **Die Bedeutung von Kunst und Kultur für die Stadtentwicklung**. Interdisziplinär werden hierbei die amerikanische Stadt Baltimore und Hamburg miteinander verglichen. Der Einsatz von Künsten in Zusammenhang mit gesellschaftlichen Werten wird im Projekt **Kunst, Kultur und Nachhaltigkeit** thematisiert. Gleich mehrere Forscher widmen sich der **Rezeptions- und Publikumsforschung**, erstellen Studien zu repräsentativen Bevölkerungserhebungen des Kulturkonsums oder analysieren Reaktionen von Besuchern auf eine Kunstaussstellung.

### Abschlussarbeiten

An der Leuphana Universität ist es wichtig im Dialog zu bleiben, Anregungen aus unterschiedlichen Disziplinen in den Lehr-, -Lern-, - oder Forschungsprozess aufzunehmen und aufgeschlossen gegenüber Neuem zu bleiben: Ein einheitliches Verständnis von Kultur, welches ja stets einen transienten und dynamischen Charakter hat, wird beispielsweise an der Universität immer noch diskutiert. Diese augenscheinliche negative Prämisse bietet einen großen Vorteil für Studierende: Kultur und Kulturmanagement sind nichts Statisches und der Raum für Mitgestaltung, Kritik und neue Ideen sind stets gegeben. Die folgenden Absolventen haben sich in ihren Bachelor- oder Masterarbeiten einen neuen Zugang zu Kulturmanagement geschaffen und steuern so einen eigenständigen Beitrag zum aktuellen Diskurs bei. Auch hier zeigt sich wieder einmal die inhaltliche und methodische Vielfalt des Kulturbereichs:

Katrin Weiler: **Augmented Reality als interaktive, mediale Vermittlungsform im Museum - Potentiale und Einsatzmöglichkeiten am Beispiel der Zielgrup-**



WEITERE  
INFORMATIONEN  
[http://bit.ly/Kuwi\\_Leuphana](http://bit.ly/Kuwi_Leuphana)

... Über fachliche Grenzen hinaus

**pe Digital Natives.** Hier wird ein aktueller medialer Trend auf den Kulturbereich übertragen. Die Autorin dieser Bachelorarbeit entwickelt hier Indikatoren, welche Anforderungen Augmented Reality-Technologien hinsichtlich institutioneller, besucherorientierter und funktionaler Zielsetzungen erfüllen müssen, um als zukünftige Vermittlungsformen in Museen eingesetzt werden zu können.

Laura Klassen: **Storytelling in Sozialen Medien als partizipatives Audience Development klassischer Kulturbetriebe.** Die Integration von Partizipationsmöglichkeiten für Kulturnutzer greift eine immer noch aktuelle Diskussion im Kulturbereich auf. Die Bachelorarbeit untersucht, wie über das Web 2.0 und die Sozialen Netzwerke mit Hilfe eines digitalen Storytellings eine Partizipationsmöglichkeit und damit erfolgreiche Akquise insbesondere jüngerer Zielgruppen stattfinden kann.

Eine aktuelle Masterarbeit von Lea Jacobs zum Thema **Corporate Social Responsibility**, kurz CSR, widmet sich ferner dem aktuellen Diskurs zwischen Nachhaltigkeits- und Wirtschaftsfragen und geht den Fragen nach: Was bewirkt CSR und kann es zu einem bedeutenden Instrument für die Kulturlandwirtschaft werden?

Aus der Reihe von Abschlussarbeiten bei Prof. Dr. Volker Kirchberg seien drei publizierte Promotionen ausgewählt. Erstens handelt es sich dabei um die englischsprachige Doktorarbeit von Dr. Sacha Kagan zum Thema **Art and Sustainability**. Über diesen Arbeitsbereich der Schnittmenge aus Kunst- und Nachhaltigkeitsforschung wurde weiter oben schon berichtet. Dann sei die Doktorarbeit von Dr. Constanze Klotz erwähnt, die unter dem Titel **Vom Versuch, Kreativität in der Stadt zu planen - Die Internationale Bauausstellung IBA Hamburg** veröffentlicht wurde. Diese Arbeit ist dem Lehr- und Forschungsfeld der Kultureinflüsse auf die Stadtentwicklung zuzuordnen. Und letztlich ist die Doktorarbeit von Frau Dr. Anna Riepe zu erwähnen, die zum Thema **Culture and cohesion: the access of arts and culture to EU structural funds - A case study of Poland** auf Englisch promovierte und veröffentlichte. Diese Arbeit gehört zum Lehr- und Forschungsfeld der Analyse der Kulturorganisation. Alle drei Arbeiten der letzten Jahre sind als „Spitze des Eisberges“ zu betrachten, denn „unter ihnen“ befinden sich in diesen Lehr- und Forschungsfeldern eine große Zahl an Master- (vorher Magisterarbeiten) und Bachelorarbeiten. Diese drei Promotionen repräsentieren somit die Bandbreite und die hohe Qualität der Abschlussarbeiten im Feld.

Insgesamt zeigt sich so, sowohl in der Forschung als auch in der Lehre, ein breites Spannungsfeld, in dem Ansätze aus den unterschiedlichen Disziplinen innerhalb aktueller Diskurse verknüpft werden. Innovation, Vielfalt und ein theoretisch fundiertes und zugleich praxisorientiertes Studium erwarten an der Leuphana Universität damit sowohl Bachelor- als auch Master-Interessierte. 

