

Abstracts Masterarbeiten MAS AM 2009 - 2014

Jahr-gang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2014	Ein Jugendatelier als Entwicklungsraum für Jugendliche im Zürcher Oberland	Andregg	Christina	nach Rücksprache	<p>Abgeklärt wird, ob das Jugendatelier der Kunstschule Wetzikon eine Marktchance hat, welche Attribute es auszeichnen, welche Zielgruppen angesprochen werden sollen und wie es vermarktet werden soll, um langfristig erfolgreich zu bestehen.</p> <p>Die Arbeitsthese lautet, dass das Jugendatelier langfristig Erfolg hat, wenn die einstellungs-relevanten Produktattribute und ihre Ausprägungen bestimmt, die Zielgruppen definiert sowie Handlungsempfehlungen für die Praxis vorhanden sind und umgesetzt werden.</p> <p>Das Multi-Attribut-Modell mit der Produktbeschreibung, der Marktsegmentierung und der Angebotsdefinition bildet die Basis. Dabei werden Attribute für ein Jugendatelier gesammelt und die einstellungsrelevanten selektioniert und gebündelt. Danach werden Marktsegmenten gebildet und Zielgruppen ausgewählt. Zum Schluss wird das Angebot definiert und daraus die Botschaftsgestaltung abgeleitet.</p> <p>Die Abhandlungen zeigen, dass das Jugendatelier gute Marktchancen hat und Entwicklungs-potential aufweist. Um langfristig erfolgreich zu sein, muss die Kommunikation intensiviert wer-den. Folgende drei Handlungsempfehlungen werden gegeben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ein Kommunikationsplan, abgestimmt auf die Gesamtstrategie, realisieren und umsetzen. - Vorschläge für Kunstprojekte an Schulen ausarbeiten, damit Schulbehörden und Schullei-tungen in der Region kontaktieren und das Jugendatelier vorstellen. - Möglichkeiten für die Teilfinanzierung des Jugendateliers durch Staat, Sponsoren etc. prüfen.
2014	Der theatrale Blick einer Stadt - Die Stärkung des Rahmenprogramms Schweizer Stadttheater als Ansatz zur Gewinnung einer neuen Relevanz in der Stadt	Berchtold	Patricia	nach Rücksprache	<p>Den Schweizer Stadttheatern fehlt es an Relevanz für eine breite Bevölkerungsschicht, was sich im proportional untervertretenen Publikumsanteil der 25 bis 40-Jährigen zeigt. Als grösster Kulturarbeitgeber der Region schaffen die Stadttheater zwar Arbeitsplätze, werden aber gleichzeitig von Stadt und Kanton mit bis zu 80% ihres Aufwands subventioniert, weswegen ihr Anteil am städtischen Kulturbudget, verglichen mit ihrer Stellung bei den Kulturkonsumenten, überdurchschnittlich hoch ist. Stadttheater bieten neben Inszenierungen alter und neuer Theaterliteratur sowie Vermittlungsangeboten auch Rahmenprogramme in Form kleiner Veranstaltungen an. Um eine neue Relevanz in der multikulturellen Stadtgesellschaft zu gewinnen, wird die Stärkung dieser Rahmenprogramme empfohlen. Basierend auf einer umfangreichen Recherche des aktuellen Rahmenprogrammangebots an Stadttheatern der Schweiz, Deutschlands und Österreichs, wurde das Konzept der konzentrischen Kreise hergeleitet, das Theater, Stadt und Umwelt zueinander in Beziehung setzt. Der daraus entwickelte Spiel-Plan B kombiniert mehrere Rahmenprogrammformate, die als zweite Programmschiene neben dem Repertoire-Spielplan angeboten werden. Diese Formate sollen das Stadttheater wieder als Unterhaltungsmedium positionieren und sich gleichzeitig mit der Realität einer Stadt in der globalisierten Welt auseinandersetzen. Der Ansatz von Spiel-Plan B soll neues und jüngeres Publikum gewinnen, bestehendes binden und die Relevanz des Stadttheaters als Ort der ästhetischen Verhandlung aktueller Geschehnisse bestätigen.</p>
2014	Kulturelle Teilhabe - Untersucht anhand der Tanzvermittlungspraxis in Zürich	Bütikofer	Sonja	nach Rücksprache	<p>Die Stadt Zürich setzt im neuen Kulturleitbild einen Schwerpunkt auf kulturelle Teilhabe. Wie wird kulturelle Teilhabe momentan in der Stadt umgesetzt und was sind mögliche Zielvorstellungen? Wie sieht die konkrete Situation in der Kunstsparte Tanz aus?</p> <p>Zur Beantwortung dieser Fragen wurden das Theaterhaus Gessnerallee, das Tanzhaus Zürich, das Fabriktheater in der Roten Fabrik, das Opernhaus und das Tanzfest „Zürich tanzt“ hinsichtlich ihres Vermittlungsangebots untersucht. Kulturelle Teilhabe und Kulturvermittlung sind eng miteinander verbunden. Vermittlungsangebote adressieren sich an ein bestehendes oder zukünftiges Publikum, mit Vorliebe an Kinder und Jugendliche, und helfen den Zugang zu Kultur zu erleichtern. In der Kulturvermittlung werden Werke thematisiert oder künstlerische Techniken erlernt. Die Teilnehmer können dabei je nach Format zuhören, mitdiskutieren oder aktiv mitgestalten.</p> <p>Die Analyse der Zürcher Tanzinstitutionen zeigt, dass ein vielseitiges Vermittlungsangebot bereits vorhanden ist, jedoch noch weiter ausgebaut werden kann. Die anschliessende Empfehlung intendiert weniger die Intensivierung der Vermittlungstätigkeit der einzelnen Institutionen, sondern zielt auf die Schaffung einer Koordinationsstelle Kulturvermittlung auf städtischer Ebene.</p> <p>Die Arbeit schliesst mit einer kritischen Reflektion zur Förderung kultureller Teilhabe.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2014	Le théâtre au contact du numérique: l'exploration des possibles	Dreifuss	Réjane	nein	<p>Au cours du XXe siècle, les créateurs se sont progressivement attelés à la déconstruction du théâtre classique. Ils se sont débarrassés du texte théâtral et des histoires, de la fable et de l'action et ont repoussé les auteurs au profit des metteurs en scène. Ils ont contesté la ligne de partage entre l'acteur et le personnage, la salle et la scène, la réalité et la fiction. Ils ont sorti le théâtre des salles de spectacles et sont allés puiser leur inspiration dans d'autres disciplines artistiques. Le théâtre du XXIe siècle est un foisonnement d'expériences en tout genre. Le développement des technologies numériques au théâtre a contribué à élargir le champ des possibles, notamment avec les digital performances qui regroupent des créations dans lesquelles ces technologies interviennent directement dans le processus de création ou servent de modèle d'écriture. Le théâtre et les artefacts traitant notamment du face-à-face de l'homme et de la machine, repousse les limites du possible, entre autres avec l'arrivée de robots sur scène. Le développement des technologies numériques a également permis des expériences immersives particulières qui plongent le spectateur dans des mondes artificiels, c'est-à-dire constitués d'images de synthèse (réalité virtuelle) ou semi-artificiels (réalité augmentée). De nouvelles formes de narration, interactives, ont également émergé, nécessitant non seulement la présence du spectateur dans l'espace de jeu, mais sa participation active dans le spectacle. Le Game-Theater puise son inspiration dans les jeux vidéo et fait des spectateurs des joueurs.</p> <p>L'arrivée des technologies numériques au théâtre ne soulève pas seulement des questions d'ordre esthétique, mais aussi de politique culturelle. Ces nouvelles formes de création représentent de nouveaux défis pour les institutions de promotion culturelle. Il s'agit de réfléchir à la manière dont elles se positionnent par rapport aux jeunes créateurs et comment elles peuvent intégrer les projets innovateurs dans leur système.</p> <p>Loin d'entraîner le théâtre dans une crise de l'expérience, l'arrivée des technologies numériques, permettant de nouveaux formats et de nouvelles relations avec le public, apparaît au contraire, comme une solution possible pour revivifier le théâtre. Engager le spectateur dans une narration qui fait de lui le coproducteur d'un spectacle répond aux habitudes de notre époque et augmente considérablement l'intensité de l'expérience théâtrale. C'est une réelle chance pour le théâtre de demain.</p>
2014	Konzept und Machbarkeitsanalyse zum Kino-Dokumentarfilmprojekt "unlocking kayser"	Erni	Jonas	nach Rücksprache	<p>Der Schweizer Kunst-Fotograf Alex Kayser lebte und arbeitete seit 1972 in New York. Am 24. Juli 2015 verstarb er in seinem Loft an inneren Blutungen in Folge eines Velounfalls. Ein Kino-Dokumentarfilm – montiert aus dem umfangreichen Archivmaterial des Künstlers – soll sein Leben und Schaffen in Form eines Portraits festhalten. Die blosse Filmidee wird im Rahmen dieser Arbeit in Form eines Treatments konkretisiert und es wird versucht, alle für die Stufe der Projektentwicklung benötigten Informationen zusammenzutragen. Das so entstandene Dossier soll als Grundlage für ein Gesuch um Projektentwicklungsförderung sowie in einem späteren Stadium für eine entsprechende Produktionsförderung dienen.</p> <p>Nach Erarbeitung des theoretischen Rahmens wird auf die Schweizer Filmförderlandschaft eingegangen. Die wichtigsten rechtlichen Fragen im Zuge einer Dokumentarfilmproduktion werden aufgezeigt und die Möglichkeit einer nachhaltigen Produktionsweise erläutert. In Form einer Konzeptarbeit wird die Filmidee als Treatment konkretisiert, alle für die Beantragung von Fördergeldern benötigten Informationen zusammengetragen sowie Massnahmen für eine möglichst nachhaltige Produktionsweise definiert. Im anschliessenden Analyseteil werden die Marktchancen eruiert und Strategien für eine erfolgreiche Finanzierung und Produktion entwickelt.</p> <p>Die grösste Stärke des Filmprojekts liegt beim Thema selbst sowie beim exklusiven Zugang der Crew zu diesem. Die grösste Schwäche liegt beim in dieser Phase des Projekts noch bestehenden Informationsdefizit.</p> <p>Es wurde festgestellt, dass die angewendeten betriebswirtschaftlichen Analysetools nur beschränkt aussagekräftig sind, da die Produktion eines Films als kulturelles Gut in erster Linie angebotsorientiert erfolgt. Ein allfälliger Erfolg auf dem Kino-Markt ist nur schwer abzuschätzen. Es konnten jedoch grundlegende Stärken und Schwächen des Projekts erkannt und daraus qualitätssteigernde Handlungsstrategien abgeleitet werden. Dies trägt dazu bei, die Chancen auf eine vollständige Finanzierung des Projekts zu erhöhen.</p>
2014	Kunstvermittlung an Kinder und/oder Jugendliche in Museen	Hugentobler	Beatrice	nein	<p>Kunstvermittlung an Kinder und Jugendliche ist ein brisantes Thema, weil die Vielfalt des Kultur- und Freizeitangebots, die Medialisierung, die Globalisierung, der soziodemografische Wandel und die Diversität neue Herausforderungen für Museen und andere Institutionen stellen. Seit einigen Jahren bieten viele Kulturinstitutionen spezifische Vermittlungsangebote für Kinder und Jugendliche an und haben diese Programme kontinuierlich weiterentwickelt. Interessant ist zu prüfen, ob vorhandene Potenziale sinnvoll eingesetzt werden, um ein passendes Publikum zu finden.</p> <p>Die Arbeit verfolgt das Ziel, einen exemplarischen Überblick über bestehende Kunstvermittlungsangebote in sechs Kunstmuseen der Stadt Zürich zu geben und die Herausforderungen zu eruieren, vor denen die Kunstvermittlung heute steht. Es soll geprüft werden, ob bestehende Vermittlungsangebote ihre Potenziale nutzen und wo allenfalls Angebotslücken bestehen oder bestehende Angebote weiterentwickelt werden können. Ebenso werden bestehende Angebote mit dem Kulturleitbild der Stadt Zürich verglichen und bereits umgesetzte Massnahmen anhand der Ergebnisse dieser Untersuchung geprüft.</p> <p>Dank einer ausführlichen Auswertung der Ergebnisse zeigt die Autorin auf, wie das Museum als Brückenfunktion Kunst- und Kulturvermittlung in die Schulen bringen kann. Eingehend untersucht wurden gezielt spartenübergreifende Projekte in Kombination mit Tanz und Theater oder Workshops mit Künstlern oder Profis. Diese spezifischen Angebote werden von den jungen Menschen sehr geschätzt. Vor allem soll Kreativität in Kunst und Kultur dem heutigen Leistungsdruck entgegenwirken und neue Potenziale aufzeigen. Kunst und Kultur soll spielerisch und mit allen Sinnen erfahr- und erlebbar gemacht sowie mit der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen verbunden werden. Diese Aussage teilen alle sieben ExpertInnen aus der Kunstvermittlung an Kinder und Jugendliche, was aus ihren Interviews hervorgeht.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2014	Menschen mit Migrationshintergrund als Publikum für Zürcher Kulturinstitute	Koller Varley	Romi	nein	<p>Im Kanton Zürich liegt der Anteil der Bevölkerung mit einem Migrationshintergrund bei 39,6%. Diese Zahl schliesst eingebürgerte und gebürtige Schweizer mit beiden im Ausland geborenen Eltern ein. Obwohl sich die Einsicht durchgesetzt hat, dass sich das Einwanderungsland Schweiz zu einem Land mit kultureller Diversität gewandelt hat, wissen wir noch immer sehr wenig über das Kulturverständnis der Zugewanderten. In der Schweiz existieren praktisch keine veröffentlichten Studien zu diesem Thema.</p> <p>Ziel dieser Arbeit ist es, einen Überblick über die Forschungslage im deutschsprachigen Raum zu geben, basierend auf diesen Erhebungen Annahmen zum Stand des interkulturellen Audience Development in den Kulturinstituten Zürichs aufzustellen, diese in explorativen Interviews mit sechs Vertretern und Vertreterinnen von Kulturinstituten zu überprüfen und daraus abgeleitet Handlungsempfehlungen zu einer interkulturellen Öffnung der Institutionen zu geben.</p> <p>Die Untersuchungen zeigen, dass Zürcher Kulturinstitutionen eine unterschiedliche Auslegung von Diversität haben und kein aktives Audience Development für ein migrantisches Publikum pflegen. Um die immer noch zahlreichen strukturellen Barrieren der Hochkulturinstitute abbauen zu können, braucht es eine systematische Besucherforschung und den Willen der Betriebe durch eine interkulturelle Ausrichtung im Audience Development die Diversität der Publika zu steigern.</p>
2014	Mehr Common sense für Schweizer Baukultur! Kulturpolitische Ansätze	Kuster	Sandrine	ja	<p>Im Juni 2015 wurde die Kulturbotschaft 2016-2020 von den Räten verabschiedet. Neu wird zeitgenössische Baukultur darin erwähnt. Damit wird Schweizer Architektur, welche im Ausland einen exzellenten Ruf geniesst, auch nach innen als wichtige kulturelle Leistung anerkannt. Eine interdepartementale Arbeitsgruppe wird eine nationale Strategie ausarbeiten. In Europa hat dieser Prozess bereits zehn Jahre zuvor eingesetzt. Baukultur ist dort auf höchster Regierungsebene angesiedelt.</p> <p>Baukultur fördern heisst, die kulturelle Identität der Schweiz stärken – durch nachhaltige Ge-staltung des Lebensraums, unter Schonung der Ressourcen und Wahrung des Charakters unserer Landschaften.</p> <p>Im Kanton St.Gallen setzt man sich heute aktiv mit zeitgenössischer Baukultur auseinander. Sie soll Eingang finden ins Kulturgesetz, und auch im neuen Planungs- und Baugesetz rückt sie ins Blickfeld. In der Stadt St.Gallen leisten verschiedene Stellen der Direktion Bau und Planung - das Hochbauamt, das Amt für Baubewilligung, das Stadtplanungsamt sowie der Fachausschuss Städtebau - Beiträge zur Baukultur.</p> <p>Zeitgenössische Baukultur, welche in der Kulturbotschaft als transversale Aufgabe definiert ist, kann nicht alleine durch kulturpolitische Instrumente gefördert werden. Hingegen kann die Verantwortung für ihre Förderung vom jeweiligen Amt für Kultur wahrgenommen werden. Die Kulturpolitik kann eine engere Zusammenarbeit aller Akteure fordern: eine gemeinsame Geisteshaltung, welche wir hier «Common sense» nennen.</p>
