



Fachverband
Kulturmanagement

Kultur gestalten und international erfolgreich agieren

Kulturmanagement (B.A.) an der Hochschule Macromedia mit integriertem Auslandssemester

KONTAKT

Prof. Dr. Martin Lücke,
Hochschule Macromedia,
Campus Berlin:
m.luecke@macromedia.de

Prof. Dr. Gernot Wolfram,
Hochschule
Macromedia, Campus
Berlin:
g.wolfram@macromedia.de

Ein Beitrag von Martin Lücke und Gernot Wolfram

Kultur und Medien sind heute in der globalen Welt untrennbar miteinander verbunden. Digitale Medien haben an vielen Stellen künstlerische Schaffensprozesse im Kern verändert und neue Ästhetiken entstehen lassen. In jedem Fall aber haben sie Kulturproduktionen und -institutionen revolutioniert und tun es immer noch. Nur, wer heute die digitale Transformation der Kulturarbeit als Chance begreift, wird Kulturschaffenden auch zukünftig ihre Gestaltungsräume sichern können.

In der Studienrichtung Kulturmanagement der Hochschule Macromedia erlernen die Studierenden das Fach Kulturmanagement daher mit den Schwerpunkten Medienkompetenz und Internationalisierung. Kulturarbeit wird dabei als eine synergetische Schlüsselaufgabe der Zukunft verstanden, bei der es auch verstärkt um die Einbindung neuer Akteure aus der Gesellschaft gehen muss, etwa aus dem Start-Up-Unternehmensbereich, der Wissenschaft, dem sozialen Bereich, dem Umweltbereich etc. Kulturelle Praxis und kulturmanageriale Theorie werden mit internationalen FachexpertInnen und wissenschaftlich renommierten ForscherInnen in der Kulturmetropole Berlin lebendig und innovativ miteinander verbunden. Zahlreiche Praxisprojekte, auch mit internationalen KünstlerInnen und Kulturinstitutionen, bilden dabei ein wichtiges Rückgrat des Studiums.

Kultur- und Medienexpertise von Deutschlands größter privater Medienhochschule

Die Hochschule Macromedia ist mit rund 2.000 Studierenden und 80 Professorinnen und Professoren Deutschlands größte private Hochschule für Medien, Management und Kommunikation. Die Bachelorstudiengänge Medien- und Kommunikationsdesign, Film und Fernsehen, Journalistik, Medienmanagement sowie Management sind in drei Schools organisiert - der School of Creative Arts, der Media School und der Business School. Im Rahmen von 35 Studienrichtungen werden die Studierenden auf die Herausforderungen der Medialisierung sowie auf vielfältige Tätigkeiten im kreativ-gestalterischen, kommunikativ-vermittelnden und strategisch-steuernden Bereich vorbereitet.



... Kulturmanagement (B.A.) an der Hochschule Macromedia Studieren, Denken und Handeln in der Kulturmetropole Berlin

Am Berliner Campus der Hochschule Macromedia, mitten im Herzen Kreuzbergs, startet im Wintersemester 2014/15 erstmal die Studienrichtung Kulturmanagement. Durch die Lage in Berlin hatte sich gezeigt, dass das Thema Kultur- und Medienkompetenz stark nachgefragt wird. Viele der vorangegangenen Projekte im Studiengang Medienmanagement besaßen bereits eine Orientierung auf Kulturmanagement, etwa bei der Entwicklung eines englisch-deutschen Kreativleitfadens für internationale KünstlerInnen in Zusammenarbeit mit der Tempelhof-Projekte Berlin und dem Finnland-Institut. Kulturmanagement ist daher in den Studiengang Medienmanagement integriert. Andere Spezialisierungsmöglichkeiten der Medienmanager sind PR und Kommunikationsmanagement, Digital Media Management, Sport und Eventmanagement, Musikmanagement sowie Markenkommunikation und Werbung. Gemeinsame Lehrveranstaltungen der Studienrichtungen sind fester curricularer Bestandteil des Bachelorstudienganges, um das breite Kontaktnetzwerk und Expertenwissen der Macromedia Fakultät optimal für die Studierenden zu nutzen. Gerade die Befähigung zur Zusammenarbeit mit anderen Branchen der Kreativ- und Medienwirtschaft ist ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal dieses Studienangebots im Bereich Kulturmanagement.

