

# CfP: Beiträge für das Jahrbuch 2012

Schwerpunktthema des nächsten Jahrbuches für Kulturmanagement ist die **Zukunft des Publikums**. Ausgehend von neuen Beteiligungsformen und interaktiver Kulturwahrnehmung stehen ff. Fragen im Zentrum:

- Wie könnten Kulturangebote der Zukunft aussehen?
- Wer sind die Besucher und Besucherinnen von morgen, wer die Kulturschaffenden?
- Wie äußern sich gar zukünftige Überschneidungen zwischen Kulturnutzung, Kulturproduktion und Kulturgestaltung?

Die Akteure im Kultursektor wandeln sich und werden vielfältiger: Viele Kulturinstitutionen sind bereits zu Freizeitgestaltern geworden, sonstige Freizeitgestalter nutzen schon Kulturangebote, Förderinitiativen und Freundeskreise definieren sich neu und erschließen neue Kommunikationsformen. Ferner könnte das Kulturpublikum selbst eine aktivere Rolle im Kulturbereich spielen. Heute schon sehen sich die Produzenten von Kultur immer heterogeneren Formen von Publikum gegenüber. Demografischer Wandel, Erlebnisorientierung, Eventkultur und Kulturtourismus sind nur einige Schlagworte, welche Tendenzen gesellschaftlicher Entwicklungen benennen, die sich auch in der künftigen Kulturnutzung und -gestaltung niederschlagen werden.

Das *Jahrbuch für Kulturmanagement* möchte diese Fragestellungen aufgreifen sowie theoretische Ansätze und praktische Erkenntnisse aus der Kulturmanagementforschung vorstellen. Behandelt werden sollen ff. Themen- und Arbeitsbereiche:

**Kulturnutzer- & Kulturnichtnutzerforschung.** Gesellschaftliche Veränderungen führen vielfach auch zu neuen Nutzerpräferenzen für kulturelle Angebote. Wie lassen sich aktuelle Typen von Kulturnutzern bzw. -nichtnutzern beschreiben? In diesem Themenschwerpunkt sollen vor allem Forschungsergebnisse, Methoden und Ansätze vorgestellt werden, welche den Kulturnutzer und den bislang noch wenig erforschten Nichtnutzer analysieren und damit wichtige Erkenntnisse für die Entwicklung von Kulturangeboten und Marketingmaßnahmen liefern.

**Ziele und neue Strategien kultureller Beteiligung.** Neue Anforderungen des Kulturpublikums und Transformationsprozesse im Kultursektor verlangen nach neuen Konzepten für die Beziehung zwischen Kulturproduzent und Publikum. Denn häufig wird dem Publikum eine interaktive Rolle zugeschrieben. Welche Zielgedanken verbergen sich dahinter? Wie bilden sich daraus Marketingstrategien und wie wird das kulturelle Angebot davon beeinflusst? Wie nehmen Kulturschaffende diese Prozesse wahr und wie reagieren sie darauf? Welche neuen Akteure entwickeln sich auf dem Kulturmarkt mit welchen Angeboten?

Darüber hinaus sind auch Beiträge außerhalb des Schwerpunktes erwünscht, gleiches gilt für Tagungsberichte und Rezensionen.

**Ankündigungen** für Beiträge werden bis zum 31.12.2011 erbeten. Die Beiträge, die extern begutachtet werden, müssen spätestens am 30. April 2012 vorliegen. Beiträge an: [steffen.hoehne@hfm-weimar.de](mailto:steffen.hoehne@hfm-weimar.de)

## Technisches

Das *Jahrbuch für Kulturmanagement* wird möglichst zum jeweiligen Wintersemester vorliegen. Neben jährlich wechselnden Schwerpunkten, die auf der jeweiligen Kulturmanagement-Jahrestagung präsentiert werden, sollen weitere Beiträge aus dem Fach eine Möglichkeit zur Veröffentlichung haben. Der entsprechende CFP wird im vorausgehenden Sommer veröffentlicht, Beiträge können jeweils bis spätestens 1. Oktober des Jahres angemeldet werden. Die Beiträge, die ein anonymes Peer-Review-Verfahren durchlaufen, müssen bis zum 1. Februar der Redaktion in Weimar vorliegen.

Rezensionen und Berichte können, nach vorheriger Anfrage an die Redaktion in Weimar, bis zum 31. März vorgelegt werden. Endgültiger Redaktionsschluss ist jeweils der 1. Juni des Jahres.

**Formale Gestaltung der Beiträge** (Ausdruck + Word-Datei, \*.rtf oder \*.doc)

### Seite

Seiteneinrichtung: oben, links, rechts 2,5; unten 2

### Überschriften

Titel Beitrag: 16er Times New Roman

Unter Beitragstitel: Vorname und Name des Verfassers in 14er Times New Roman

Zwischentitel: 14er Times New Roman **Fett**, arabische Zahlen, ggf. Untergliederung, z. B. 1.2.

Überschriften werden generell nummeriert.

### Text

Zugrunde gelegt wird die neue deutsche Rechtschreibung.

Laufender Text ohne Einrückungen, 14er Times New Roman, Zeilenabstand: 1,5zg.

Kürzere Zitate im laufenden Text: Anführungszeichen.

Längere Zitate: kein Einzug, Abstand vor und nach Zitatblock: 6pt; Zeilenabstand: einfach; 12er Times New Roman ohne Anführungszeichen.

Kurzzitation im laufenden Text und in den Fußnoten: „Zeitungen und Zeitschriften“ (MÜLLER 2008: 25).

Sonstige Markierungen im laufenden Text: Titel von Zeitschriften/Periodika, Bezeichnungen von Institutionen, Titel von Büchern etc.: *Kursiv*; Zitationen: „doppelte Anführungszeichen“; einfache Markierungen/Hervorhebungen: ‚einfache Anführungszeichen‘.

Auslassungen in Zitaten in eckigen Klammern: „Die Berliner Philharmoniker [...] waren“

Kurzitation bei indirekten Zitaten generell ohne vgl.

**Keine** Silbentrennung

### **Fußnoten**

Fußnoten, keine Endnoten. Nach Fußnotenzeichen: ein Tabulatur, nicht hängend; 12er Times New Roman; Abstand nach jeder Fußnote: 6pt.

### **Bibliographie**

a) Monographien, Sammelbände:

BEYME, Klaus von (1998): *Die Kunst der Macht und die Gegenmacht der Kunst. Studien zum Spannungsverhältnis von Kunst und Politik*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

BRINKEMPER, Peter V./DAELEN, Bernhard v./SENG, Thomas (Hgg.) (1994): *World Media Park. Globale Kulturvermarktung heute*. Berlin: Aufbau.

b) Artikel:

KAMMEN, Michael (1993): The Problem of American Exceptionalism: A Reconsideration. – In: *American Quarterly* 45. New York: Oxford UP, 1-43.

GÖSCHEL, Albrecht (1997): Kulturpolitik im konservativ-liberalen Staat: Das Modell Deutschland. – In: Wagner, Bernd/Zimmer, Annette (Hgg.), *Krise des Wohlfahrtsstaates – Zukunft der Kulturpolitik* (= Edition Umbruch, 11). Essen: Klartext, 241-264.

Abstand: 1zg. + 6pt.

Am Ende des Textes bitte Angabe von Namen mit Titel, Dienstadresse und E-Mail.