2014	Strategiepapier für einen Start-Up Verlag Eine Analyse von Vertriebsstrukturen für Lernhilfen	Odete Lux	Maria	nach Rücksprache	<p>Zielsetzung dieser Masterarbeit ist die Präsentation eines Strategiepapiers für einen unabhängigen Start-Up Verlag, welches die erfolgreiche Vermarktung eines innovativen Lernproduktes zum Ziel hat. In diesem Rahmen wird eine geeignete Distributionsform definiert und eine Handlungsempfehlung für den Markteintritt und zur erfolgreichen Positionierung des Unternehmens ausgesprochen.</p> <p>Die Lernhilfe widmet sich durch ihre Methodik der kulturellen Bedeutung des Lesens und Schreibens und stellt eine Antwort auf das dringliche Bedürfnis der heutigen Gesellschaft, Politik und Wirtschaft nach Stärkung von Bildungsqualitäten und gesellschaftlicher und kultureller Aktivität dar.</p> <p>Zum Untersuchungsgegenstand existierten bis dato keine monographischen Darstellungen oder ausreichende empirische Arbeiten, so dass relevante Primärdaten durch eine selbständige empirische Untersuchung in Form einer quantitativen Befragung erhoben und ausgewertet wurden.</p> <p>Der Markt des ausserschulischen und freien Lernens und die in diesem Zusammenhang stehenden Vertriebswege und Absatzkanäle von Lernhilfen wurden analysiert. Ferner wurde eine Umwelt- und SWOT-Analyse durchgeführt, die zur Kooperationsstrategie als Handlungsempfehlung führt.</p> <p>Die getätigte Untersuchung führt zu einem befriedigenden Resultat und präsentiert eine realistische Perspektive, wie das innovative Lernbuch mit seinem USP und seinen damit einhergehenden Besonderheiten am vorteilhaftesten vertrieben werden und marktfähig sein kann.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2014	Shared culture, Kulturelles Erbe - Herkunft und Bedeutung in Ethik, Ästhetik und Kulturpolitik, Eine empirische Studie	Rettore Waser	Claudia	nach Rücksprache	<p>Im Spannungsfeld zwischen globaler Dynamik sozialen und kulturellen Wandels, ästhetischem Diskurs und Aktualität sieht sich das ethnografische Museum seit den 1980er Jahren mit neuen Anforderungen konfrontiert. Die Ethnologie stellt als wissenschaftliche Disziplin immerzu neue Parameter. Aktualität und Zeitgeist produzieren Erwartungen beim Publikum, denen die ethnografische Ausstellung und der Umgang mit den Exponaten gerecht werden müssen. In mehrfacher Hinsicht hat sich das ethnografische Museum in seinem speziellen Genre in der Museumslandschaft neu zu positionieren – oder gar, neu zu erfinden.</p> <p>Auch die Diskussion um den Herkunftsnachweis ethnografischer Objekte ist nicht mehr zu überhören. Sie fordert die Museen, eine politisch korrekte Praxis zu garantieren. Wie gestaltet sich der Auftrag der ethnografischen Museen unter diesen Voraussetzungen? Welche Bedingungen müssen zur Weitergabe kulturellen Erbes erfüllt werden? Welche Aufgaben stellen sich, und wie werden letztere wahrgenommen?</p> <p>Museen sind nicht nur komplexe Institutionen mit facettenreichen Aufgaben rund um das Ausstellen, Konservieren und Vermitteln von Kunst, Wissenschaft und Kultur. Museen haben im Spannungsfeld von Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit einen kulturellen und wissenschaftlichen Auftrag zu erfüllen. Die Frage, nach welchen Prinzipien das Museum im Hinblick auf die Forderung nach Provenienzforschung handelt, um den auferlegten Auftrag umzusetzen, ist für die politische Legitimierung relevant. Die Studie setzt sich zum Ziel, aktuelle Fragestellungen, Practices und Kontroversen um die Bedeutung und die Herkunft kulturellen Erbes aufzuzeigen und kritisch zu reflektieren.</p>
2014	Förderung von Musikerinnen & Musikern	Schneebeil	Bettina	nach Rücksprache	<p>In dieser Arbeit ging es darum herauszufinden welche Form der Förderung für Musikerinnen und Musiker aus dem Bereich Klassik heute in der Schweiz sinnvoll ist und in wie weit sie von den Betroffenen in Anspruch genommen wird.</p> <p>Anhand einer quantitativen Datenerhebung mittels Umfragebogen wurden Musikerinnen und Musiker (Studierende und Absolventen) danach befragt ob und in welcher Form sie schon Förderung in Anspruch nehmen konnten und mit welchen Hindernissen sie sich dabei konfrontiert sahen. Im Rahmen der qualitativen Befragung wurden einige Musikerinnen und Musiker in Einzel-Interviews befragt um einen tieferen Einblick in Bezug auf die Lebenssituationen der Musiker und ihre persönlichen Erfahrungen mit Förderung zu erhalten. Zur Vervollständigung des Bildes wurden Leitfaden-Interviews mit ausgewiesenen Experten aus den Bereichen der Förderung (Stiftungen, öffentliche Hand etc.) und der Bildungsinstitutionen (Musikhochschulen) geführt.</p> <p>Zu den wichtigsten Ergebnissen zählt, neben der Erkenntnis, dass die Förderung in Form von Stipendien die am breitesten anerkannte ist, dass Musikerinnen und Musiker v.a. Praxiserfahrung und Förderung in Form von Konzertauftritten und bezahlten Praktika schätzen. Ausserdem konnte im Zuge dieser Arbeit festgestellt werden, dass zwar von Expertenseite insbesondere ein Mangel bezüglich der Self-management Fähigkeiten der Musikerinnen und Musiker und eine dahingehende Förderung als besonders wichtig wahrgenommen wurde, dass von Seiten der Musikerinnen und Musiker dieses Problem nur marginal wahrgenommen wird. Insgesamt wird die Förderlandschaft Schweiz von den hierzu Befragten positiv bewertet, jedoch stellen sich vielen Musikerinnen und Musikern Probleme in Bezug auf die Informationsbeschaffung zu Förderung und das notwendige Know How für eine erfolgreiche Gesuchsstellung.</p> <p>Folglich wurde in den Handlungsempfehlungen vorgeschlagen, neben der Einrichtung einer ausreichend betreuten Internet-Informationsplattform, die auch als Jobportal spezialisiert auf Musikerinnen und Musiker fungieren soll, die Umwandlung der bisher freiwilligen Self-management Kurse für Studierende in obligatorische Pflichtfächer, und die Unterstützung von Studierenden und Studienabgängern mittels eines Career Centers, welches den Musikerinnen und Musikern in beratender Funktion beisteht und so ihre erfolgreiche Integration in die Berufswelt unterstützt.</p>
2014	Kunst=Kapital?	Stadelmann	Bernhard		<p>Die Masterarbeit untersucht die Veränderungen des Machtgefüges im Kunstmarkt anhand von drei Größen im aktuellen Kunstsystem. Die Institution Museum, die Sammler und der Kunstmarkt werden je in einem Kapitel analysiert. Die Arbeit befasst sich mit strategischen und konzeptuellen Herausforderungen denen sich Museen heute stellen müssen. Es wird analysiert, welchen Einfluss potente Sammler auf öffentliche Museen ausüben. Der Kunsthandel wird am Beispiel der Auktionshäuser untersucht. Zu Beginn wird die Frage nach Kunst und Kapital anhand eines Kunstwerks von Joseph Beuys ermittelt. Diese Fragestellung wird im Schlussteil nochmals aufgenommen und in den Kontext der Ergebnisse der Masterarbeit gestellt.</p> <p>Anhand von konkreten Beispielen wird dargestellt, welche historischen Entwicklungen das Museum, die Sammler und der Kunsthandel erfahren haben. Die Strategien dieser drei Größen werden durch Beispiele von Ausstellungen, Auktionen und Gesprächen mit Museumsverantwortlichen identifiziert. Der Schlussteil untersucht unter Verwendung einer SWOT Analyse das Reputationsmanagement des Zürcher Kunsthauses im Licht der Präsentation der Bührle Sammlung im Museumsneubau.</p> <p>Die SWOT Analyse hat ergeben, dass das Kunsthaus Zürich den Gefahren eines Reputationsverlustes zu wenig Beachtung schenkt. Potentielle Risiken sind die Lücken in der Provenienz von ca. 20 Bildern der Sammlung E.G. Bührle. Weiteren Handlungsbedarf für Museen in der Schweiz hat die Arbeit bei dem Thema Versicherungen und Sammlungspolitik lokalisiert. Die Museen benötigen neue Versicherungsmodelle, um weiterhin die Kosten für die Versicherung von Leihgaben decken zu können. Ein mögliches Modell wäre eine Kollektivversicherung, an der Museen der Schweiz und der Staat beteiligt sind.</p> <p>Die finanzielle Macht der privaten Sammler hat über die letzten Jahre stark zugenommen. Die Arbeit hält Empfehlungen bereit, mit welchen Strategien Museen ihre Sammlungspolitik schärfen können. Im Wesentlichen sind dies: Eine eigenständigere Sammlungspolitik trotz kleinem Budget, dem Beispiel privater Sammler folgen, was deren Nonkonformität betrifft und Kunstankäufe von Werkgruppen einzelner Künstler vornehmen, statt nur Einzelwerke zu kaufen. Der Ausbau des Fundraisings um die Betriebskosten zu senken und Neuerwerbungen zu tätigen ist ebenso von Bedeutung.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2014	Problematik der sozialen Sicherheit im Freien Theater mit dem Fokus auf die berufliche Vorsorge	Steiner	Laura	ja	<p>Die Altersvorsorge von Kulturschaffenden ist ein wichtiges kulturpolitisches Thema, weil Kulturschaffende von Gesetzes wegen in Bezug auf die soziale Sicherheit nicht genügend geschützt sind. Durch verschiedenste Eigenheiten, wie beispielsweise der Umstand, dass Kulturschaffende oft einer hohen Anzahl von Mehrfachbeschäftigungen nachgehen und meist in befristeten Anstellungsverhältnissen sind, fallen sie durch die Maschen relevanter, gesetzlicher Bestimmungen.</p> <p>Die Revision der Altersvorsorge ist ein wichtiges politisches Thema. Die diesbezüglichen Vorschläge des Bundesrates werden seit über zehn Jahren von Parlament oder Volk konsequent abgelehnt. Gerade Nischenberufe finden dabei zu wenig Berücksichtigung.</p> <p>Die vorliegende Arbeit fokussiert sich auf die Berufe im Freien Theater. Das Hauptziel dieser Arbeit ist es, Lösungsvorschläge auszuarbeiten, die einfach umsetzbar sind und bewirken, dass Theaterschaffende korrekt versichert werden, auch wenn sich auf gesetzlicher Ebene nichts ändern würde. Der erste Teil der Arbeit ist theoretisch. Er fokussiert sich auf das Sozialversicherungssystem der Schweiz und zeigt die Stellung von Kulturschaffenden darin auf, indem ihre beruflichen Eigenheiten erklärt werden.</p> <p>Da es sich um eine praktische Arbeit handelt, werden im Hauptteil Interviews mit Theaterschaffenden, Verbandsvertretern, Vertretern von Bildungsinstitutionen und Förderern geführt. Alle ihre Eindrücke und Ansichten werden zusammen getragen und anhand der gewonnenen Erkenntnisse werden abschliessend Lösungsvorschläge präsentiert, die umsetzbar und realistisch sein sollen.</p>
2014	Neue Potenziale der Erwachsenenbildung im Bereich Kultur und Kreativität und deren Erschliessung am Beispiel der Klubschule MIGROS.	Baruth	Janina	nein	<p>Zielsetzung dieser Diplomarbeit ist eine fundierte Auseinandersetzung mit dem Weiterbildungsmarkt im Bereich Kultur & Kreativität, neuen Potentialen und der Erschliessung dieser. Um der Komplexität dieses Marktes gerecht zu werden, wurde nicht nur auf Sekundärdaten zugegriffen, sondern mit der Durchführung von Experteninterviews auch auf aktuelle Primärdaten.</p> <p>Der Hauptteil der Arbeit besteht aus drei zentralen Teilen. Im ersten Teil der Arbeit wird anhand von Sekundärliteratur in Form von wissenschaftlichen Forschungsabhandlungen, Fachliteratur und Expertenmeinungen dargelegt, dass Kreativität lernbar und förderbar ist und jeder Mensch diese in sich trägt. Dies bildet die Grundlage für die darauffolgende Fragestellung des zweiten Teils, ob diese Tatsache und die Entwicklung der kreativen Industrie zu Gunsten der Weiterbildungsinstitutionen im Bereich Kultur & Kreativität genutzt werden kann. Der sogenannte „kreative Imperativ“ ist Teil einer gesellschaftlichen Entwicklung und Kreativität eine psychologische Notwendigkeit. Selbstverwirklichung als Prozess oder Ergebnis des ästhetischen und schöpferischen Schaffens in allen Bereichen, persönlich wie auch beruflich, ist eines der wichtigsten Ziele. Es wird deutlich gemacht, wie man sich diesen Zustand in der Weiterbildung im Bereich Kultur und Kreativität zu Nutzen machen kann.</p> <p>Besondere Aufmerksamkeit hat im dritten Teil die Klubschule MIGROS, für welche neue Potentiale erkannt sowie bereits anlaufende Projekte aufgrund der ermittelten Forschungsergebnisse evaluiert werden.</p>
2013	"Präsenz oder Absenz?" Die Tanzszene Schweiz. Eine statistische Erhebung.	Durler	Fabienne	nach Rücksprache	<p>2006 lancierte Pro Helvetia und das Bundesamt für Kultur für eine umfassende Tanzförderung das „Projekt Tanz“. Diffusion und Produktion war dabei ein substantielles Thema. Durch eine Umfrage an Theater, Veranstalter und Festivals und der Analyse der Möglichkeiten für Schweizer Compagnien zu touren und produzieren, soll der Frage nachgegangen werden, wie sich die Diffusions- und Produktionsmöglichkeiten für Schweizer Compagnien 8 Jahre nach der Lancierung verändert hat und wie präsent die Szene heute ist.</p> <p>Dass das Touren, wie es sich zeigte, eine grössere Schwierigkeit darstellt als das Produzieren, gründet einerseits auf den Fördervereinbarungen, welche einzelne freie Compagnien unterstützen, nicht aber parallel dazu die Veranstalter integrieren, für welche das Vermitteln überregionaler Stücke eine Herausforderung darstellt. Die Förderung in der Westschweiz mit ihren starken Netzwerken geht mehr auf die Unterstützung der freien Compagnien ein, wo hingegen in der Deutschschweiz mit ihren etablierten Häusern und föderalistisch konzipierten Förderungen die freie Szene weniger präsent ist.</p> <p>Empfehlenswert wäre es, dass das Fördersystem flexibler auf die Schweizer Tanzszene eingeht und sich Seilschaften unter den Akteuren bilden könnten. Zudem sollte sich das Netzwerk Schweiz noch mehr professionalisieren, indem es regionale und überregionale Partnerschaften zwischen Produktions- und Gastspielstätten verstärkt sowie Künstleragenturen und Manager in das Netzwerk miteinbezieht.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2013	Zukunft Landkino? Untersuchung möglicher Erfolgsfaktoren und daraus resultierende Handlungsempfehlungen am Beispiel des Kantons Thurgau	Giaffreda	Oliver	nach Rücksprache	<p>Untersuchung möglicher Erfolgsfaktoren und daraus resultierende Handlungsempfehlungen am Beispiel des Kantons Thurgau</p> <p>Die Schweizer Kinoszene befindet sich im Umbruch. Die weltweite Umstellung auf digitale Technik hat weitreichende Folgen und bedeutet in der Filmgeschichte ein fundamentaler Einschnitt. Eine beachtliche Menge an kleinen Kinos musste deshalb in den letzten Jahren in der Schweiz schliessen. Die vorliegende Arbeit versucht am Beispiel des Kantons Thurgau herauszufinden, ob Landkinos in der heutigen Zeit und mit den aktuellen Herausforderungen überhaupt noch eine Zukunft haben und welche Faktoren für den Erfolg ausschlaggebend sind. Diese Faktoren werden durch eine Analyse der vier, aktuell agierenden, Thurgauer Kinobetriebe und Expertengespräche mit den Führungspersonen der jeweiligen Kinos erarbeitet.</p> <p>Die Untersuchung hat ergeben, dass trotz unterschiedlichen strukturellen und finanziellen Möglichkeiten die Herausforderungen bei allen Kinos ähnlich sind. Allen Unkenrufen zum Trotz erweist sich das Kino als ein wichtiges Kulturgut mit Zukunft, obschon sich die Kinolandschaft in den nächsten Jahrzehnten wohl weiter verändern wird. Die analysierten Landkinos verfügen über einen individuellen Charakter mit besonderem Ambiente. Sie pflegen eine besondere Nähe zu den Besuchern und kennen dementsprechend auch ihr Stammpublikum meistens gut. Mit einer geschickten Positionierung anhand der Programmation und Zusatzangeboten entwickeln sie ein erkennbares Profil, das in der Bevölkerung sehr geschätzt wird. Neben einem guten Standort sind auch engagierte Mitarbeitende von wesentlicher Bedeutung. Kommerzielle Kinobetriebe können ohne Zusatzangebote, wie beispielsweise die Gastronomie, nicht überleben.</p> <p>Nicht weniger wichtig stellt dieser Posten auch für nicht kommerzielle Kinobetriebe dar. Es gilt wachsam zu bleiben und Veränderungen auf dem Markt genau zu beobachten. Durch regelmässige Besucherumfragen könnten künftig wichtige Erkenntnisse erschlossen sowie Herausforderungen frühzeitig erkannt werden. Der technische Fortschritt wird weitere Investitionen mit sich bringen. Es gilt darauf vorbereitet zu sein.</p>
2013	Crossmediale Potentiale in Audience Development für Schweizer Kunstmuseen	Jakob	Isabel	ja	<p>Kommunikation ist wichtig und ein elementarer Bestandteil eines jeden Museums.</p> <p>Durch die Digitalisierung entstanden jedoch neue Medien und Kommunikationsformen. Dies zwingt auch Schweizer Kunstmuseen, neue Konzepte und Strategien zu entwickeln. Der Begriff der Crossmedialität ist in aller Munde und hat durch die richtige Nutzung das Potential, neue Besuchergruppen zu gewinnen, um den Herausforderungen des wachsenden Wettbewerbsdrucks, den konkurrenzierenden Freizeitmöglichkeiten und der alternden Gesellschaft gewachsen zu sein. Doch was bedeutet crossmediale Kommunikation? Und mit welchen Kompetenzen und Ressourcen nutzen Schweizer Kunstmuseen aktuell das Potential der crossmedialen Kommunikation unter dem Anspruch von Audience Development?</p> <p>Ziel dieser Masterthesis ist es, die Wichtigkeit der crossmedialen Kommunikation für Schweizer Kunstmuseen anhand von theoretischer Literatur aufzuzeigen und anhand einer explorativen Kompetenzanalyse herauszufinden, wie Kompetenzen und Ressourcen aktuell für crossmediale Kommunikation eingesetzt werden. Dazu wurden qualitative Interviews mit Kommunikationsverantwortlichen von drei renommierten Schweizer Kunstmuseen (Kunsthaus Zürich, Fondation Beyeler und Aargauer Kunstmuseum) geführt. Dabei hat sich herausgestellt, dass im Bereich der Crossmedialität noch Potential vorhanden ist, dazu aber auch die nötigen Kompetenzen und Ressourcen vorhanden sein müssen.</p>
