



Dein Weg in die Zukunft der Kultur- und Medienbranche

DAS TEAM

PROF. MAURICE LAUSBERG

Leitung Institut, Leitung
Masterstudiengang
"Kultur- und
Musikmanagement"

PROF. DR. FRIZZ LAUTERBACH

Mitglied der
Institutsleitung, Leitung
Masterstudiengang
"Digitale Kommunikation
in der Musik- und
Entertainmentindustrie",
Vertreter der Hochschule
im MedienCampus Bayern

INES MARIE SCHNEIDER

Studiengangskoordinatorin
und Wissenschaftliche
Mitarbeiterin

KRISTIN MARIE ZICKLER

Studiengangsorganisation

MARIYA DZHIMOVA

Wissenschaftliche
Mitarbeiterin
Forschungsgebiet KI

Das Institut für Kulturmanagement und Medien an der Hochschule für Musik und Theater, München

Als erste europäische Hochschulinstitution vereint das Institut für Kulturmanagement und Medien an der Hochschule für Musik und Theater München die Themen Management, Digitalisierung, Unternehmertum und Forschung in der Kultur- und Kreativbranche unter einem Dach. Unsere Leidenschaft für Music, Arts und Media treibt uns täglich an, das bestmögliche Umfeld für unsere Studierenden zu entwickeln. So eröffnen wir neue Wege in die Branche. Der Erfolg unserer Studierenden steht dabei stets im Mittelpunkt.

Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement

Im elften Jahrgang wird 2020/21 Kultur- und Musikmanagement in München gelehrt. Gemessen an den anschließenden Berufseinstiegen der Absolvent*innen, mit nicht unerheblichem Erfolg: über 80 Prozent der Studierenden haben schon vor Studienabschluss eine Stelle gefunden, zum Beispiel von renommierten öffentlichen Kulturinstitutionen wie der Bayerischen Staatsoper oder dem Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks. Aber auch die Nachfrage der privatwirtschaftlichen Kulturbetriebe ist groß, sodass auch Berufseinstiege bei Sony Music oder MünchenMusik zu verzeichnen sind. Die Fokussierung auf Institutionen und Unternehmen der E- und U-Musik sowie der Opern- und Theaterbranche wie auch die praxisbezogenen Lehrformate haben den Studiengang zu einer einzigartigen Ausbildungsstätte werden lassen.

Das Cultural Entrepreneurship Lab

Unverzichtbar ist die Erweiterung der inhaltlichen Module um die Praxis. Im Cultural Entrepreneurship Lab beispielsweise erarbeiten die Studierenden in kleinen Teams ein kulturelles Geschäftsmodell von der ersten künstlerischen Vision über die Analyse von Markt und Wettbewerb bis zum vollständigen Businessplan. Steht zu Beginn die Entfaltung einer Geschäftsidee, offenbart sich in der Analyse des Marktes der Anspruch nach kreativen Lösungen. Dabei sind es die Studierenden selbst, die Lösungen finden. Somit werden für den beruflichen Erfolg wichtige Kompetenzen wie Risikobereitschaft, Flexibilität sowie das Potential, Märkte analytisch zu begreifen und ihre Spielräume für die eigenen Ideen auszunutzen, herausgebildet. Begleitet wird der Prozess durch regelmäßige Coaching-Termine mit den Dozierenden des Studiengangs und durch Workshops. Zum Abschluss des CEL werden die Businesspläne im Rahmen einer großen Investorenpräsentation erfahrenen Unternehmer*innen, Investor*innen und Kulturschaffenden vorgestellt und von diesen beurteilt.

**... DAS TEAM****JULE SCHRÖDER***Head of Wavelab***ANITA PONGRATZ***Leitung Career Center HMTM***HAGEN BRÜGGEMANN***Wissenschaftliche Hilfskraft***INFORMATIONEN**[https://](https://www.kulturmanagement-muenchen.de)www.kulturmanagement-muenchen.de<https://www.forward-muenchen.de/><https://www.wavelab.io/>**KONTAKT**kulturmanagement@hmtm.deines.schneider@hmtm.de
+49 (0)89 48098-4506

Als zweites eigenständiges Praxismodul ist **FORWARD** in den Studiengang integriert. Es handelt sich dabei um eine studentische Beratungsfirma mit firmenähnlichen Teamkonstellationen für Künstlervermittlung und Kulturberatung. Die Künstlervermittlung vermittelt hochschulinterne Musiker*innen an interessierte Unternehmen und Privatpersonen und Ensembles. Im Geschäftsbereich Kulturprojekte arbeiten die Studierenden in Teams für externe Auftraggeber projektbezogen, u.a. in den Bereichen Veranstaltungsmanagement, Konzeptentwicklung, Vermarktung. Hier wurde z.B. eine Besucherbefragung für die Münchner Kammerspiele durchgeführt oder eine Marketingstrategie für den Freundeskreis der Pinakothek der Moderne entwickelt, um nur zwei aktuelle Beispiele zu nennen.