Auch bei großen Praxisprojekten mit Partnern aus Wirtschaft, Politik und Kultur profitieren die Studierenden erheblich von der Branchennähe ihrer Professorinnen und Professoren. Dabei besitzt der Studienort Berlin erheblichen Reiz gerade für die Kulturmanager. Mit seiner Mischung aus Hoch- und Popkultur, staatlichen und privaten Akteuren, mit seiner vielfältigen Kulturlandschaft aus Theatern und Bühnen, Konzerthäusern und Kinos, Museen und Galerien, Stiftungen und Hochschulen sowie einer wahrhaft internationalen Künstlerszene gleicht Berlin einem Großraumlabor für experimentelle, oft medienbasierte Kulturformate. In Berlin Kulturmanagement zu studieren, heißt, Kiezkultur und globale Einflüsse unmittelbar in einer der kulturell lebendigsten Metropolen Europas zu studieren. Mit Künstlern in Projekten zusammenarbeiten, eigene kreative Ideen umsetzen, den Stadtraum nutzen für kritische und reflexive Kulturarbeit, neue internationale kulturelle Netzwerke schaffen – dazu werden die Studierenden an der Hochschule ermutigt und befähigt. Zudem legt die Macromedia Hochschule Wert auf die Entwicklung späterer Berufsmöglichkeiten ihrer Studierenden bereits während des Studiums, d.h. die Studierenden werden kontinuierlich in ihrem Kompetenzerwerb auf spezifische Felder der Kulturbranche hin gefördert.

Internationale Kulturpraxis beim Auslandsstudium

Die digitalen Medien haben auch den Wirkungsraum von Kultur gravierend verändert. Die Welt ist zusammengewachsen. Live-Performances lassen sich theoretisch an jedem Fleck dieser Erde in Echtzeit verfolgen und kommentieren, Crowdfunding-Projekte mit Unterstützern von jedem Kontinent realisieren. Wechselseitige Bezugnahmen waren immer schon ein elementarer Best-



... Kulturmanagement (B.A.) an der Hochschule Macromedia

andteil des kulturellen Lebens – durch das Internet und soziale Medien sind diese Interaktionen noch viel intensiver geworden. Um den Studierenden internationale Kulturpraxis erlebbar zu machen, sieht das Curriculum des Macromedia-Studiums ein voll integriertes Fachsemester im Ausland vor.

Das Land ihres Auslandsaufenthaltes wählen die Studierenden selbst. Sie können zwischen 15 internationalen Partnerhochschulen auf allen fünf Kontinenten entscheiden. Während des Semesters arbeiten die Studierenden gemeinsam mit einem Partner vor Ort an einem Praxisprojekt; außerdem belegen sie das Modul „Intercultural Communication“, das im vierten Semester in Deutschland durch das Modul „Internationales Kulturmanagement“ sowie im fünften Semester durch das Modul „Kultursoziologie oder Transkulturelle Zusammenarbeit“ vertieft wird.

Spezialwissen Kulturbetrieb

Kultur im 21. Jahrhundert ist nicht mehr zu denken ohne ihre digitale und mediale Präsenz. Das erfordert ein Überdenken bisheriger Ansätze der Kulturarbeit. Traditionelle Konzepte einer staatlichen Kunst- und Kulturförderung stoßen immer stärker an ihre Grenzen, auch wenn die Reflexion der historischen, politischen und institutionellen Bedeutung von Kultur für eine nachhaltige Kulturarbeit weiterhin wichtig ist. Den tradierten Formen von Kulturproduktionen stehen neue Distributionskanäle gegenüber, neue Publikumsgruppen, Finanzierungsmodelle - und neue Fragen nach Urheberschaft, geistigem Eigentum, Datenschutz u.a. Um als Kulturmanager angemessen mit diesen Themen umgehen zu können, ist spezifisches Wissen notwendig. Im Kulturmanagement-Studium der Macromedia Hochschule bearbeiten diese Themen Kurse wie: „Theorien und Methoden des Kulturmanagements“, „Kulturbetriebslehre und Kulturorganisationen“, „Kulturpolitik und -institutionen“, „Kultur- und Sozialgeschichte“, „Kulturmarketing“, „Kultur- und Kreativwirtschaft“, „Kulturfinanzierung und Kulturrecht“, „Spezielle Themen des Kulturmanagements“.