2013	Möglichkeiten zur Bewahrung von Künstlernachlässen: Welches wäre ein Modell für die Schweiz?	Kaltenbach	Nicole	nach Rücksprache	<p>Die Künstler selber, ihre Erben, wie auch die Museen und Archive sehen sich mit der Problematik um den Verbleib von Nachlässen konfrontiert. Viele künstlerische Nachlässe geraten in Vergessenheit oder gehen verloren, da die Erben sich nicht der Archivierung und Pflege eines solchen Nachlasses annehmen können oder wollen. Die Depots der Museen und Archive stossen aber an räumliche Kapazitätsgrenzen oder finanzielle Grenzen. Einige private Initiativen sind daher in den letzten Jahren entstanden, um sich diesem Problem anzunehmen. Verfolgt werden sehr unterschiedliche Konzepte. Für die involvierten Personen bleibt aber der Umgang mit Künstlernachlässen nach wie vor unbefriedigend. Ziel dieser Arbeit ist es, ein Modell für die Schweiz zu entwickeln, um einer möglichen Lösung für alle Beteiligten einen Schritt näher zu kommen.</p> <p>Der Blick über die Landesgrenze zeigt, dass dort dieselben Schwierigkeiten im Umgang mit Künstlernachlässen herrschen. Daher wurden die bestehenden Formen der meist privaten Nachlassinitiativen in der Schweiz wie auch in Deutschland untersucht. Mittels Fragebogen, Expertengesprächen und Internetrecherche konnten ihre Konzepte genauer untersucht werden. In einem weiteren Schritt liess sich eine Typologie der verschiedenen Modelle herausarbeiten. In der Lösungsfindung ging es darum, die Stärken der einzelnen Modell-Typen zu nutzen und gleichzeitig auch die Ebene der Künstler und der Nachlasshalter zu berücksichtigen. Dies wird mit dem Vernetzungs-Modell erreicht, dessen Zentrum eine Vermittlungsstelle bildet.</p> <p>Der Weg zu einem erfolgreichen Umgang mit Künstlernachlässen wird nur im Zusammenspiel aller Akteure zu gehen sein. Das Vernetzungs-Modell bildet hierfür den Lösungsansatz für die Schweiz.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2013	Tanzhaus Zürich - Eine Analyse des Heute und Strategien fürs Morgen	Maloigne	Inés	nach Rücksprache	<p>Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit dem Tanzhaus Zürich. Diese Institution ist nach einem Brand im Jahr 2012 mit unterschiedlichen Herausforderungen konfrontiert. Zudem wurde das Tanzhaus im Sommer 2014 von einer neuen Leitung übernommen. In Aussicht steht für das Jahr 2017/2018 zudem der Wiederaufbau des abgebrannten Gebäudes (die Räumlichkeiten waren auf zwei Gebäude verteilt, wovon eines komplett abbrannte). Diese Aussicht stellt eine grosse Chance dar. All diese Voraussetzungen haben zur Idee geführt, für das Haus eine neue strategische Ausrichtung zu denken. Die Erarbeitung einer Strategie bedingt jedoch in einem ersten Schritt eine fundierte Analyse der Ausgangslage und der aktuellen Situation. Aus diesen beiden Bestandteilen besteht die vorliegende Masterarbeit.</p> <p>Für die Analyse wurden Primärdaten mittels Befragung von Expertinnen und Experten anhand eines schriftlichen Fragebogens erhoben. Ebenso wurden Recherchen angestellt um die Umwelt des Tanzhauses besser zu verstehen. Diese Sekundärdaten basieren vor allem auf Publikationen der öffentlichen Hand, der Konkurrenten sowie Dokumenten des Tanzhauses selbst, wie Betriebskonzept, Leistungsvereinbarung oder Jahresberichten.</p> <p>Sowohl das Betriebskonzept wie auch die Leistungsvereinbarung mit der Stadt legen einen klaren Schwerpunkt in den Aufgabengebieten des Tanzhauses fest: „Prioritär behandelt sollen diejenigen Tätigkeiten werden, welche es den Tanzschaffenden ermöglichen zu kreieren, proben, trainieren, produzieren und publizieren. Der Fokus liegt auf der Förderung des Nachwuchses.“ Dieser Forderung aus der Leistungsvereinbarung wurde für die vorliegende Arbeit Rechnung getragen – sie konzentriert sich auf die erwähnten Bereiche und formuliert abschliessend Strategieempfehlungen für den Weg in die Zukunft des Tanzhauses Zürich.</p>
2013	Jugendliche und ihre Einstellung zum Theater - Eine quantitative Umfrage bei Schülerinnen und Schülern der Kantonsschule Hottingen Zürich	Monti	Sandra	ja	<p>Das institutionalisierte Theater muss um sein Publikum kämpfen. Das junge Publikum wächst nicht mehr so einfach nach. In dieser Arbeit wird von der Bourdieuschen These ausgegangen, dass, wer früh in Kontakt mit einer Kulturform kommt, diese auch im Erwachsenenalter weiterhin pflegt. Deshalb fokussiert die Arbeit auf das potenzielle Theaterpublikum der Zukunft, auf die Jugendlichen an einer Kantonsschule, und will herausfinden, wie deren Einstellung zum Theater heute ist. Dabei geht es um drei Fragenkomplexe: Wie kommen/kamen KuK in Kontakt mit Theater? Besuchen Sie Theateraufführungen aus eigenem Antrieb? Welche Vorstellungen von Theater haben sie?</p> <p>Mit Hilfe der Deutschlehrkräfte der Kantonsschule Hottingen werden Daten zu diesen Fragen anhand einer Online-Befragung quantitativ gesammelt und deskriptiv ausgewertet. Heute spielt die Schule auf allen Ebenen die massgebliche Rolle bei der Vermittlung von Theater und erfasst alle Kantonsschüler/innen. Deren Theaterbesuchsquote entspricht jedoch lediglich dem schweizerischen Durchschnitt. Sollte man auf Kantonschulebene Angebote entwickeln, die dem jugendalter vermehrt Rechnung tragen? Wenn ja, dann müssten neue Angebote von den Theatern in den Deutschunterricht integriert werden. Peergroup, Emotionen, aktuelle Inhalte, Berufsbild Schauspieler/in sind weitere Stichworte.</p>
2013	Entscheidungsprozesse bei der Sponsorsuche von Kulturinstitutionen	Nägeli	Manuela	nein	<p>Kulturinstitutionen sehen sich vor die Aufgabe gestellt, immer neue Finanzierungsquellen zu erschliessen und vorhandene langfristig zu halten, um ihr Bestehen zu sichern. Deshalb wird im Rahmen der vorliegenden Arbeit genauer beleuchtet, wie durch Sponsoring finanzielle Mittel aus dem privatwirtschaftlichen Sektor zu generiert werden können. Neun Sponsoring-Verantwortliche von Schweizer Kulturinstitution aus dem deutschsprachigen Raum wurden mittels qualitativer Methode, in Form eines Face-to-Face Interviews, zu den Entscheidungsprozessen bei der Sponsorsuche befragt, um im Anschluss Faktoren, die eine nachhaltige Partnerschaft begünstigen, festzumachen.</p> <p>Die Resultate der Befragungen lassen folgende drei Hauptaussagen erkennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Entscheidungsträger und seine persönliche Meinung haben grossen Einfluss auf die Sponsorenwahl, da oft ad hoc und basierend auf Intuition entschieden wird. • Die Vorgehensweise der Sponsorsuche in der Praxis unterscheidet sich insofern von der Theorie, als dass meistens das Netzwerk der Kulturinstitution eine wichtige Rolle spielt. • Das Image eines Sponsors beeinflusst die Entscheidung einer Kulturinstitution nur gering. <p>Es wird empfohlen, die gemeinsame Wertevorstellung und Zielverfolgung als zwingende Voraussetzung für eine Sponsorenpartnerschaft zu betrachten und die Sponsorenpartnerschaften nicht nur als Finanzierungsquellen, sondern auch als Kommunikationsplattformen zu nutzen, damit eine Sponsorenpartnerschaft langfristig bestehen kann.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2013	Zugangsbarrieren in der Schulischen Kulturvermittlung - Die Kantone Zürich und Thurgau im Vergleich	Nagy	Jasmin	nein	<p>Anhand des Themas „Zugangsbarrieren in der schulischen Kulturvermittlung“ wird das Kulturvermittlungsangebot, spezifisch im schulischen Bereich der Kantone Zürich und Thurgau, als Vertreter von Stadt und Land, einer Analyse unterzogen.</p> <p>Zuerst wird in der Theorie erarbeitet, welche Zugangskriterien zur Kultur für eine erfolgreiche Kulturvermittlung berücksichtigt werden sollen. Im darauffolgenden Teil geht es darum, die Vermittlungsprogramme der Kantone Zürich und Thurgau zu untersuchen, um abschliessend Handlungsempfehlungen zu erarbeiten. Im regionalen Vergleich zeigt die Arbeit auf, wie die Zentrumsfunktion der Stadt Zürich die Finanzierung und Durchsetzung von Kulturprogrammen erleichtert. Der Kanton Zürich profitiert zudem in hohem Mass von der Dichte an Kultur zugewandten Institutionen.</p> <p>Der ländliche Kanton Thurgau ist finanziell und in der Infrastruktur benachteiligt, dazu beim kulturpolitischen Aufbau im Verzug. Die Zusammenarbeit mit Nachbarkantonen ist ein Lösungsansatz, wiegt die Nachteile aber nicht auf. Seine Vorteile liegen in den einfachen und kurzen Kommunikationswegen.</p> <p>Als Hauptfazit festzuhalten ist, dass die schulische Kulturvermittlung einer gesamtschweizerischen Lösung bedarf. Daher sollen sich die Kantone gemeinsam für eine politische Verankerung der schulischen Kulturvermittlung, analog der Musikalischen Bildung, stark machen.</p>
2013	Machbarkeitsstudie und Konzept für ein klassisches Musikfestival in der Region Andermatt-Gotthard	Perrin	Danièle Florence	nach Rücksprache	<p>Machbarkeitsstudie und Konzept für ein klassisches Musikfestival in der Region Andermatt-Gotthard</p> <p>Das einstige Bergdorf Andermatt erfährt durch den Ausbau zum Luxusresort grosse Umwälzungen. Anhand einer Machbarkeitsstudie wird die aktuelle Situation in Andermatt im Bereich Kultur analysiert und darauf aufbauend ein Kultur- Konzept erstellt. Anhand von vier ausformulierten Varianten werden Möglichkeiten aufgezeigt, wie die Region Andermatt-Gotthard kulturell nachhaltig belebt und bereichert werden kann. Primär wird von einem klassischen Musikfestival ausgegangen, das nebst Konzerten für arrivierte Ensembles auch als Förderplattform für reisträger/innen und talentierte Absolvent/innen von Schweizer Musikhochschulen dienen soll. Insgesamt wird der Blick auf Kammermusikalische Darbietungen gerichtet. Dies schliesst im erweiterten Sinn auch Jazz, Folklore, Orgel und Alte Musik/Barock mit ein.</p> <p>Methodisch stützt sich die Masterarbeit auf die Analyse und Auswertung von umfangreichem Zahlenmaterial, Experteninterviews und Gesprächen mit der Bevölkerung von Andermatt, sowie kirchlichen, kommunalen und kantonalen Behörden im Kanton Uri. Der Fragestellung nach den Voraussetzungen, unter welchen ein weiteres, klassisches Musikfestival in der Schweiz eine Chance hätte, wird ebenso nachgegangen, wie den Fragen nach der Realisierbarkeit in einem streng katholischen Bergdorf.</p> <p>Die Auswertung der Recherchen zeigt, dass die aufstrebende Tourismusdestination Andermatt für seine Gäste mittel- bis langfristig, nebst den sportlichen Aktivitäten, auch ein attraktives, qualitativ hochstehendes Kultur-Angebot benötigt. Für eine erste Durchführung eignet sich ein kompaktes Festival zu Ostern am besten.</p>
2013	Entwicklung einer Strategie zur Einführung eines Nachhaltigkeitsstandards in der Schweizer Filmwirtschaft	Schirmer	Christina	nach Rücksprache	<p>Seit in Hollywood im Jahr 2004 die ersten ‚Green Seal‘-Awards durch die Environmental Media Association EMA1 an Film- und TV-Produktionen verliehen wurden, die nachhaltige Praktiken in ihre Arbeitsprozesse einbeziehen, sind Jahre vergangen, bis inzwischen auch in Europa zunehmend Tendenzen hin zu mehr Umweltbewusstsein in der Unterhaltungsindustrie zu verzeichnen sind. Eine Vorreiterrolle nimmt dabei die Filmbranche in Grossbritannien ein, welche ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem entwickelt hat, das speziell auf die Filmwirtschaft ausgerichtet ist. Mit dem BS 8909-Standard, der auf der weltweit gültigen ISO 14001-Norm basiert, wurde ein Instrument geschaffen, das alle Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigt und auf alle Bereiche der Filmwirtschaft anwendbar ist. Auch andere europäische Länder bemühen sich mit diversen Massnahmen, wie Einführung von Richtlinien, Gütesiegeln, Initiativen und entsprechenden Filmförderprogrammen darum, einen Beitrag zur Minderung der Klimaerwärmung und ihren Folgen zu leisten.</p> <p>Mit dieser Arbeit soll ermittelt werden, ob die Schweizer Filmwirtschaft auch bereits Massnahmen zu einer Nachhaltigen Entwicklung ergriffen hat, und ob es sinnvoll wäre, einen Nachhaltigkeitsstandard nach dem Vorbild des Britischen BS 8909 einzuführen, oder ob sich andere Massnahmen als geeigneter erweisen. Ziel ist es, eine entsprechende Strategie zu erarbeiten.</p> <p>Als Methode zur Situationsanalyse werden qualitative Interviews mit Vertretern aus diversen Sparten der Filmbranche geführt. Mit Hilfe von SWOT-Analysen soll schliesslich eine Strategie zur Implementierung eines Nachhaltigkeitsstandards ausgearbeitet werden. Es zeigt sich, dass in der Schweiz noch keine spezifischen Massnahmen hinsichtlich Nachhaltigkeit in der Filmbranche ergriffen wurden, und dass Handlungsbedarf besteht.</p> <p>Als ideales Instrument zur Einleitung eines Pilotprojektes bietet sich das neue Filmfördermodell ‚FISS – Film Standort Schweiz‘ an, das mit der Kulturbotschaft 2016-2019 vom 28. Mai 2014, eingeführt werden soll (BR, BAK, EDI, 2014: 48). Mit seinem Zweck zur Standortförderung beinhaltet dieses Modell bereits die ökonomischen und sozialen Aspekte der Nachhaltigkeit, und es wäre sinnvoll, zusätzlich noch eine ökologische Auflage an diese Förderung zu binden. Der inzwischen zur Internationalisierung vorgeschlagene BS 8909-Standard könnte nach seiner Übernahme als ISO-Norm als Instrument zur Umsetzung dienen.</p> <p>Zur Planung und Umsetzung dieser oder anderer Nachhaltigkeitsstrategien in der Schweizer Filmwirtschaft und damit einhergehender Massnahmen ist die Bildung einer Koordinationsstelle oder einer unabhängigen Beratungsstelle erforderlich. Ein entsprechendes Geschäftsmodell wird von der Autorin in einem nächsten Schritt ausgearbeitet.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2013	KulturLegi, KulturLegi St. Gallen-Appenzell - Eine theoretische und empirische Evaluation eines Pilotprojekts im Hinblick auf kulturelle Teilhabe	Sprengel	Natascha	nach Rücksprache	<p>Die grosse Herausforderung liegt heute darin, eine besondere Sensibilität für die soziale Wirklichkeit zu wecken, die eine Voraussetzung dafür ist, dass Themen wie «Armut», «eingeschränkte Teilhabe» und «Exklusion» wahrgenommen werden. Ein Projekt, das sich dieser Fragen angenommen hat, ist die KulturLegi, deren Hauptziel es ist, Menschen am und unter dem Existenzminimum eine gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen.</p> <p>Seit 2003 ist die KulturLegi – ein Projekt der Caritas Schweiz – in vielen Kantonen aktiv und hat im Oktober diesen Jahres auch die Arbeit, in Form eines dreijährigen Pilotprojekts, in St.Gallen und Appenzell aufgenommen. Ob die Legitimation der KulturLegi St.Gallen-Appenzell auch nach der Pilotprojektphase gegeben ist, ist die zentrale Forschungsfrage der vorliegenden Evaluation. Dabei liegt, im Hinblick auf die positive Wirkkraft von Kunst und Kultur, der Schwerpunkt der Untersuchung auf dem kulturellen Engagement der KulturLegi und den Möglichkeiten der kulturellen Partizipation, die daraus erwachsen.</p> <p>Im Rahmen einer SWOT-Analyse, deren Parameter aus den Erkenntnissen der Evaluation gewonnen wurden, konnte bestätigt werden, dass die KulturLegi-St.Gallen-Appenzell bereits heute durch ihre Bemühungen um finanziell benachteiligte Bevölkerungsgruppen, integrative Prozesse massgeblich unterstützt und einen gesamtgesellschaftlichen Beitrag zur kulturellen Teilhabe leistet und somit die Existenzberechtigung auch nach der dreijährigen Pilotprojektphase gegeben ist.</p>
2013	Pop-up Kultur. Skizzen für eine Informationsplattform zur Zwischennutzung in der Stadt Bern	Thomi	Martina	ja	<p>Die knappen Raumverhältnisse für Kulturprojekte sind in der dicht besiedelten Stadt Bern ein Problem. Mangels neuer und/oder fixer Räume zur Kulturproduktion greifen Zwischennutzende auf übergangsweise leerstehende Gebäude zurück. Innerhalb eines mit dem Vermieter oder der Vermieterin festgelegten Zeitraumes können in ehemaligen Lager- und Verkaufsräumen, in Unterrichtsgebäuden und Büros Zwischennutzungsprojekte stattfinden. Bisher existiert in der Stadt Bern keine Anlaufstelle für Initianten und Initiantinnen solcher Projekte, die konkret auf die Besonderheiten von Zwischennutzungsprojekten zugeschnitten Informationen bietet und bei der Gesuchstellung und dem Einholen diverser Bewilligungen behilflich ist.</p> <p>Ziel der Masterarbeit ist die Skizzierung einer solchen Anlaufstelle, einer webbasierten Plattform. In einem ersten Schritt werden die Anspruchsgruppen (Zwischennutzende, öffentliche Hand, Liegenschaftsbesitzer und –besitzerinnen, Anwohnerschaft) und deren Bedürfnisse betrachtet, bevor auf die verschiedenen Aspekte einer Zwischennutzung eingegangen wird. Nach der Analyse anderer bereits bestehender Modelle folgt eine eigene Skizzierung einer Informationsplattform zur Zwischennutzung in der Stadt Bern. Die einzelnen Module und Inhalte werden beschrieben und es werden Überlegungen zu Kooperationspartnern, Umsetzung und Bekanntmachung angestellt sowie diverse Ausbaumöglichkeiten diskutiert.</p> <p>Die Verteilung der öffentlichen Mittel rückt zunehmend in den Fokus des politischen Interesses, laufend werden Gesamtstrategien kooperativer Kulturförderung von Kantonen und ihrer Grossstädte bekannt. Aus Winterthurer Sicht sind diese Modelle hinsichtlich der kostenintensiven, regional prägenden Kulturinfrastruktur interessant. Das städtische Kulturleben wird heute von Kanton und Stadt gefördert, ohne dass eine gesamtstrategische Ausrichtung benannt ist. Es stellt sich die Frage: Lässt sich eine dieser Gesamtstrategien auf den Kanton Zürich übertragen? Welche Perspektiven ergeben sich für den Kanton Zürich und die Stadt Winterthur?</p>