Wavelab - the innovation lab for music, arts & media

Einen Schwerpunkt auf Innovation und Digitalisierung setzt das Institut mit dem „Wavelab“, einem Innovationslabor und Gründungszentrum für Experimente und Unternehmungen an der Schnittstelle zwischen Musik, Kunst, Medien mit neuen Technologien. Das Wavelab steht für die konsequente Weiterentwicklung des Themas „Cultural Entrepreneurship“ an der HMTM, bietet das Institut für Kulturmanagement und Medien doch als das einzige an einer deutschen Kunsthochschule einen Kulturmanagement-Studiengang mit Schwerpunkt Cultural Entrepreneurship an.

Wir sind überzeugt, dass der Einsatz neuer Technologien in Kunst, Kultur und Entertainment ein großes Potential für kreative, innovative und disruptive Geschäftsideen birgt, die unser Leben vielfältiger, spannender und schöner machen. Wir fördern das kreative und unternehmerische Potential der Akteur*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft

– individuell und zielgruppenspezifisch, mit einem klaren Fokus auf Music, Arts, Media &

Tech, einem vielseitigen und belastbaren Netzwerk in die Kultur- und Entrepreneurship-Welt sowie dem Aufbau einer starken Community von Gleichgesinnten. Wir bieten inspirierende Veranstaltungen, Workshops und Vernetzungsmöglichkeiten sowie ein Incubator-Programm für angehende Gründer*innen aus Music, Arts & Media.

Forschungsgebiet Künstliche Intelligenz an der Schnittstelle zu Kunst & Kultur

Da der digitale Wandel bereits heute in weiten Bereichen der Gesellschaft von digitaler Disruption und digital-ethischen Fragen geprägt ist, reagiert das Institut für Kulturmanagement und Medien mit dem Aufbau eines Forschungsnetzwerks rund um praxisbezogene Fragestellungen zu Künstlicher Intelligenz in der Kultur. Prof. Dr. Frizz Lauterbach, Dozent am Institut und als Digitalexperte Mitautor der ethischen und strategischen Grundsätze für den Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) beim Bayerischen Rundfunk: „Neben den Herausforderungen eines hoch komplexen digitalen Arbeitsmarkts, den es gemeinsam mit den Studierenden und Gründer*innen zu erschließen gilt, ist das Mitgestalten der Diskussion um Digitalkultur, digitale Regulierung und digitale Ethik für eine gute Zukunft von entscheidender Bedeutung.“

Ein erster Fokus des Forschungsbereichs „KI im Kultursektor“ liegt auf der Untersuchung und Gestaltung künstlich intelligenter Algorithmen zur Analyse und Vorhersagbarkeit von Kulturnutzerverhalten sowie auf der Erforschung der damit einhergehenden gesellschaftlichen Auswirkungen. Das Institut für Kulturmanagement und Medien wird im Bereich KI in Kunst und Kultur von der Wissenschaftlerin Mariya Dzhimova unterstützt, die aktuell über die Etablierung von Virtual Reality in den bildenden Künsten promoviert und künftig Forschungsprojekte definieren und das Forschungsnetzwerk aufbauen soll. Da digitale Ausbildung, Forschung, Praxisprojekte und Entrepreneurship am Institut ineinandergreifen, ist der neue Forschungsbereich zum Einsatz Künstlicher Intelligenz in Kultur und Kreativwirtschaft eng verzahnt mit den Studienangeboten des Instituts im Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement und dem neu geplanten Masterstudiengang „Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie“. In Ausbildung und Lehre ist zudem eine noch intensivere Zusammenarbeit mit dem Munich Center for Technology in Society der TU München geplant.



Neuer Masterstudiengang Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentbranche

Im Mittelpunkt des neuen Masterprogramms steht schließlich die Schnittstelle von Musikvermittlung, digitalen Plattformen und KI, Medienproduktion, Kulturmarketing und digitaler Kommunikation. So liegen die inhaltlichen Schwerpunkte auf Musik- und Kulturangeboten im Kontext des Web 3.0 und des Internets der Dinge (IoT), auf digital-medialer Transformation, Automatisierung und KI in Medienproduktion und Kulturvermarktung, auf der Entwicklung neuer Angebotsformen, auf Strategien von Pionier*innen der Medien- und Musikbranche sowie in der Diskussion um Digitalkultur und digitale Ethik. Dazu Prof. Dr. Michael Schmid, Mitglied des Institutsbeirats und Professor an der European Graduate School sowie Koordinator für BR Klassik: „Es freut mich sehr, dass digitale und multimediale Musikvermittlung nun in größerem Maße Eingang in das Studienangebot der HMTM finden und damit innovative Maßstäbe setzen wird. Nicht zuletzt aus öffentlich-rechtlicher Medienperspektive begrüße ich die Einbeziehung des Aspekts Digitalkultur und digitale Ethik ausdrücklich.“ Der Masterstudiengang soll, so die aktuelle Planung, zum Studienjahr 2021/2022 eingeführt werden.