Expertenwissen Medien und Kommunikation

Gleichzeitig sind viele Entwicklungen in der Kulturwirtschaft den allgemeinen Trends und Veränderungen unserer medialisierten Gesellschaft geschuldet. Diese werden kritisch und aus vielen Sichtweisen in Lehrveranstaltungen wie „Themen der Medien und Kommunikationswissenschaften“, „Medien- und Wirtschaftsethik“, „Medienökonomie: Mediensysteme“, „Medienökonomie: Wertschöpfung durch Medien“ oder „Aktuelle Themen im Medienmanagement“ reflektiert. Auch die Prinzipien von Markenkommunikation und Werbung lassen sich – allen Vorbehalten von Kulturschaffenden zum Trotz – auf Kulturbetriebe anwenden und finden mit den Modulen „Markenorientierte Unternehmensführung“ und „Markenpsychologie“ Eingang in das Curriculum, wobei auch hier eine kritische Reflektion über Authentizität und Manipulation zentral und wichtig ist. Darüber hinaus wird im Macro-



... Kulturmanagement (B.A.) an der Hochschule Macromedia

media-Studium Wert darauf gelegt, dass die zukünftigen Kulturmanager die wichtigsten Medien- und Erlebniskanäle selbst gestalten können. Dafür dienen in den ersten beiden Semestern die Module „Mediengestaltung und -technik / Printmedien“, „Mediengestaltung und -technik / Audiovisuelle Medien“, „Mediengestaltung und -technik / Online-Medien“ sowie „Event- und Live-Kommunikation“.

Kulturell sensibel denken mit Managementkompetenz

Ein weiterer, großer Themenblock sind die Module zur Betriebswirtschaftslehre und zur Vermittlung des kaufmännischen Handwerkszeugs. Das Management von Kulturbetrieben erfordert zwingend die souveräne Beherrschung der „Grundlagen der BWL“, „Kosten- und Leistungsrechnung“, „Wirtschaftsmathematik“, „Statistik“, „Empirische Sozialforschung“, „Finanzierung und Investitionsrechnung“ sowie „Buchhaltung, Bilanzierung und Controlling“ – ein Bachelor-Abschluss an der Hochschule Macromedia ist deshalb nur nach erfolgreicher Absolvierung dieser Module möglich.

Erprobt und vernetzt durch das Praktikumssemester

Das Studium an der Hochschule Macromedia ist auf die Berufspraxis ausgerichtet. Ab dem zweiten Semester arbeiten die Studierenden an realen Aufgabenstellungen von Partnerunternehmen bzw. Kulturinstitutionen. Der Praxisbezug ist nicht nur extrem motivierend für die Studierenden, sondern stellt auch eine hervorragende Überprüfung der studentischen „Problemlösungskompetenz“ dar – also des zuvor erlernten, methodischen Handwerkszeugs. Eine besonders intensive Praxiserfahrung machen die Macromedia-Studentinnen und Studenten im Rahmen ihres Praktikumssemesters. Sechs Monate verbringen sie in einer Institution ihrer Wahl. In der Regel werden die Studierenden dort als vollwertige Teammitglieder eingesetzt, sie lernen Arbeitsroutinen und Projektzyklen detailliert kennen. Nicht selten entstehen in Praktikumssemester Fragestellungen, die die Studierenden in ihren folgenden Bachelorarbeiten bearbeiten – und die nach Beendigung des Bachelorstudiums wiederum in Einstiegspositionen münden. ¶