2013	Kooperative Strategien öffentlicher Kulturförderung - Perspektiven für den Kanton Zürich und Winterthur	Tribelhorn	Barbara	nach Rücksprache	<p>Die Arbeit stellt die heutige Praxis öffentlicher Kulturförderung im Kanton Zürich und der Stadt Winterthur dar und eruiert Bedürfnisse und Handlungsfelder. Durch Fachgespräche und eine Auslegung u. a. rechtlicher Grundlagen der Modelle Kanton Luzern, Thurgau und St. Gallen lassen sich Vergleiche ziehen. Bei der Bewertung ist von besonderem Interesse, wie sich einzelne Massnahmen auf den Kanton Zürich und die Stadt Winterthur auswirken würden und wo Chancen und Hemmnisse bestehen. Es zeigt sich, dass Modelle nicht telquel adaptiert werden können. Gleichwohl lassen sich einzelne Massnahmen zur Umsetzung vorschlagen: Eine Aufgabenentflechtung der behördlichen Instanzen, die kantonsweite Schaffung regionaler Förderplattformen oder in Winterthur eine städtische Kulturstiftung. Diese und weitere empfehlenswerte Massnahmen zur Umsetzung sind hinsichtlich finanzieller, rechtlicher, organisatorischer und personeller Aspekte beschrieben.</p> <p>Eine evidente Tatsache ist das Fehlen einer rechtlichen Grundlage in der Stadt Winterthur zur Legitimation öffentlicher Kulturförderung. Diese könnte aus städtischer Sicht Fundament für eine politisch indizierte Neustrukturierung der Kulturförderung im Kanton Zürich sein, welche kooperativ-strategisch die Kulturlandschaft in den Städten und Regionen prägt.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2013	Klassische Konzerte für Teenager - ein Konzept für das Zürcher Kammerorchester	Hauser	Franziska	nach Rücksprache	<p>Wie muss ein Konzert des Zürcher Kammerorchesters aussehen, damit sich Teenager – denen im Allgemeinen ein Desinteresse am klassischen Konzertwesen nachgesagt wird – dafür begeistern lassen? Das vorliegende Audience-Development-Konzept ist stark motiviert durch die Problematik der allgemeinen Stagnation des klassischen Konzertwesens. Die Ausgangsthese lautet, dass diese Krise weniger eine der Musik als vielmehr eine ihrer Darbietungsform ist und somit nur mit neuen Konzertformaten überwunden werden kann. Auf der wissenschaftlichen Grundlage von Fachliteraturstudium, Recherchen beim ZKO sowie zwei Experteninterviews wird ein umfassendes Konzertkonzept erarbeitet, das die Ansprüche und Wünsche des jugendlichen Publikums an erste Stelle setzt. Ein tiefes Verständnis der Zielgruppe ist dafür unabdingbar, weshalb diese aus verschiedenen Perspektiven – von Entwicklungspsychologie bis Lebensstil – analysiert wird.</p> <p>Nach der Konkurrenzanalyse (vergleichbare Konzepte für Jugendliche sind in der Schweiz inexistent) und Zielgruppendefinition (das ideale klassikaffine Publikum wird an Gymnasien und Musikschulen lokalisiert) steht die Konzeption eines in sich stimmigen Konzertabends im Vordergrund: Ein sozialer Event mit lockeren und unterhaltsamen Rahmenbedingungen. Das Konzept grenzt sich damit stark von musikpädagogischen Vermittlungsangeboten ab und lässt viele Verhaltensweisen zu, die an traditionellen klassischen Konzerten unerwünscht sind. Zeit, Ort, Interpreten, Musikauswahl und Verpflegung werden analysiert und dem Zielpublikum angepasst.</p> <p>Die Marketing- und Kommunikationsstrategie hebt die Exklusivität der Konzerte für Teenager unter Ausschluss erwachsener Autoritätspersonen hervor und betont den Erlebnis- und Spassfaktor. Die grösste Herausforderung besteht darin, das Zielpublikum angesichts der immensen Vielfalt alternativer Freizeitangebote davon zu überzeugen, dass die ZKO Teenagerkonzerte die bestmögliche Wahl darstellen, Taschengeld und Freizeit zu investieren. Dabei kommt Jugendlichen, die bereits eine grosse Klassikaffinität aufweisen, eine Schlüsselrolle zu, indem sie als Botschafter wirken.</p>
2012	Die Schweizer Filmtechniker - Die Geschichte der Filmwirtschaft in der Schweiz mit dem Fokus auf die Arbeitsbedingungen von Schweizer Filmtechnikern	Hefti	Jessica	nach Rücksprache	<p>«Ein Film von ... » ist häufig gross auf Filmplakaten zu lesen. Doch ein Film entsteht nicht durch eine einzelne Person, sondern dank dem Engagement einer Vielzahl von Arbeitskräften. Keiner denkt bei einer Verfolgungsjagd an die rasanten Schwenks des Kameramannes oder an die Lichttechniker, die für das romantische Licht beim Happy End zuständig sind. Die Filmtechniker hatten früher oft den Status eines Baustellenarbeiters auf dem Set und mussten ihre Rechte als Kulturschaffende erkämpfen.</p> <p>Ziel dieser Arbeit ist es, den kulturpolitischen Kontext zu beleuchten und anhand historischer Ereignisse aufzuzeigen, wie sich die Arbeitsbedingungen von Filmtechnikern in der Schweiz entwickelt haben. In einem zweiten Teil wird ein Ausstellungskonzept ausgearbeitet, das die Geschichten zu Themenfeldern und konkreten Ideen verdichtet und das Projektmanagement für eine Realisation aufzeigt.</p>
2012	Kulturtourismus und UNESCO Weltkulturerbe am Beispiel des Stiftsbezirks St. Gallen	Huber	Sonia	nein	<p>Die Aufnahme einer Stätte in die Welterbeliste beinhaltet neben der Auszeichnung die Verpflichtung, alles Mögliche zu unternehmen, um eine Stätte zu schützen und die Bevölkerung für deren Wert zu sensibilisieren. Welterbestätten sollen für alle örtlich wie inhaltlich zugänglich sein. Manager von Welterbestätten stellt dies vor grosse Herausforderungen. Sie müssen darauf bedacht sein, die Interessen von Einheimischen zu wahren, das Erbe dauerhaft zu verwalten und die Tourismusplanung in Übereinstimmung mit den Schutzmassnahmen zu erarbeiten, damit das Welterbe wie auch Touristen davon profitieren.</p> <p>Der Stiftsbezirk St. Gallen gehört seit 1983 zum Erbe der Welt. In der vorliegenden Arbeit soll untersucht werden, ob ein Ausbau der touristischen Nutzung des Stiftsbezirks möglich ist, ohne den Schutz der Welterbestätte zu gefährden. Dazu wurde untersucht, welche touristischen Angebote bereits vorhanden sind, welche Kooperationen bestehen und wo ein Ausbau möglich ist, respektive wo Handlungsbedarf besteht. Hierzu wurden Recherchen vor Ort gemacht und Gespräche mit Vertretern einzelner Anspruchsgruppen geführt.</p> <p>Die Ergebnisse zeigen, dass eine Erweiterung des kulturtouristischen Angebots für den Stiftsbezirk St. Gallen, unter Einhaltung des Schutzes, möglich ist. Ziel ist es, einen möglichst nachhaltigen Tourismus zu fördern. Hierfür gilt es touristische Aktivitäten zu kanalisieren, damit sie keinen Schaden anrichten und ein Grossteil des Ertrags aus den touristischen Einnahmen wieder in den Erhalt und den Schutz der Stätte zurückfliessen kann. Unter dem Aspekt des nachhaltigen Welterbe- Tourismus soll die Ressource „Welterbestätten“ so für zukünftige Generationen erhalten bleiben, für eine nachhaltige Regionalentwicklung förderlich sein und nach Möglichkeit unter Einbezug aller Stakeholder entwickelt werden. So kann ein Interessensausgleich zwischen den divergierenden Zielen von Tourismus - der Nutzung von Ressourcen - und jenen von Welterbestätten - dem Schützen und Erhalten von Ressourcen - stattfinden.</p> <p>Abschliessend werden Ideenentwürfe für die Erweiterung des kulturtouristischen Angebots aufgezeigt und Vor- und Nachteile abgewogen. In einem weiteren Schritt müssten diese Angebote auf ihre Machbarkeit hin geprüft werden.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2012	TicinoTanz - Eine kulturpolitische Vision	Janner	Valentina	ja	<p>Diese Arbeit besteht aus einer Machbarkeitsstudie, die einen Lösungsansatz zur Verwirklichung einer Vision für die Tessiner Kulturpolitik im Bereich Tanzförderung überprüft. Ausgangslage der Vision sind eine Bestandsaufnahme und eine Feldanalyse der gegenwärtigen Kultur- und Tanzförderung des Tessins.</p> <p>Die Ergebnisse dieser Nachforschung zeigen auf, dass sowohl die Tessiner Kulturpolitik wie auch die Tanzförderung mangelhaft sind. Zur Behebung dieses Umstands wurde die Vision einer zukunftsorientierten Kulturpolitik und einer effektiven und nachhaltigen Tanzförderung vorgetragen und eine kulturpolitische Strategie entwickelt, die zu einer klareren Positionierung des Tessins auf nationaler und internationaler Ebene führen soll. Das Förderungskonzept zerfällt in zwei Phasen. Die erste besteht aus kurzfristigen Massnahmen, die von einem zu gründenden Tanzverein Associazione Ricerca Danza (ARD) zu ergreifen sind. Die zweite umfasst zwei Projekte auf längerer Sicht: die Errichtung des Tanzentrums Centro Lugano Danza und die Veranstaltung des jährlichen überregionalen Festivals des zeitgenössischen Tanzes TicinoDanza.</p> <p>Zur Durchführung dieser Machbarkeitsstudie wurden drei Methoden angewendet: Literatur-Analyse, Desk Research und Expertenbefragungen bzw. Interviews. Die erste Phase hat schon eingesetzt. In der Tat haben sich fast alle Tanzschaffenden des Tessins anlässlich eines ersten Treffens zusammengeschlossen, um die Aufgaben und Ziele einer Arbeitsgruppe zu besprechen, die dem Kanton ein Tanzförderungskonzept unterbreiten wird. Was das Tanzzentrum Centro Danza Lugano und das Festival TicinoDanza anbelangt, sind zwei Voraussetzungen unabdingbar. Einerseits muss die Stadt Lugano das Projekt guthessen, andererseits sollen sich auch alle Gemeinden und der Kanton daran beteiligen. Das heisst, dass diese Projekte voraussichtshalber nicht nach der vorgeschlagenen Terminplanung (innerhalb von zwei Jahren) umsetzbar sind. Die Sensibilisierungskampagne des Vereins ARD zum Thema zeitgenössischer Tanz gegenüber Publikum, Politikern und Kulturschaffenden braucht eine längere Zeit für die optimalen Bedingungen. Es wird jedoch belegt, dass der erarbeitete Lösungsansatz zum Teil machbar ist.</p>
2012	Komponentengründung und Outsourcing in Kultur- und Kreativunternehmen. Partizipation 2.0	Kägi	Benjamin	nach Rücksprache	<p>Situationsanalyse: Outsourcing von Teilbereichen in der Schweiz</p> <p>Viele Kulturschaffende und Kreative sind als Freelancer, Selbständigerwerbende oder als Unternehmer in Mikrounternehmen tätig. Meist erlaubt ihnen der erwirtschaftete Umsatz nicht, für jeden Aufgabenbereich eine Fachkraft einzustellen. Deshalb wird in sogenannten Mini-Clusters gearbeitet beziehungsweise werden projektbezogen externe Projektleiter, Webdesigner oder Programmierer herangezogen. Dieses Modell funktioniert in der Praxis sehr gut. Zudem bietet dieses Arbeitsmodell einen grossen Unabhängigkeitsaspekt, den die Arbeit von Kulturschaffenden und Kreativen als Nährboden für Kreativität voraussetzt. Probleme entstehen aber, wenn Kulturschaffende oder Kreative, um Kosten zu sparen oder um die Kontrolle nicht abzugeben, versuchen, alle Aufgabenbereiche selbst abzudecken.</p> <p>Die Gefahr besteht darin, dass der Fokus auf die eigentlichen Kernaufgaben verloren geht. So stellt sich die Frage, wieso viele Kulturschaffende und Kreative nicht vermehrt mit bestehenden Komponenten arbeiten und somit die Aufgabenbereiche, welche nicht zur Kernaufgabe gehören und zu viel Zeit beanspruchen, outsourcen? Es gibt viele Prozesse, die sich optimal für ein Outsourcing eignen – die Buchhaltung ist hierfür ein Beispiel. In der Schweiz besteht für den Prozess der Buchhaltung bereits ein breites Angebot an Treuhandbüros (Outsourcing), aber auch innovative Komponenten wie beispielsweise Run my Accounts (www.runmyaccounts.ch). Dieser Dienstleister deckt eine spezielle Sparte ab, nämlich die der automatisierten und skalierbaren Dienstleistungen (Komponenten). Der Vorteil von Run my Accounts liegt darin, dass Belege ausschliesslich digital eingelesen und verarbeitet werden. Dadurch entstehen für den Kunden kaum Fixkosten, sondern in erster Linie variable Kosten wie beispielsweise CHF 1.00 pro Journal-Eintrag der durch sie gebucht wird und CHF 3.90 pro aufbereitete Zahlung.</p> <p>Zielsetzung und Methodik</p> <p>Die Zielsetzung der Masterarbeit lautete wie folgt:</p> <p>Eruiierung des aktuellen Status Quo von Outsourcing und Komponenten-Dienstleistungen/Produkten in Kultur- und Kreativunternehmen. Identifikation des Bedarfs von Outsourcing und Komponenten-Dienstleistungen/Produkten in Kultur- und Kreativunternehmen. Klärung der Frage, ob die fehlende Nutzung von bestehenden Komponenten tatsächlich, wie oft angegeben, mit dem</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2012	Identifikation unerschlossener Potenziale in der Soziokulturellen Arbeit durch Marketing und Web 2.0	Kocher	Berhand	ja	<p>mit der Vorliegenden Arbeit wird versucht, neue Wege für das Berufsfeld der Soziokulturellen Arbeit aufzuzeigen, und wie die stark an den Interessen der 60er-Generation und am Zeitgeist der 70er und 80er Jahre orientierte Fachrichtung ins 21. Jahrhundert überführt werden kann.</p> <p>Partizipation ist ein wichtiger Schlüsselbegriff dieser Fachrichtung. Der Begriff Partizipation hat nun, im Zusammenhang mit den technischen Möglichkeiten des Internets und den daraus entstandenen neuen Nutzungsweisen, ein eigentliches Comeback erfahren. Kaum ein Artikel zum Thema «Web 2.0» – wie diese neue Dimension der Kommunikation über das Internet nun benannt wurde – erschien, ohne ausführlich über die neuen partizipativen und kollaborativen Möglichkeiten zu berichten. Um den Text auch für berufsfeld-ferne Leser nachvollziehbar zu machen, wird im ersten Teil der Partizipationsbegriff betrachtet und das Berufsfeld der Soziokulturellen Arbeit und deren Ziele und Funktionen umschrieben. Im zweiten Teil wird versucht herauszufinden, ob hinter der Partizipation im «Web 2.0» analoge Motivationsgründe wie bei der Partizipation im realen Leben stehen. Sind die Wirkungen, die diese Partizipationen hinterlassen vergleichbar? Um diese Fragen zu beantworten, wird der Begriff «Web 2.0» mit seinen vielen Dimensionen und Möglichkeiten beschrieben.</p> <p>Der dritte Teil befasst sich mit der Fachrichtung Marketing und mit den Besonderheiten der Leistungserbringung im Sozialbereich. Es wird untersucht, auf welche Weise Marketingansätze für die Erreichung von Soziokulturellen Zielen eingesetzt werden könnten. Speziell die Fachrichtung Community-Marketing, welche die partizipativen Möglichkeiten von «Web 2.0» mit Marketing zusammenbringt, lässt Potenziale für die Soziokulturelle Arbeit erahnen und ist darum Gegenstand der Betrachtung.</p> <p>Im abschliessenden und schlussfolgernden Teil wird versucht zu beantworten, ob mit Marketingansätzen und Nutzung der neuen partizipativen Kommunikationsmöglichkeiten tatsächlich ein Innovationsschub im Berufsfeld herbeigeführt werden kann. Zum Schluss werden Vorschläge gemacht, welche ersten Schritte einen Wandel einleiten könnten.</p>
2012	Besuchersegmentierung und Kundenwert im Kulturbetrieb	Melcher	Elisabeth	nein	<p>Marktsegmentierung und Kundenwertanalyse als wichtige Marketinggrundlagen werden anhand der Literatur analysiert und auf das Kulturmarketing übertragen. Untersucht werden deren Stellenwert und Einfluss auf (öffentlich subventionierte) Kulturbetriebe und auf die Tonhalle-Gesellschaft Zürich (TGZ).</p> <p>Während der Kundenwert in der Wirtschaft meist monetär definiert wird, ist er in Kulturbetrieben auch von kulturpolitischen und künstlerischen Zielen abhängig. Zunehmende Konkurrenz und finanzieller Druck zwingen Kulturbetriebe zu verstärkter Besucherorientierung. Besucher müssen über die herkömmlichen soziodemografischen Merkmale hinaus segmentiert werden; die spezifischen Besucherbedürfnisse bestimmen die Angebotsgestaltung. Der Kundenwert definiert den Wert der Besucher für das Unternehmen und zeigt die Attraktivität einer Zielgruppe auf. Dies ist eine neue Sichtweise im Kulturmanagement und somit eine Herausforderung für die Kulturbetriebe.</p> <p>Schlussfolgerungen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Der Begriff des Kundenwertes stellt in der Literatur des Kulturmanagements eine Forschungslücke dar. 2. Besuchersegmentierung sowie Kundenwert sind vor allem in öffentlich subventionierten Kulturbetrieben noch ungenügend bekannt. 3. Bedürfnisse und Potenziale der Besucher müssen zu kreativer Ausarbeitung von nutzenstiftenden Angeboten führen, um damit die Eigenwirtschaftlichkeit zu erhöhen. 4. Für die TGZ wird als wichtigste Massnahme zur Besucherorientierung die Einführung einer CRM-Database empfohlen. <p>Seit Ende der 1990er-Jahre durchläuft die Musikindustrie einen tiefgreifenden Wandel. Der gigantische Motor der digitalen Revolution hat ihre Strukturen und Bedingungen verändert, und die zunehmende Speicherung von Informationen in digitaler Form, das rasante Wachstum von Netzwerken und die Verbreitung des Internets haben die Digitalisierung wesentlich vorangetrieben.</p>
2012	The Future is Now - die Musikindustrie im Zeitalter der digitalen Revolution. Eine Betrachtung des Musiklabels Soulsheriff Records	Müller	Fabio	ja	<p>Die im Zentrum der Betrachtung stehende Musikindustrie und allen voran die grossen Konzerne haben die neuen technologischen Herausforderungen nur zögerlich aufgenommen und begegneten der Digitalisierung ohne kreative Ansätze. Die Masterarbeit beschäftigt sich mit der Frage, wie sich die Musikindustrie unter dem Aspekt der Digitalisierung verändert hat, welche Strukturbrüche zu erkennen und welche Auswirkungen heute sichtbar sind. Von besonderem Interesse ist dabei, wie ein unabhängiges Musiklabel von den veränderten Bedingungen profitieren kann und welche Strategien diesem zugrunde liegen.</p> <p>Der Umbruch und die durch die Digitalisierung geschaffenen neuen Bedingungen haben für Independent Labels Perspektiven eröffnet. Das Praxisbeispiel Soulsheriff Records zeigt, dass das Label nebst der klassischen Tonträgerproduktion seine Wirkungsfelder flexibel erweitert hat und digitale Distributions- und Kommunikationskanäle nutzt. Soulsheriff Records profitiert von den Möglichkeiten des digitalen Wandels, muss jedoch innovativ agieren und die Geschäftstätigkeit auf verschiedene Zweige ausdehnen. Ein auf die Bedingungen des digitalen Zeitalters eingestelltes Label, das für Musikverliebte besondere Künstler findet, ihr musikalisches Schaffen veröffentlicht und einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt in der Musikwelt leistet, hat aussichtsreiche Chancen, in Zukunft von Bedeutung zu sein.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2012	Gründungskonzept für ein Start-up zur Kunst- und Kulturvermittlung für Kinder	Oberhänsli	Anja	nach Rücksprache	<p>Die vorliegende Arbeit beinhaltet ein Gründungskonzept für ein Start-up zur Kunst- und Kulturvermittlung für Kinder im Alter von sechs bis zwölf Jahren.</p> <p>Das anvisierte Start-up macht es sich zur Aufgabe, über das bestehende Angebot hinaus neue Formate und Inhalte zur Kunst- und Kulturvermittlung für Kinder zu evaluieren und zu entwickeln, im Markt zu implementieren und diesem anzubieten. Vorgesehen sind Formate in Form von einmalig oder wiederkehrend stattfindenden Kursen, Workshops und Ferienprogrammen, die den Kindern durch Kulturvermittler bzw. durch Kunstpädagogen im Auftragsverhältnis auf spielerische Art und Weise vermittelt werden.</p> <p>Als Absatzmarkt ist vorerst der Kanton Thurgau vorgesehen. Zielgruppen sind Eltern und Kinder sowie öffentliche und private Schulen, allgemein öffentlich-rechtliche Körperschaften, die sich mit Bildung, Kunst und Kultur beschäftigen.</p> <p>Die Machbarkeitsanalyse erfolgt nach der Methode „Business Model Canvas“ von Osterwalder und Pigneur (2010).</p> <p>Fazit ist die Bejahung der Frage nach der Realisierbarkeit – allerdings unter der Voraussetzung einer Bereitstellung der notwendigen Anschubfinanzierung.</p>
2012	Angebots- und Bedarfsanalyse zur Jugendkultur in Basel: Braucht Basel ein neues Jugendkulturzentrum?	Schweizer	Lukas	ja	<p>Die Arbeit liefert keine umfassende, abschliessende Untersuchung aller Angebote im Bereich Jugendkultur in Basel. Erarbeitet werden Entwicklungsvarianten, nicht ein konkretes Raumprogramm oder ein Businessplan.</p> <p>Als Methode wird die qualitative Forschung in Form von problemzentrierten, offenen, halbstrukturierten Leitfaden -- Experteninterviews mit ausgewählten Akteuren der Jugendkultur gewählt. Der Begriff Jugendkultur wird näher betrachtet.</p> <p>Ein offener, weit gefasster Jugendkulturbegriff wird herausgearbeitet, jedoch auf Grund von verwaltungsinternen Begriffsannäherungen weiter eingegrenzt. Eine Anspruchsgruppenanalyse klärt die relevanten Akteure, diese werden danach vorgestellt. Sodann werden die Grundlagen analysiert und Gesetze, Leitbilder, Konzepte und Berichte, die eine thematische Relevanz aufweisen vorgestellt. Die Konstruktion des Interviewleitfadens ist danach Gegenstand der Arbeit.</p> <p>Die Interviewpartner-- innen und --partner werden vorgestellt, die Analysemethode der zusammenfassenden Inhaltsanalyse erläutert und die zentralen Aussagen der Interviews in einer Matrix dargestellt. Daraus werden offene Bedarfsebenen in den Bereichen Vernetzung, virtuelle Plattformen, Schnittstellen, Räume, Rahmenbedingungen und neue Orte abgeleitet. Die auf dieser Basis vorgeschlagenen Entwicklungsvarianten beziehen sich auf bestehende Institutionen, auf ein neues Jugendkulturzentrum und auf koordinative Projekte.</p> <p>Mögliche Entwicklungsvarianten werden auf Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken überprüft. Nach der Zusammenfassung beschliesst ein Ausblick auf die mögliche weitere Entwicklung die Arbeit.</p>
2012	"Unternehmenskultur in Museen" - Fallstudienuntersuchung	Bussmann	Patrick	ja	<p>Die Master Thesis "Unternehmenskultur von Museen - Fokus Nachhaltigkeitsmanagement. Fallstudie Fotomuseum Winterthur" untersucht die Tatsache, weshalb bislang Kunst- und Kulturbetriebe mehrheitlich von der weltweiten Auseinandersetzung mit nachhaltiger Entwicklung ausgeklammert wurden. Zudem werden den thematischen Anknüpfungspunkten von denk- und handlungsleitenden Grundannahmen der Unternehmenskultur hinsichtlich der Nachhaltigkeitsthematik, der Übereinstimmung von öffentlich kommunizierten Zielen im Verhältnis zur intern gelebten Unternehmenskultur, der Beeinflussung des Nachhaltigkeitsgedankenguts in Bezug auf das Entstehen von Innovationen und der Verankerung des Nachhaltigkeitsdiskurs anhand eines transformatorischen Kulturwandels nachgegangen. Aufgrund der zentralen Rolle der Unternehmenskultur stellt sich die Frage, inwiefern das Konzept der Nachhaltigkeit darin verankert ist und wie sinnvoll dieses auf den Kunst- und Kulturbetrieb angewendet werden kann. Die beiden ersten Kapitel der Arbeit verstehen sich als theoretische Grundlage. Diese beinhalten die ethischen und unternehmenskulturellen Grundvoraussetzungen für das Nachhaltigkeitsmanagement. Daneben sind zwei Modelle der Unternehmenskulturanalysen, erstens jenes nach Schreyögg und anschliessend jenes nach Schein genauer erläutert.</p> <p>Im darauf folgenden Kapitel werden Elemente des Managements und Handlungsfelder des Nachhaltigkeit zusammengetragen. Darin wird die unternehmerische Mitverantwortung im Rahmen der nachhaltigen Entwicklung vorgestellt, welche mit der zentralen Bedeutung der drei Dimensionen des Sozialen, der Ökonomie und der Ökologie begründet ist. Das anschliessende Kapitel zeigt den empirischen Teil der Arbeit auf. Der Schwerpunkt liegt in der Bedeutung der Unternehmenskultur mit dem Fokus auf Nachhaltigkeitsmanagement von Museen. Zielsetzung ist es, die Unternehmenskultur und deren tiefer liegenden Denk- und Handlungsmuster anhand der Fallstudie Fotomuseum Winterthur zu erkunden und zu deuten. Auf der Grundlage des nachhaltigkeitsbezogenen Herausforderungen werden Vision, Strategien und Ziele sowie die Strukturen und Prozesse analysiert. Dabei wurde die qualitative Inhaltsanalyse als methodisches Instrument verwendet. Qualitative Forschungsmethoden sind diesbezüglich vorzuziehen, da quantitative Analysen aufgrund des fehlenden Tiefgangs und Problemzusammenhangs nicht geeignet scheinen. Ziel der qualitativen Unternehmenskulturanalyse ist es, die Probleme der Realität im Zusammenhang der Anwendung zu verstehen und die kulturellen Voraussetzungen für praktisch umsetzbare Lösungsansätze in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung zu klären. Insgesamt wurde im Fotomuseum Winterthur eine Erhebungsrunde mit drei Interviewpartnern durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Interviews dienen in Form von Interviewtranskripten als Grundlage für die Deutungs- und Interpretationsvorgehensweise. Dabei wurde der Status quo im Nachhaltigkeitsmanagement und die daraus abgeleitete Entwicklung entsprechender Handlungsempfehlungen und Zukunftsperspektiven eruiert. Schliesslich sind daraus die fördernden und hemmenden unternehmenskulturellen Faktoren für einen Wandel der Kultur erarbeitet worden. Ein Kulturwandel in Richtung eines nachhaltigkeitsorientierten Fotomuseums Winterthur ist demnach durchaus denkbar. Dabei sollen alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, die Ökologie, die Ökonomie und die Gesellschaft integriert werden, um gegenüber den zukünftigen Herausforderungen zu bestehen. Schlussfolgernd wird gefordert, dass ein Nachhaltigkeitsdiskurs angestrebt wird, indem geklärt werden soll, was Kunst und Kultur</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2011	U R Remix - Das Dilemma des Urheberrechts im Zeitalter der Digitalisierung	Gladigau	Kai	ja	<p>Den aktuellen Debatten um das Urheberrecht kann man sich, vor allem als kunst- und technikinteressierter Mensch, nur schwer entziehen. Die Spannweite reicht von einer Abschaffung des Urheberrechts bis zu einer strikten Verschärfung. Auslöser der Debatte ist die fortschreitende Digitalisierung mit ihren Möglichkeiten, Inhalte in sekundenschnelle über den Erdball zu verteilen - über das Internet.</p> <p>In der vorliegenden Arbeit werden zuerst die verschiedenen Aspekte, die zur Debatte führten, am Beispiel der Musikindustrie aufgezeigt: das dem Menschen zutiefst innewohnende Wesen des Kopierens, die aktuelle Fassung und die Entwicklung dahin des Urheberrechts, die Funktionsweise des Internets, die Veränderungen in der Kulturproduktion durch die Digitalisierung und letztlich die Debatte selbst. Dargelegt werden soll, wie durch kleine Veränderungen im Urheberrecht und durch besonnenen Umgang ein zufriedenstellendes Ergebnis für alle erreicht werden kann: Urheber, Verwerter, Nutzer.</p> <p>Die Arbeit ist im Kern aufgebaut wie ein DJ-Set, was sich jedoch vom wissenschaftlichen Arbeiten nicht grundlegend unterscheiden muss. Eine ergiebige Sammlung an bisherigen Erkenntnissen und Aussagen wird gebündelt und der Fragestellung entsprechend aufbereitet. Genauso sammelt der DJ in seinem Set schier unzählbare Titel anderer Künstler, die er kunstvoll zu einem neuen Gesamtkunstwerk verarbeitet.</p> <p>Mögliche Lösungen für das aktuelle Problem, bei dem strenggenommen tagtäglich millionenfach Urheberrechte im Internet verletzt werden (etwa durch das posten eines Zeitungsartikels in einem Forum oder das Zugänglich machen zu einer MP3-Datei von einem bemerkenswerten Song, beides ohne vorherige Einwilligung der Rechteinhaber), könnten bereits feine Modifikationen im Urheberrecht sein. Eine minimal offenere Auslegung der Persönlichkeitsrechte des Urhebers, die eine Bearbeitung seines Werkes durch andere als Meinungsäußerung verstehen lässt; oder ein Überdenken der Verarbeitungsrechte, wodurch einer unrechtmässigen Verbreitung auch ein Schaden nachgewiesen werden muss, sind diskutabile Vorschläge. Mit freien Lizenzen (Creative Commons, ergänzt um die zur Verwertungsgesellschaft aufstrebende C3S) liessen sich ebenso viele Unsicherheiten beseitigen.</p>
2011	Die Gründung des Kunst-Sammlers Museums: "ART & CARS" in Singen (Dtl.) - Entwicklung einer Besuchernachfrage und Kooperationsmöglichkeiten	Goede	Albrecht	ja	<p>Eine neue, vielversprechende Adresse der Kunstszene ist gegenwärtig im Entstehen: Es ist das Kunsthaus: "Art & Cars" in Singen (Deutschland), ein Museum der Südwestdeutschen Kunststiftung. Der mehr als 3000 Kunstwerke umfassenden Stiftungssammlung wird in diesem neuen, architektonisch reizvollen Haus eine angemessene Heimstätte geboten, welche zusätzlich eine innovative Präsentation für die Öffentlichkeit zulässt. Das Kunsthaus soll in der inhaltlichen Konzeption eine Verbindung zwischen der gestaltenden Kunst und der automobilen Kunst herstellen und sich zu einem Treffpunkt für kunstinteressierte Menschen entwickeln. Dieses Kunsthaus-Projekt lebt derzeit von einem hohen Mass an Idealismus und dem grossen Ziel der feierlichen Eröffnung des Hauses im Herbst 2013. Viele Fragen zur konkreten Nutzung sind aber bisher nur in einer visionären Art und Weise beantwortet.</p> <p>Der Autor befasst sich im Rahmen dieser Arbeit mit der Frage, wie eine bestmögliche Besuchernachfrage generiert werden kann und welche Kooperationsmöglichkeiten dieses Ziel unterstützen können. Als Ausgangspunkt für diese Überlegungen dient eine umfassende Stakeholderanalyse nach dem neuen "St. Galler Management-Modell" mit dem Ergebnis, dass bei den Anspruchsgruppen ein vielversprechendes Kooperationspotential für das neue Kunsthaus: "Art & Cars" besteht.</p> <p>Um aus der Fülle der Möglichkeiten die richtigen Massnahmen abzuleiten, präsentiert diese Arbeit zusätzlich eine umfassende Situationsanalyse. Die aus dem Strategischen Management bekannte "SWOT-Analyse" dient hierfür als Arbeitsgrundlage und führt zu einer ergebnisreichen und realitätsnahen Bewertung der Destination Singen. Das Fazit beinhaltet detaillierte Handlungsweisen für eine positive Entwicklung der Besuchernachfrage mit Hilfe folgender Themenschwerpunkte: "Leitgedanken", "Strategische Geschäftsfelder", "Alleinstellungsmarke" und eine Definition von "Zielgruppen". Zusätzlich runden Massnahmen zur Professionalisierung und Qualität den Handlungskatalog ab.</p> <p>Das letzte Kapitel stellt ideale Kooperationsmöglichkeiten für das Kunsthaus: "Art & Cars" vor, die zu Beginn dieser Arbeit in der Stakeholderanalyse hergeleitet sind. Unterstützt werden diese Aussagen durch im Rahmen dieser Arbeit geführten Interviews mit führenden Persönlichkeiten aus Politik, Tourismus und Kultur.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2011	Kultur- und Wirtschaftsfaktor Nachtleben - Erhebung wirtschafts- und kulturrelevanter Daten der Zürcher Bar- und Club-Branche	Hackl	Isabelle	ja	<p>Die vorliegende Studie beleuchtet die Wirtschaftskraft sowie die kulturelle Relevanz der Zürcher Bar- und Club-Branche. Der Wirtschaftszweig hat seit den 1990er Jahren eine positive wirtschaftliche Dynamik entfaltet.</p> <p>145 Bar- und Clubbetreiber aus der Stadt Zürich wurden zur Charakteristika ihrer Kultureinrichtung, Beschäftigungsgrad, Herkunft der Künstler, Veranstaltungsart, Umsatzvolumen, Finanzierung und Schnittstellen zu anderen Branchen befragt. Die Befragung wurde von der Bar & Club Kommission der Stadt Zürich in Auftrag gegeben. www.barundclubkommission.ch</p> <p>Die Bar & Club Kommission (BCK) ist ein im Jahr 2011 gegründeter Verein und Interessengemeinschaft von Kulturunternehmen, welche im Zürcher Nachtleben tätig sind. Wir unterstützen unsere Mitglieder durch Networking, Beratung, Weiterbildung und Öffentlichkeitsarbeit. Als Sprachrohr des Zürcher Nachlebens, setzen wir uns dafür ein, dass die Anliegen unserer Mitglieder und Gäste in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft wahrgenommen werden.</p> <p>Die BCK hat die Absicht verschiedene wirtschaftlich und kulturell relevanten Daten ihrer Mitglieder zusammen zu tragen, um abgesicherte Aussagen über unsere Branche als Teil der Zürcher Kreativ-Wirtschaft zu erhalten. Nebst Umsatz-, Mitarbeiter- und Besucherzahlen handelt es sich hierbei insb. auch um Daten, welche Aufschluss über die Anzahl gebuchter Künstler, über das Volumen der Gagen, Urheberrechtsabgaben etc. geben sollten. Die ausgewerteten Daten sollten auf die ganze Branche hochgerechnet werden und auch mit anderen bestehenden Studien im In- und Ausland verglichen werden können. Das Zielpublikum dieser Studie sind neben der BCK Mitglieder auch weitere Vertreter der Branche so wie insbesondere auch die Medien, Politik, Behörden sowie branchennahe Institutionen (z.B. SUISA, Kulturförderung, u.ä.).</p>
2011	Die Fotografie als Lehrmittel - Der Weg zum publikumsorientierten Angebot	Herzog	Meret	nein	<p>Die Fondation Herzog ist die Betriebsstiftung der Fotosammlung Herzog, welche durch ihre Schwerpunkte, ihren Umfang und ihre Dichte in der Schweiz einzigartig ist. Die primäre Aufgabe der Fondation Herzog besteht in der Vermittlung des Mediums. Das Angebot „Seminare“ ermöglicht einen effizienten Zugang zur Fotografie, da es publikumsgezielt ausgerichtet werden kann. Zurzeit kann dieses Angebot auf Grund fehlender Schulungsräumlichkeiten der Stiftung nicht mehr im gewünschten Ausmass angeboten werden, was sich mittlerweile auch auf die Nachfrage auswirkt. Der Fondation Herzog wird deshalb empfohlen ein neues Angebot zu entwickeln, das die Vermittlung im Sinne der Seminare erlaubt und das bekannte sowie neue Kunden aus einem bisherigen Segment anspricht und langfristig an die Stiftung bindet. Um diese Ziele zu erreichen, muss die Stiftung sich stark an den Bedürfnissen der anvisierten Zielgruppen orientieren und ihre sowie die Wettbewerbsvorteile des Angebots beim Publikum gut positionieren. Nur so ist das langfristige Bestehen auf dem Markt gewährleistet. Durch eine anstehende Lehrplanrevision der Volksschulen eröffnet sich ein grosses Marktpotenzial. Vor allem für den Fachbereich Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften, welcher in Zukunft stärker gewichtet werden soll, sind aktuell noch zu wenige neue oder angepasste Lehrmittel vorhanden. Zudem besteht ein akuter Mangel an qualitativ hochstehenden, alltagsnahen Fotografien, welche in dem stark mit visuellen Elementen arbeitenden Unterricht eine wichtige Rolle spielen. Diese Arbeit beschäftigt sich deshalb mit der Ausarbeitung eines Lehrmittels, welches diesen aktuellen Bedürfnissen gerecht werden kann. Es wird angenommen, dass damit eine Win-Win-Situation für die Stiftung, die Lehrpersonen und nicht zuletzt die Schüler geschaffen werden kann.</p>
2011	Klassik OpenairKonzept für 750-Jahr-Feier "Stadrecht Winterthur"	Hug	Heidi	ja	<p>Ziel dieser Arbeit ist die Erarbeitung eines Anlass-Konzeptes für die 750-Jahr-Feier "Stadrecht Winterthur", die 2014 stattfindet. Das Projekt soll einen Bezug zu Winterthur haben, überregionale Bekanntheit erlangen und eine möglichst breite Bevölkerung ansprechen.</p> <p>Für das Konzept wurden zwei Varianten ausgearbeitet, bei welchen die folgenden Überlegungen im Vordergrund standen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Welcher kulturelle Bereich ist in der bisherigen Jubiläumsplanung noch nicht berücksichtigt und wie könnte der Anlass umgesetzt werden? - Findet sich eine Trägerschaft für den Anlass? - Wie hoch ist das Marktpotenzial und mit welchen Mitteln kann dieses erweitert werden? - Ist der Anlass finanzierbar und welche Risiken bestehen? <p>Aufgrund dieser Fragestellungen wurden verschiedene Analysen erstellt, mögliche Mitwirkende interviewt sowie Programm-, Vermarktungs- und Finanzierungsvorschläge erarbeitet.</p> <p>Das Fazit: ein Klassik Openair würde sich anbieten und eine Trägerschaft ist für diesen Anlass vorhanden. Die Arbeit zeigt zudem Möglichkeiten auf, wie einer breiten Bevölkerungsschicht klassische Musik schmackhaft gemacht werden kann.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2011	"Zürich liest" - Situationsanalyse und Evaluationskonzept	Keller	Andrea	ja	<p>Das vom Zürcher Buchhändler- und Verlegerverein ausgerichtete Buch- und Lesefestival "Zürich liest" wird 2012 zum zweiten Mal durchgeführt, nachdem seine Vorgängerveranstaltung "Die lange Nacht der kurzen Geschichten" auf sechs erfreuliche Ausgaben zurückblicken konnte. Dies ist ein guter Zeitpunkt, um innezuhalten und sich vertieft mit den Fragen zu beschäftigen, welche Ziele sich das Festival eigentlich steckt und ob es diese auch tatsächlich erreicht.</p> <p>Die vorliegende Masterarbeit umfasst eine Situationsanalyse und die Entwicklung eines Evaluationskonzepts, welche die Grundlage für eine sachliche Beantwortung eben dieser Fragen schaffen. Die Situationsanalyse beinhaltet eine Beschreibung der Herkunft und Organisation von "Zürich liest", in der auch Stärken und Schwächen aufgezeigt werden. In einem nächsten Schritt fokussiert sie auf die ursprünglichen Projektziele, die in Zusammenarbeit mit der Festivalleitung einer Umformulierung unterzogen wurden, um sie den tatsächlichen Gegebenheiten anzupassen und überprüf- und messbar zu machen.</p> <p>Der zweite Teil ist der theoretischen Grundlage für die Entwicklung eines Evaluationskonzepts gewidmet. Abgestützt auf aktuelle wissenschaftliche Publikationen zum Thema Evaluation werden Evaluationsgegenstand, Zielgruppen, Methoden und Instrumente erläutert, deren praktische Umsetzung im eigentlichen Hauptteil der vorliegenden Arbeit thematisiert wird. Dieser umfasst eine detaillierte Herleitung und Beschreibung aller Elemente einer Evaluation. Kern des so entwickelten Evaluationskonzepts sind die Evaluationsinstrumente: online Befragungen der Festivalbesucher und der Veranstalter, ein Telefoninterview mit jenen Mitgliedern des Zürcher Buchhändler- und Verlegervereins, die keine Veranstaltung organisiert haben, sowie ein Kriterienkatalog zur Auswertung des Medienspiegels. Diese wurden so konzipiert, dass sie im Rahmen des vom 25.-28. Oktober 2012 stattfindenden Festivals und darüber hinaus auch in darauffolgenden Jahren angewendet werden können - zum Zweck der Überprüfung, Optimierung und langfristigen Sicherung der Qualität von "Zürich liest".</p> <p>Die eigentliche Evaluation findet aus terminlichen Gründen nicht im Rahmen der vorliegenden Arbeit statt, weshalb die Beantwortung der Frage, ob und inwiefern das Buch- und Lesefestival seine Ziele erreicht, ausserhalb dieser erfolgen wird. Wichtige Erkenntnisse konnten jedoch bereits im Laufe der Entwicklung des Evaluationskonzepts für "Zürich liest" gewonnen werden. So hat sich unter anderem gezeigt, dass schon die Vorbereitung auf eine Evaluation einen Lernvorgang auslösen kann, der ein Projekt zu optimieren und das Bewusstsein der Beteiligten für die Bedeutung einer kritischen Auseinandersetzung mit dem eigenen Gegenstand zu schärfen vermag. Zudem hat sich aber auch gezeigt, dass ein grundsätzliches Umdenken - weg von einem auf subjektiven Eindrücken und Hoffnung fussenden, hin zu einem auf Messwerten und konkreten Rückmeldungen basierenden Handeln - ein langwieriger Prozess ist, der mit der ersten internen Evaluation des Buch- und Lesefestivals "Zürich liest" erst begonnen hat.</p>
2011	Die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bezug auf Räume	Zvecevac	Christina	ja	<p>Ob Musik, Design oder Kunst- die Kreativwirtschaft ist ein Branchenmix der boomt. Ihre Wachstumsraten sind höher als die der Gesamtwirtschaft. Sie gilt als wichtiger Standortfaktor, als Innovatorin und Treiberin und rückt als bedeutender Bestandteil der Wirtschaft immer mehr ins Zentrum des Bewusstseins. Zürich ist die Schwerpunktreion der Schweizer Kreativwirtschaft. Zürich ist auch eine Stadt mit hoher Lebensqualität und mit einem attraktiven und vielfältigen Kulturangebot, was einkommensstarke Bevölkerungsgruppen anzieht. Doch was passiert mit dem Basis-Segment(1) der kreativen Szene, wenn Immobilienpreise weiter steigen und Freiflächen kaum mehr vorhanden sind?</p> <p>In dieser Arbeit wird ein Überblick über die aktuellen Massnahmen der öffentlichen Hand zum Thema der Förderung der Zürcher Kultur- und Kreativwirtschaft in Bezug auf Räume festgehalten und den Bedürfnissen der Kreativ-Szene gegenübergestellt.</p> <p>Der theoretische Teil nimmt das Thema der Verlagerung der ökonomischen Aktivitäten hin zur wissensbasierten Wirtschaft auf. Darauf folgt eine Situationsanalyse zur Raumpolitik der Stadt Zürich. Im empirischen Teil dieser Arbeit werden die Bedürfnisse der Kreativen in Bezug auf Räume aber auch die Priorisierung der Förderinstrumente durch die Kreativ-Szene aufgezeigt. Die aus der Umfrage gewonnenen Informationen werden der Situationsanalyse gegenübergestellt. Als weiteres Untersuchungsfeld werden Fördermassnahmen aus anderen Städten beigezogen und mit Zürich verglichen. Der abschliessende Teil der Arbeit beinhaltet Schlussfolgerungen mit Lösungsansätzen in Form von zwei anskizzierten Modellen, die eine umfassende und interdisziplinäre Unterstützung für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft in Zürich bieten würden.</p> <p>(1) Mit Basis-Segment sind Freiberufler, Selbständige, Einzel- und Kleinunternehmen gemeint.</p>
2011	Musikkclub Mehrspur in Zürich West: Eine Analyse	Cornelius	Oliver	nein	<p>Im Jahr 2013 wird die Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) ihren Campus im Toni-Areal in Zürich beziehen. Ein Musikkclub im Parterre des Toni-Areals soll das Musikschaffen des Departements Musik aus dem Bereich Jazz und Pop der ZHdK präsentieren. Für die Jazz- und Popabteilung sind öffentliche Konzerte von Relevanz und gehören zur Ausbildung. Gut besuchte Konzerte unterstützen die musikalische Bildung und motivieren Studierende dazu, Höchstleistungen zu erbringen, was wiederum zu einem Renommeeerwerb der Hochschule beiträgt. Es ist geplant, dass der Musikkclub Mehrspur (Mehrspur), welchen die Hochschule an ihrem aktuellen Standort Waldmannstrasse führt, die Räumlichkeiten des Musikkclubs im Toni-Areal übernehmen wird.</p> <p>Das Ziel dieser Arbeit ist es, einerseits eine Analyse der zukünftigen Situation von Mehrspur am neuen Ort in Zürich West zu erstellen und andererseits Möglichkeiten bezüglich strategischer Angebotsausrichtung und Preisgestaltung aufzeigen. Um dies herausfinden zu können, werden die Live-Musikkclubs, welche sich bereits in Zürich West befinden, mittels qualitativen Interviews befragt. Die Ergebnisse aus den Gesprächen werden im Folgenden mit dem theoretischen Hintergrund der Arbeit und der Mission des Clubs verbunden. Daraus werden strategische Empfehlungen für das künftige operative Management hinsichtlich Angebot, Preissetzung, Distribution und Promotion abgeleitet. Die Situationsanalyse soll somit veranschaulichen, welche Faktoren für die zukünftig erfolgreiche Positionierung von Mehrspur in Zürich West zentral sind.</p> <p>Die vorliegende Arbeit ist als Handlungsempfehlung für die Ausarbeitung eines Businessplans für den Betrieb am neuen Standort zu betrachten. Diese Analyse zeigt weiter auf, dass aktuell noch zahlreiche Risiken bestehen, welche strategische Entscheidungen von Seiten der Hochschulleitung der ZHdK verlangen. Entscheide, welche grossen Einfluss auf das künftige Angebot, die Preispolitik und die Konkurrenz nehmen. Sie prägen die Kostenstruktur des Clubs, wirken sich auf den Eigenfinanzierungsgrad aus und sind damit Bausteine für den Erfolg von Mehrspur im Toni-Areal.</p>

Jahr-gang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2010	Lokremise St. Gallen - das erste Betriebsjahr - eine Evaluation	Dörig	Kathrin	nach Rücksprache	<p>Die Lokremise ist in den vergangenen Monaten als Kulturzentrum und Veranstaltungsort im Rahmen einer Masterarbeit untersucht worden. Ziel war, das Aufbaujahr des neuen Kulturzentrums zu evaluieren und die Realität der ersten Betriebsmonate mit den Zielen, die vor der Eröffnung formuliert wurden, zu messen. Dabei standen Fragen zur Aussenwahrnehmung, zu Organisation und Konzept sowie zum Besucherverhalten im Vordergrund.</p> <p>Für die Evaluation wurden anhand einer Online-Umfrage rund 450 Besucherinnen und Besucher nach ihrer Meinung gefragt. Zusätzlich wurden sieben Experten in persönlichen Gesprächen, in sogenannten leitfadengestützten Interviews, befragt. Durch die direkte Gesprächssituation konnte gezielt und vertieft auf Fragestellungen eingegangen werden. Erweitert wurde dieses Resultat mit der aktuellen Innensicht, also der Selbstwahrnehmung der beteiligten Institutionen. Die Selbstreflexion wurde anhand persönlicher Gespräche mit jeweils der leitenden Person der Partnerinstitution in Erfahrung gebracht.</p> <p>Das Fazit, das aus der Gegenüberstellung der Innensicht und Aussensicht gebildet wird, gliedert sich in fünf Themenbereiche: Der Gesamtauftritt, die Struktur des Stiftungsrates, spartenübergreifende Projekte, die Gastronomie sowie Drittveranstaltungen. Demnach ist die Lokremise vom Publikum sehr gut angenommen worden. Die Besucherinnen und Besucher, vor allem aus dem Grossraum St.Gallen, schätzen und nutzen das vielfältige Angebot in der Lokremise – von Theater, über Kino und Kunst bis hin zur Gastronomie. Das Restaurant Lokal spielt eine zentrale Rolle im Gesamtkontext Lokremise, das mit seiner einzigartigen Atmosphäre begeistert und gleichzeitig den unterschiedlichsten Erwartungen und Bedürfnissen begegnet. Die Ziele sind damit weitgehend erreicht, wobei für die Zukunft von den Beteiligten weiteres Optimierungspotenzial gesehen wird.</p> <p>Als wichtigste Massnahme wird die Schärfung der internen Struktur für die Etablierung des Gesamtauftrittes empfohlen. Die Integration der Gastronomie in den Stiftungsrat, mehr spartenübergreifende Projekte sowie der Auftritt und die Kommunikation als Einheit sollen zur erfolgreichen Weiterführung des Kulturbetriebs beitragen. Des Weiteren wird auf die Bedeutung von flexiblen Zeitfenstern für Gastauftritte hingewiesen.</p>
2010	"Der Alpaufzug hat es nicht geschafft". Die Schweizer Liste der lebendigen Traditionen - Rekonstruktion einer öffentlichen Erzählung	Favre	Sonia	nach Rücksprache	<p>Das Unesco-Übereinkommen zur Bewahrung des immateriellen Kulturerbes, das die Schweiz 2008 ratifiziert hat, sieht die Erstellung und periodische Aktualisierung eines Inventars der lebendigen Traditionen vor. Seit September 2010 ist eine Steuerungsgruppe mit der Erstellung einer Schweizer Liste beauftragt, dessen vorläufiges Ergebnis, die ‚Finalisierte Auswahl für die Liste der lebendigen Traditionen in der Schweiz‘ mit 167 Eintragungen Anfang Oktober 2011 veröffentlicht wurde.</p> <p>Die vorliegende Arbeit analysiert den Diskurs nach der Veröffentlichung der finalisierten Auswahl, an dem sich die Akteurskreise Öffentlichkeit, Behörden, intermediäre Organisationen und das journalistisch-medialen Umfeld beteiligt haben.</p> <p>Das Vorgehen der Diskursanalyse stützt sich auf die Grounded Theory, wobei der Textkorpus der vier erwähnten Akteursgruppen so lange erweitert wird, bis ein Gesamteindruck entsteht. Das Werkzeug hierzu liefert ein Kodierschema. Es werden dabei in einem ersten Schritt Urteilsfiguren und Deutungsmuster kodifiziert, hernach Schlagworte und Metaphern identifiziert. Zuletzt werden Diskursstrategien in Form von Erzählverläufen rekonstruiert und die Frage nach Diskurskoalitionen und ihren typischen Mustern gestellt.</p> <p>Die Presse und die Öffentlichkeit erzählen insgesamt bildhaftere, prägnantere und emotionalere Geschichten als die Behörden und Verbände. Deren Narrationen wirken im Vergleich intellektuell, abstrakt und distanziert. Die Analyse soll schlussendlich zu einer sensibilisierten Kommunikation seitens der Behörden und Verbände beitragen.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2010	Miller's Studio "Situationsanalyse" Fiseras		Michelle	nach Rücksprache	<p>Das Miller's Studio ist ein Zürcher Kleinkunsttheater und liegt im Seefeld. Das Miller's führt eine Kabarett- und Satirebühne, wobei Kabarett der Schwerpunkt ist, ergänzt durch Comedy. Obschon sich diese beiden Sparten allgemeiner Beliebtheit erfreuen, zeigen die Aufführungen im Miller's Studio eine ungenügende Auslastung. Dies verursacht einen finanziellen Engpass. Die Theaterleitung sieht in der Kommunikation den Kern des Problems. Um dieser Annahme und dessen Ursprung auf den Grund zu gehen, wird die Thematik der ungenügenden Auslastung mit folgender Hauptfrage sowie zwei Unterfragen analysiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hauptfrage: Wie positioniert sich das Miller's in der Stadt Zürich? • Unterfrage 1: Wer sind die Zuschauer des Miller's? • Unterfrage 2: Wo liegen die Kernkompetenzen des Miller's? <p>Für die Beantwortung der beiden Unterfragen ist es wichtig zu erfahren, wo das Miller's auf dem Platz Zürich zum jetzigen Zeitpunkt steht. Aus dieser Analyse und den Erkenntnissen über die Zuschauer des Miller's können Rückschlüsse auf die Qualität des bestehenden Marketing-Mix gezogen werden. Kombiniert mit den Kernkompetenzen ergeben sich Handlungsempfehlungen, die letztendlich zu einer besseren Auslastung des Miller's beitragen können.</p> <p>Um die Fragen zu beantworten und die Themen analysieren zu können, wird eine Situationsanalyse des Miller's Studios erstellt. Als Methode wurde die SWOT-Analyse gewählt, welche die Stärken und Schwächen der Unternehmung und die Chancen und Gefahren der Umgebung aufzeigt. Die anschliessende Auswertung der SWOT-Analyse besteht in der Gegenüberstellung der einzelnen Kriterien.</p> <p>Die für die empirische Datenerhebung beigezogenen Stakeholders sind die beiden Theaterleiter des Miller's Studios, der Stiftungsratspräsident der Stiftung Miller's Studio, die Theaterleiter des Theaters am Hechtplatz und des Theater Rigiblicks, Mitglieder des Gönnervereins und Besucher des Miller's Studio. Gewählt wurde ein Methoden-Mix, bestehend aus qualitativen Interviews und quantitativen Umfragen. Angewendet wurden offene und geschlossene Fragestellungen.</p> <p>Die grösste Chance des Miller's liegt in der allgemeinen Beliebtheit der Sparten Kabarett und Comedy. Eine grosse Stärke des Miller's ist die fundierte Kenntnis des deutschsprachigen Kabarett. Als Schwäche zeigt sich, dass das Miller's Studio auf dem Platz Zürich wenig wahrgenommen wird, was die bestehende Gefahr der grossen Konkurrenz auf dem Platz Zürich noch verstärkt.</p> <p>Eine der wichtigsten Erkenntnisse der Situationsanalyse ist, dass das Miller's finanziell von drei Stützen abhängig ist: von den Subventionen der Stadt Zürich, vom Mietzinserslass der Gesellschaft Mühle Tiefenbrunnen und von den Einnahmen des Gönnervereins. Da zwei der drei Pfeiler nicht kontrolliert werden können, respektive auf die Subvention kein direkter Einfluss genommen werden kann, ist die Suche nach neuen Sponsoren dringend. Ziel ist es, einen Sponsor für Kommunikation- und Werbemassnahmen zu finden, um einerseits die Positionierung des Miller's Studio zu stärken und andererseits zu verhindern, dass das Theater in eine degressive Spirale gerät.</p>
2010	Zweckmässige staatliche Kulturförderung in der Sparte Pop-/Rockmusik mit Fokus auf den Kanton Thurgau	Herzog	Karin	nach Rücksprache	<p>Diese Arbeit befasst sich mit der Schweizer Kulturförderung im Pop-/Rockbereich und fokussiert auf den Kanton Thurgau. Die aktuellen Herausforderungen, vor welchen die Szene steht, werden aufgezeigt. Des Weiteren wird die Frage nach Vor- und Nachteilen von ausgewählten Förderarten und -instrumenten gestellt sowie die Lage im Thurgau genauer betrachtet. Dazu wird ein vergleichender Blick nach Basel geworfen sowie das Fallbeispiel einer jungen Musikerin herangezogen. Aus den gesammelten Erkenntnissen werden Entwicklungsmöglichkeiten für die Kulturförderung im Thurgau in Bezug auf Pop/Rock abgeleitet und genauer ausgeführt.</p> <p>Obwohl sich der Pop-/Rockbereich in den letzten Jahren klar besser etablieren konnte, muss er sich bezüglich Kulturgeldern immer noch mit vergleichsweise eher bescheidenen Mitteln zufrieden geben. Das weitverbreitete Giesskannensystem wird von den Förderern als für die Basisförderung taugliches Mittel betrachtet, das jedoch zwingend durch Spitzenförderung ergänzt werden muss. Nicht Projektbeiträge, Infrastrukturunterstützung oder Beratung allein, sondern der auf den Kanton und die finanziellen Ressourcen angepasste Mix verschiedenster Fördermittel wird als effektive Förderung postuliert.</p> <p>Für den Kanton Thurgau leitet sich daraus ab, dass die Kulturförderung im Bereich Pop/Rock Profil gewinnen sollte und von einem Blick über den Tellerrand sowie einer genauen Analyse und einer daraus abgeleiteten Strategie für den Pop-/Rocksektor massiv profitieren könnte. Verbesserungen im infrastrukturellen Bereich sind für einen im Kultursektor finanziell niedrig dotierten Kanton eine sinnvolle Stossrichtung. Alternativ oder ergänzend müsste der Thurgau und seine Gemeinden zudem dem Thema 'Kooperation und politische Arbeit' auf interkantonalen Ebene wie auch im Kanton selbst mehr Aufmerksamkeit schenken. Des Weiteren bestehen Informationslücken, durch deren Behebung die Pop-/Rockszene stark profitieren könnte. Gerade als Randkanton sollte zudem das Augenmerk auch darauf gerichtet werden, wie eine Szenenbildung gefördert werden könnte. Nicht um Zürich oder Basel konkurrenzieren zu können, aber um eine lebendige Musiklandschaft zu erhalten und weiterzuentwickeln.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2010	Indie Labels in der Schweiz und in New York City - eine vergleichende Analyse	Jans	Jennifer	nach Rücksprache	<p>In dieser Arbeit wird untersucht, was es braucht, um in der Schweiz ein erfolgreiches Indie Label zu führen. Die Fragen, wie der Schweizer Musikmarkt funktioniert, wie man das gewünschte Zielpublikum erreichen kann und was die dazu gehörigen Risikofaktoren und Erfolgspotentiale sind, stehen im Zentrum dieser Analyse. Auf diese Fragestellung wird anhand eines Vergleiches zwischen New Yorker und Schweizer Indie Labels eingegangen. Das Ziel dabei ist, sich am erfolgreichen Indie-Markt New York City zu orientieren und herauszufinden, welche Aspekte für die Schweiz abgeschaut werden sollten. Mittels 22 qualitativen Interviews mit Indie Labels, Musikern und Förderern aus New York City und der Schweiz wird versucht, eine Antwort dafür zu finden.</p> <p>Um das nötige Vorwissen für den Haupttext sicher zu stellen, wird im ersten Kapitel allgemein auf den Musikmarkt eingegangen. Im Detail werden die unterschiedlichen Player beschrieben und wichtige Begriffe definiert, um allfällige Missverständnisse zu vermeiden. In einem nächsten Schritt wird die Geschichte der Musikindustrie zusammengefasst, werden die Unterschiede der Amerikanischen und Schweizerischen Industrie in Kürze betrachtet und das Indie-Mekka New York City beschrieben. Abschliessend werden wichtige Bereiche für die möglichen Vorgehensweisen von Indie Labels besprochen. Dazu gehören der Musikkonsument, die Auflistung der wichtigsten Online-Plattformen und - zur Veranschaulichung - ein Beispiel eines Indie Labels in der Schweiz (Plus Plus Records).</p> <p>Im darauf folgenden Kapitel wird die Vorgehensweise bei der Analyse im Detail dargelegt. Es wird erklärt, wie die Interviewpartner ausgewählt und die jeweiligen Fragebogen erarbeitet wurden. Für die Auswertung der Interviews wurde aufgrund des Umfanges der erworbenen Informationen das "Selektive Protokoll" nach Mayring und die "Strukturierende qualitative Inhaltsanalyse" für dessen Ausarbeitung und Veranschaulichung gewählt. Dabei werden die essentiellen Informationen eines Interviews zusammengefasst und in einem nächsten Schritt verallgemeinert dargestellt.</p> <p>Den Hauptteil bilden die Darstellung der verschiedenen Aussagen und die Auswertung der Interviews. Indie Labels, Musiker und Förderer werden jeweils einzeln analysiert. Daraus werden 20 kritische Risikofaktoren und Erfolgspotentiale definiert, die als Leitfaden für ein Schweizer Indie Label gelten sollen. Zur Ergänzung werden Strategieempfehlungen aufgezählt, die als Ideen und Vorschläge, jedoch nicht als garantierte Erfolgsrezepte verstanden werden sollten.</p> <p>Aus dieser Analyse kann entnommen werden, dass Indie Labels im Markt eine gute Position einnehmen, immer mehr Macht erhalten und ihnen viele neue Möglichkeiten offen stehen. Das Hauptmerkmal eines erfolgreichen Indie Labels ist bestimmt durch die musikalische Qualität des Künstlers, den es vertritt. Die wichtigste Erkenntnis ist jedoch, dass es für die Führung eines Indie Labels kein sicheres Erfolgsrezept gibt, sondern individuell auf die jeweiligen Menschen und Situationen eingegangen werden muss.</p>
2010	"Wirtschaft braucht Kultur. Kultur braucht Wirtschaft."	Künzler	Stefan	nach Rücksprache	<p>In der Schweiz wird die Kulturförderung vor allem durch den Staat legitimiert, von ihm subventioniert und reglementiert. Die Privatwirtschaft jedoch trägt einen wichtigen Teil zur kulturellen Substanz bei. So findet kulturelles und künstlerisches Schaffen vermehrt auf einer interkulturellen Ebene statt und zeigt immer mehr wirtschaftliche Dimensionen.</p> <p>Um eine kulturelle Vielfalt zu gewährleisten, braucht es eine breit abgestützte Finanzierungsgrundlage. In dieser Arbeit geht es um die Idee und Grobkonzeption einer Förderinstitution, die zum Ziel hat, die Schweizer KMU-Landschaft stärker in die Kulturförderung miteinzubeziehen.</p> <p>In einem theoretischen Teil der Arbeit werden der Kulturförderungsmarkt Schweiz sowie in einem Vergleich das amerikanische und das britische Fördersystem untersucht. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der privatwirtschaftlichen Förderung. Die Ergebnisse zeigen, dass zwischen der Kultur und der Privatwirtschaft eine Zusammenarbeit stattfindet, in welcher sich beide inspirieren und voneinander profitieren können. Der Privatwirtschaft ermöglicht die Kulturförderung, ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nachzukommen und unter anderem als Marketinginstrument gezielt eingesetzt zu werden. Kunstschaffende, auf der anderen Seite, erhalten eine ergänzende Finanzierungsquelle und damit eine verbesserte Existenzgrundlage.</p> <p>Im praktischen Teil der Arbeit fließen die Erkenntnisse aus der Analyse in die Grobkonzeption einer neuen Förderinstitution ein. In Anlehnung an einen Businessplan beinhaltet sie die Geschäftsidee, die Organisationsform, die Förderpolitik und das Finanzierungskonzept.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2010	Ansätze für ein Qualitätsmanagement im Theater Winterthur	Lorenz Dahi	Silvia	nach Rücksprache	<p>Der Qualitätsbegriff im Kulturbereich ist ein zweischneidiges Schwert: Ein Qualitätsanspruch in Bezug auf die künstlerische Leistung wird oft lautstark postuliert, nur um dann mit dem Argument, dass Kunst a priori ein flüchtiges und subjektives Phänomen sei, widerlegt zu werden. Kunst ist Kunst: sie ist von den Zwängen der Messbarkeit befreit, da die künstlerische Freiheit ihre Existenzberechtigung legitimiert. Entsprechend erstaunt es nicht, dass Qualitätsmanagementsysteme in der Kultur noch nicht sehr verbreitet sind.</p> <p>Grössere Theaterbetriebe sind oft die höchsten Subventionsempfänger der öffentlichen Hand und agieren aufgrund eines definierten Kulturauftrags. Tradition und Bildungsbürgertum haben Theater a priori gerechtfertigt. Doch knapper werdende öffentliche Gelder, der erhöhte Wettbewerb im Freizeitangebot und der zögerliche Zuwachs junger Publikumssegmente stellen Theaterbetriebe vor grosse Herausforderungen. Zur Bewältigung dieser Aufgabe scheint ein umfassendes und weitsichtiges Management des gesamten Theaterbetriebes, wo Qualität ein immanenter Bestandteil ist, unabdingbar.</p> <p>Diese Masterarbeit ist in drei Teile gegliedert:</p> <p>Der Theorieteil untersucht den aktuellen Stand der Literatur zum Thema Qualitätsmanagement. Von der Prämisse ausgehend, dass Kulturbetriebe Dienstleistungsbetriebe sind wird ein Qualitätsmanagement-Modell für Kultureinrichtungen skizziert, um dadurch Spezifika für ein Qualitätsmanagement in Theaterbetrieben abzuleiten.</p> <p>Das Kapitel „Qualitätsmanagementsysteme in der Praxis“ beschreibt das Qualitätsmanagementsystem von drei ausgesuchten Kulturbetrieben im Theater- und Veranstaltungsbereich und fragt nach den Tücken und Herausforderungen eines theaterspezifischen Qualitätsmanagements.</p> <p>Die „IST-Analyse Theater Winterthur“ zeigt anhand einer Stakeholder-Analyse und einer die aktuelle Situation und skizziert nächste Schritte für ein handhabbares Qualitätsmanagement am Theater Winterthur auf der Basis von bereits eingeleiteten Qualitätsoffensiven.</p>
2010	- SAMMELSTRATEGIEN - Studie über Strategien privater Schweizer Kunstsammler unserer Zeit	Schachenmann	Claudia	nach Rücksprache	<p>Private Kunstsammler nehmen je länger je mehr eine Schlüsselrolle im Geschehen der Kunst ein. Dabei treten sie als Mäzene, Meinungsträger oder auch Kritiker auf. Sie sind einflussreich und agieren am Puls des Geschehens in der Kunst und Kultur. Es liegt daher nahe, sich Kenntnis über diese Persönlichkeiten und ihre Handlungsweisen anzueignen.</p> <p>Das Erforschen und anschliessende Aufzeigen unterschiedlicher Sammlerstrategien privater Kunstsammler stellt das Ziel dieser Arbeit dar. Dabei wird davon ausgegangen, dass private Sammler Strategien anwenden. Da sich eine Strategie über den Weg und das Ziel definiert, orientiert sich die Forschungsfrage daran, wie und wofür private Sammler sammeln. Dazu werden die Vorgehensweisen und Absichten acht unterschiedlicher markanter Sammlerpersönlichkeiten studiert und analysiert, um daraus Strategien abzuleiten.</p> <p>Als Basis der Auseinandersetzung mit der Materie dient eine Sekundärforschung, die sich aus bestehenden Materialien ableitet. Aufbauend darauf folgt eine Primärforschung, die sich auf qualitative Interviews mit acht unterschiedlichen privaten Sammlerpersönlichkeiten stützt und deren Strategien nachspürt.</p> <p>Bei der Auswertung der primären Recherche wird klar, dass private Sammler nicht explizit strategische Ziele verfolgen. Sie sammeln primär aus Freude und Leidenschaft. Allerdings zeigt sich auch, dass umso intensiver gesammelt wird, desto klarer bildet sich ein Sammlungskonzept heraus, welches von einer Strategie untermauert wird. Zudem fühlt sich ein Sammler mit zunehmender Grösse seiner Sammlung der Öffentlichkeit verpflichtet, und steuert eine museale Präsentation seiner Sammlung an. Unter diesem Gesichtspunkt trägt er die Verantwortung, eine Sammlung professionell aufzubauen, und dies gelingt ihm nur unter Anwendung einer Strategie.</p> <p>Anhand der erschlossenen Informationen aus der Primärforschung und unter Einbezug eines in der Wirtschaft bestehenden Strategiemodells, lässt sich dennoch ein mögliches Sammler-Strategie-Modell bilden. Kernpunkt dieses Modells bildet die Feststellung, dass eine hervorragende, einzigartige Sammlung nur durch einen klaren Fokus entstehen kann. Daraus resultieren vier unterschiedliche Sammlerstrategien, welche sich über die Konstanten Zeit und Thema definieren lassen. Die vier Sammlerstrategien können mit der Sammler-Strategie-Matrix dargestellt und so veranschaulicht werden.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2010	Kulturgüterschutz durch Technologien	Stillhart	Joël	nach Rücksprache	<p>Kulturgüter sind vom Staat als bedeutungsvoll anerkannte Erzeugnisse aus dem Bereich der Archäologie, Vorgeschichte, Literatur, Kunst oder Wissenschaft und gelten als besonders schützenswert. Die Arbeit Kulturgüterschutz durch Technologien soll aufzeigen, durch welche Technologien in welcher Weise die Sicherheit und der Schutz von Kulturgütern verbessert werden kann. Dazu werden Kulturgüter-beschreibende Standards vorgestellt, deren Erweiterbarkeit betrachtet und mehrheitlich Technologien aus dem Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) beschrieben. Anschliessend wird anhand konkreter Anwendungen aufgezeigt, wie Kulturgüter-beschreibende Standards und Technologien in Kombination mit Informationssystemen eingesetzt werden können, um die Sicherheit und den Schutz von Kulturgütern zu verbessern. Diese sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standardisiertes Informationsmanagement • Zustands- und Umgebungsüberwachung • Monitoring und Tracking • Alarm und Eskalation • Sicherer Kulturgütertransfer • Zuweisung und Rückführung • Fälschungssicherheit • Prävention <p>Der Einsatz von Technologien ist in Folge hoher Kosten, Störanfälligkeit und Anderem nicht unumstritten. Dennoch werden Technologien bereits heute für den Kulturgüterschutz eingesetzt. Sei dies in Form von Kulturgüter-beschreibenden Standards, Standards für den elektronischen Datenaustausch, für Monitoring und Tracking, aber auch zur Zustandsüberwachung. Die folgenden Technologien können den Kulturgüterschutz verbessern: Kulturgüter-beschreibende Standards, Smart-Tags, DNA-Security und Videoanalyse. Die ICT könnte viele Anwendungen ermöglichen, weil sie die entsprechenden Voraussetzungen bietet.</p>
2010	Fundraisingkonzept. Kellertheater Winterthur	Strassmann	Roman	nach Rücksprache	<p>Das Fundraisingkonzept wird für die Leitung des Kellertheaters Winterthur im Hinblick auf die Neuausrichtung des Theaterbetriebs erstellt. Bis anhin wurde weder Fundraising noch Sponsoring betrieben. Die Mitglieder, 400 an der Zahl, wurden nicht bewirtschaftet.</p> <p>Ziel dieses Fundraisingkonzepts ist es, das Gesuchswesen aufzubauen und eine langfristige Strategie in der Bewirtschaftung der Mitglieder, Gönner, Stiftungen und öffentlicher Subventionsgeber und aller sonstiger Kontaktpunkte des Kellertheaters zu erarbeiten. Weiter ist es das Ziel, die künstlerische Leitung langfristig weitgehend von administrativen Aufgaben zu befreien.</p> <p>Ausgehend vom Businessplan für das Kellertheater Winterthur von Silvia Lorenz und Roman Strassmann, dessen wichtigstes Fazit war, dass mit Sponsoring und Fundraising begonnen werden sollte, wird zuerst die entsprechende Ausgangslage beleuchtet. Diese und verschiedene Analyse-Instrumente zeigen, dass das Kellertheater Winterthur zwar ein grosses Fundraisingpotential hat, einige Voraussetzungen für seriöses Fundraising aber noch nicht erfüllt.</p> <p>In diesem Fundraisingkonzept wurden mit der Leitung des Kellertheaters eine Fundraisingstrategie, -ziele und entsprechende Massnahmen formuliert. Als wichtige Ergebnisse der Synthese gehen hervor: Erhöhung der Mitgliederpreise und Ausbau der Spenderstruktur, neue Benefits (Leistungen) für jedes Spendersegment und ein guter Case for Support (förderwürdige Projekte). Die Zielorganisation sieht eine neue Stelle vor, welche die Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring und Fundraising beinhalten soll.</p>
2010	Analyse zu den Nutzen und Werten des Vereins Swing Machine	Trodella	Maria	nach Rücksprache	<p>Aus der Analyse folgt eine Empfehlung für die Umsetzung eines Swing Tanzhauses in der Stadt Bern.</p> <p>Die Thesis definiert die Position der Swingszene im Kulturangebot der Stadt Bern. Aufgrund der erhobenen Daten kann die Frage beantwortet werden, ob in Bern ein Swing Tanzhaus entstehen soll. Mittels einer IST-Analyse wird das Angebot des Vereins detailliert aufgezeigt, um die wichtigsten Kernprozesse zu erkennen. Die Daten werden mittels einer Stakeholderanalyse belegt sowie durch eine Befragung der aktiven Vereinsmitglieder und Berner Kursleiter. Durch die ermittelten Bedürfnisse und Werte der Mitglieder entsteht ein semantisches Netzwerk, welches die bedeutsamsten Merkmale der Szene aufzeigt. Die Aussagen wichtiger Akteure der Berner Kulturszene werden wiedergegeben und sollen als Anhaltspunkte dienen, die Organisationsstrategie des Swing Tanzhauses zu bestimmen. Die Stakeholderanalyse dient für den Verein Swing Machine als Instrument, die strategische Ausrichtung zu definieren und die wichtigsten Partner für eine Zusammenarbeit zu erkennen.</p> <p>Die Masterarbeit setzt sich kritisch mit den Grundwerten sowie den Nutzen des Vereins auseinander und zeigt mögliche Antworten, Vorgehensszenarien sowie Wirkungen auf Prozesse und Organisationsstruktur auf. Es gibt Mittel und Wege, Kulturthemen, wie Werte und Normen, in einer Organisation bewusster und fassbarer zu machen und es ist möglich, auf ein gemeinsames Bewusstsein hin zu arbeiten. Das Swing Tanzhaus soll Angebote für Kinder, Jugendliche sowie Erwachsene anbieten, die Swingmusik und -tanz als Kulturvermittlung geniessen möchten.</p> <p>Eine Zusammenarbeit mit andern Tanzhäusern wird angestrebt. In der Stadt Bern gibt es bis heute noch keine Institution mit diesem Nischenangebot für die entsprechende Kundschaft.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2010	"Wirtschaft braucht Kultur. Kultur braucht Wirtschaft."	Villars	Roland	nach Rücksprache	<p>In der Schweiz wird die Kulturförderung vor allem durch den Staat legitimiert, von ihm subventioniert und reglementiert. Die Privatwirtschaft jedoch trägt einen wichtigen Teil zur kulturellen Substanz bei. So findet kulturelles und künstlerisches Schaffen vermehrt auf einer interkulturellen Ebene statt und zeigt immer mehr wirtschaftliche Dimensionen.</p> <p>Um eine kulturelle Vielfalt zu gewährleisten, braucht es eine breit abgestützte Finanzierungsgrundlage. In dieser Arbeit geht es um die Idee und Grobkonzeption einer Förderinstitution, die zum Ziel hat, die Schweizer KMU-Landschaft stärker in die Kulturförderung miteinzubeziehen.</p> <p>In einem theoretischen Teil der Arbeit werden der Kulturförderungsmarkt Schweiz sowie in einem Vergleich das amerikanische und das britische Fördersystem untersucht. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der privatwirtschaftlichen Förderung. Die Ergebnisse zeigen, dass zwischen der Kultur und der Privatwirtschaft eine Zusammenarbeit stattfindet, in welcher sich beide inspirieren und voneinander profitieren können. Der Privatwirtschaft ermöglicht die Kulturförderung, ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nachzukommen und unter anderem als Marketinginstrument gezielt eingesetzt zu werden. Kunstschaffende, auf der anderen Seite, erhalten eine ergänzende Finanzierungsquelle und damit eine verbesserte Existenzgrundlage.</p> <p>Im praktischen Teil der Arbeit fliessen die Erkenntnisse aus der Analyse in die Grobkonzeption einer neuen Förderinstitution ein. In Anlehnung an einen Businessplan beinhaltet sie die Geschäftsidee, die Organisationsform, die Förderpolitik und das Finanzierungskonzept.</p>
2010	Verkaufsorganisation oder Vermarktungsplattform für Museen? Eine Marktstudie für den Schweizer Museumspass.	Vogel Green	Yvonne	nach Rücksprache	<p>Ziel der vorliegenden Studie ist es, die aktuellen Bedürfnisse der Museen in den Bereichen Marketing und Kommunikation mit einer Marktanalyse abzuklären und so herauszufinden, wie sich der Schweizer Museumspass (SMP) aus Sicht der Museen weiterentwickeln könnte. Die Erhebung der Daten erfolgte mittels qualitativen und quantitativen Befragungen. Erfragt wurden Angaben zum Museum, Museumspass, Marketing, Administration und der Zukunft des Museumspasses.</p> <p>Im aktuell laufenden Strategieprozess nehmen die Partnermuseen eine Schlüsselrolle ein, da sie den Pass vertreiben und als Eintritt akzeptieren. Sie sind zudem eine der grössten Stärken des Schweizer Museumspasses. In vier Szenarien wird beschrieben wie sich dieser weiterentwickeln könnte und wie die Museen zu diesen Veränderungen stehen würden.</p> <p>Aus Sicht der Museen ist das Szenario "Verbesserung Status quo" zu favorisieren. Auch wenn die Museen im Grossen und Ganzen zufrieden sind mit der aktuellen Lage, freuen sie sich über viele Veränderungsmassnahmen. Es gilt einen Weg zu finden der die Museen mit einbezieht, damit sie mitziehen. Als fast einzige Befürworter eines neuen Abgeltungsmodells soll in diesem Prozess den grossen Museen eine spezielle Rolle zukommen.</p> <p>Gegenüber möglichen neuen Dienstleistungen und einer Fusion mit dem Oberrheinischen Museumspass nehmen die Museen eine abwartende Position ein - aus Unsicherheit oder Desinteresse. Noch ist es Zukunftsmusik zur Vermarktungsplattform für Museen zu werden. Doch mit den neu gewonnenen Kenntnissen über die Museen, einer klaren Strategie und einem überzeugenden Produkt kann sich der SMP in eine verlockende Zukunft aufmachen.</p>
2010	Musik und Urheberrecht im digitalen Zeitalter	Bernays	Lukas		<p>Die Auswirkungen des gesellschaftlichen Wandels von Industriezeitalter zur immateriellen Wissens- und Informationsgesellschaft treffen die Musikwirtschaft besonders hart. Zum einen verliert sie ihren physischen Tonträger, der durch die Mutation zum körperlosen Datenformat obsolet geworden ist. Zum anderen ist die Ware Musik im Datenmeer des World Wide Web zum öffentlichen Gemeingut geworden. Eine Verwaltung der Rechte wird immer schwieriger.</p> <p>Die Masterthesis RETHINK-REDESIGN-REBUILD COPYRIGHT ist eine Bestandesaufnahme und Analyse der Urheberrechtsdebatte im digitalen Zeitalter. Am Beispiel der Sparte Musik erstreckt sich die Annäherung von den historischen Wurzeln des geistigen Eigentums und ihren verwertungsrechtlichen Grundlagen über die derzeitige - durch die digitale Revolution ausgelöst - Entwurzelungstendenzen im World Wide Web, bis zu den Prämissen für ein taufisches Urheberrechtsparadigma von morgen.</p> <p>Die Arbeit ist - ganz im Sinne des Kulturmanagements - breit angelegt, interdisziplinär und integrativ. Standpunkte von Urheberrechtsexperten, Musikern, Produzenten, Politikern, Lizenznehmern, Medienfuturisten, Netlabel- und Webradio-Betreibern werden erläutert und reflektiert. Eine Gegenüberstellung der gängigen Urheberrechtsordnung mit den aktuellen technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen bringt die neuralgischen Punkte einer expandierten Kluft zwischen Gesetz und Realität zum Vorschein. Die aus der Arbeit hervorgehenden Erkenntnisse lassen eine tendenzielle Marschrichtung im Hinblick auf künftige Urheberrechtsrevisionen erahnen.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2009	Entstehung eines Outdoor-Eventparks in der Schweiz	Birrer	Florian		<p>Mit dem Equinoxpark soll eine vielseitige und naturnahe Eventlocation geschaffen werden. Diese präsentiert sich als eine detailreich inszenierte Welt zwischen Historismus und Fantasy. Der Park bietet eine Plattform für private und öffentliche Veranstaltungen in atmosphärischer und erlebnisorientierter Umgebung. Die drei Betriebsebenen sind: periodische Anlässe von der Betreiberin der Anlage organisiert und durchgeführt. Dies können Konzerte, Märkte, Workshops, Ausstellungen oder Ähnliches im kulturellen Sektor sein. Bei Privatanlässen wird der Park komplett oder partiell an Firmen und Privatpersonen vermietet. Gründe dafür sind Firmenfeste, Teambildungsevents, Hochzeiten, Geburtstage. Die Betreiberin bietet optional ein Komplettpaket, das Organisation und Durchführung des gesamten privaten Events, inklusive Unterhaltung, Catering und Technik durch Partnerfirmen des Parks, beinhaltet. Durch Akquisition von Gruppen und Vereinen, werden Anlässe extern organisiert, aber im Park durchgeführt. Neue Publikumsgruppen werden erschlossen.</p> <p>Im Vergleich zu Deutschland besteht in der Schweiz ein noch geringes Angebot an Veranstaltungen zum Thema Mittelalter. Sämtliche themenbezogenen Events dauern maximal drei Tage. Die Nachfrage nach alternativen Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung und Förderung der Geselligkeit kombiniert mit Wissensvermittlung, ist jedoch vorhanden. Der Equinoxpark versteht sich als Alternative zum urbanen Ausgangsangebot.</p> <p>Der Park soll in mehreren Etappen aufgebaut werden. Anfänglich wird eine funktionsfähige Bühne mit Amphitheater und Gastronomiemöglichkeit benötigt um erste Veranstaltungen durchführen zu können. In weiteren Schritten wird der Equinoxpark mit Hilfe von Besuchern der Workshops und des Fördervereins weiter ausgebaut. Diese Taktik verhindert eine zu hohe Verschuldung, da sich das Wachstum der Nachfrage anpasst.</p> <p>Die Vorlaufzeit für die Realisierung dieses Projekts beträgt drei Jahre. Voraussichtliche Inbetriebnahme des Equinoxparks ist Frühling 2014.</p>
2009	Die Manager von morgen - Welche Fähigkeiten, Haltungen, Eigenschaften können sie von Künstlern übernehmen?	Frick-Isliizer	Dagmar		<p>Diese Arbeit untersucht, welche Fähigkeiten, Haltungen und Eigenschaften von Managern in der künftigen Arbeitswelt gefordert sind, damit neue Ideen und Innovationen entstehen. Es wird aufgezeigt, welchen Beitrag Künstler mit ihren Sicht- und Arbeitsweisen beisteuern und wie Manager sich diese aneignen können.</p> <p>Die These lautet, dass die Manager von morgen neben Managementkompetenzen ebenso die Fähigkeiten von Künstlern benötigen, um weiterhin erfolgreich zu bleiben.</p> <p>Der überwiegende Teil dieser Master Thesis ist eine Literaturarbeit. Am Schluss vermitteln exemplarische Übungen die Aneignung.</p> <p>Die wichtigsten Ergebnisse: Künstler besitzen Denk- und Arbeitshaltungen, die sich in andere Bereiche übertragen lassen. Es geht um dieses geistige Vermögen, das sich nicht kognitiv erfassen, sondern nur erfahren und dadurch verankern lässt.</p> <p>Es sind Haltungen, die Manager von Künstlern übernehmen und in ihr Arbeitsumfeld übertragen können, um künftig in der Arbeitswelt attraktiv zu bleiben. Manager müssen aber keine Künstler werden, um künstlerisch zu denken. Die Verfasserin entwickelt drei Grundhaltungen für Manager und beschreibt drei Rahmenbedingungen für Unternehmen, damit Manager ihre neuen Haltungen einüben können.</p>
2009	Tanzhaus Zürich: Eine Strategische Analyse	Hoeltschi	Sabine		<p>Diese Arbeit ist eine ausführliche Analyse des Tanzhauses Zürich. Sie beschreibt seine interne sowie externe Organisation, seine Einflüsse auf die Kulturpolitik sowie ihre wirtschaftliche Lage. Mit Hilfe von Statistiken und Finanzanalysen wird die aktuelle Situation des Tanzhauses aufgezeigt. Um auf auffällige nötige Änderungen hinzuweisen, wird eine SWOT-Analyse und eine Nutzwertanalyse gemacht.</p> <p>Folgende Fragen möchte die vorliegende Arbeit beantworten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Was ist die genaue Definition von professionellem, zeitgenössischem Tanzschaffen? - Warum gibt es Unterschiede im Bezug auf die Formulierung der Ziele, Aufgaben und Statuten des Tanzhauses? - Wie können sich die professionellen Tanzschaffenden von Zürich durch das Tanzhaus weiterentwickeln? - Welche Strategien kann man vorschlagen, damit das Tanzhaus einen ebenso hohen Stellenwert erhält die andere Institutionen dieser Art? <p>Die Aufgabe des Tanzhauses sollte einzigartig sein und sich von anderen Theatern in Zürich und in der Schweiz unterscheiden. Es sollte ein Ort sein, wo die Kreationen durch eine fachkompetente Jury beurteilt werden und so als Sprungbrett für zeitgenössische Tänzer dienen können.</p> <p>Der Tanz in der Schweiz ist im Umbruch. Das Tanzhaus kann die Tanzszene in Bewegung bringen, wenn es eine neue Strategie annimmt und sich den aktuellen Wandlungen des Tanzes anpasst. Folglich hätten auch die Tänzer in der Schweiz ein höheres Ansehen. Bis heute wird ihnen oft noch (zu) wenig Beachtung geschenkt.</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2009	Umgang mit der Landschaft als Kulturelles Erbe im Kanton Glarus	Kellenberger	Remo		<p>Die Masterthesis setzt sich mit der Problematik der heutigen Siedlungsentwicklung und mit dem damit verbundenen Landverbrauch auseinander. Dabei steht die Umnutzung kulturhistorisch wichtiger Industrieanlagen im Kanton Glarus im Zentrum. Durch ihre Reaktivierung soll einerseits der Verbrauch von wertvollen Kulturlandschaftsflächen reduziert und andererseits einen Beitrag zum Erhalt der landschaftlich prägenden Kulturgüter geleistet werden.</p> <p>Die Zersiedelung ist insbesondere im Mittelland weit vorangeschritten. Diverse charakteristische Bauten und Anlagen sind seit dem Niedergang der Textilindustrie im 20. Jahrhundert leerstehend, baufällig oder vollständig abgerissen worden. Es bestehen aber noch historische Industrieareale, welche integral erhalten sind. Leider stehen aber viele vor einer ungewissen Zukunft, weil Lösungen zu deren Erhaltung fehlen.</p> <p>Dem in der Arbeit diskutierten Lösungsansatz liegen die Instrumente der Siedlungsentwicklung zugrunde. Diese werden in "Top-down"- und "Bottom-up"-Ansätze eingeteilt. Bei den "Top-down"-Ansätzen handelt es sich um regulative, planerische und anreizorientierte Instrumente, die eine einschränkend-lenkende Wirkung auf die Akteure ausüben. Mit den "Bottom-up"-Ansätzen wird aufgezeigt, wie die "Top-down"-Strategie der Glarner Raumplanung sinnvoll ergänzt werden kann. Dabei bilden anreizorientierte, informativ-erzieherische und partizipativ-kooperative Instrumente mögliche Zugänge zur geordneten Siedlungsentwicklung. Für den Kanton Glarus wird hierzu ein breit abgestütztes Vorgehen zur Implementierung der von der Basis getragenen Siedlungsentwicklungsmodelle vorgeschlagen.</p>
2009	Konzept zur Förderung des Verständnisses für die Balkan-Kultur in der Schweiz	Kreis	Piera		<p>Was, wenn man die Vorurteile des Balkan einfach mal ablegt und sich lediglich mit den Möglichkeiten der Vielfalt dieses kulturell interessanten, jedoch räumlich nicht definierbaren Gebietes auseinandersetzt? Oder die Kultur aus dem Balkan einfach nur auf sich wirken lässt?</p> <p>Die Kultursparten Politik/Gesellschaft, Literatur, Tanz, Balkan jazz, Klassik/Neue Musik, Pop/Rock/World, Bildende Kunst, Film, Kulinarik und als Campaigning die Volksmusik, bilden die Basis des Festivalkonzeptes "Aarauer Balkan Tage", welche im Frühling 2013 das erste Mal statt finden. Der Programminhalt der sechstägigen "Aarauer Balkan Tage" wird von Fachexperten gestaltet und die Inszenierungen werden als eigenständige Projekte geplant. Es wird eine enge Zusammenarbeit mit wichtigen Kulturinstitutionen in der Stadt Aarau angestrebt. Aarau selber kann durch die "Aarauer Balkan Tage" seinen Ruf als innovative, weltoffene Kulturstadt stärken und einen Beitrag zur Integration leisten.</p> <p>Ein neu zu gründender Verein regelt Planung, Organisation und Durchführung des Festivals. Zur Einführung und Förderung des Bekanntheitsgrades der "Aarauer Balkan Tage" ist vorgesehen, dass eine Geschäftsstelle/Projektleitung (20%) die "Aarauer Balkan Tage" 2013 initiiert, die Detailplanung sowie die Finanzierung an die Hand nimmt, ein gutes Netzwerk aufbaut und den Fokus auf professionelles Marketing, auf die Kommunikation sowie Fundraising legt.</p>
2009	Wie beurteilen Theaterautor/innen die deutschschweizerischen Dramatikerförderungsmodelle? Eine explorative Untersuchung	Longhitano	Tania		<p>Zahlreiche Theaterstücke wurden in den letzten zehn Jahren dank den deutschschweizerischen Dramatikerförderungsmodellen bühnenreif entwickelt. Die schweizerischen Dramatikerförderungsmodelle wurden international als erfolgreiche Förderungsmaßnahmen gelobt und haben zahlreiche Schweizer Autor/innen in die Öffentlichkeit gerückt. Ziel dieser Master Thesis ist es, in einer empirischen Untersuchung anhand von einer Literaturrecherche und einer qualitativen Befragung die Perspektive von Autor/innen auf die deutschschweizerische Dramatikerförderung zu erfassen.</p> <p>Am Anfang der Untersuchung steht ein exemplarischer Überblick über die Autorenförderung des Royal Court Theatre in London und des schweizerischen Modells "Hausautoren" aus den 80er Jahren. Beide Beispiele illustrieren wichtige Aspekte der Dramatikerförderung, welche auch für die drei im Anschluss untersuchten deutschschweizerischen Förderungsmodelle relevant sind. Mit einer detaillierten Beschreibung der drei Dramatikerförderungsmodelle Dramenprozessor, Stück Labor Basel und Masterclass 6 wird ein repräsentativer Überblick über den aktuellen Stand der Dramatikerförderung in der Deutschschweiz gegeben.</p> <p>Im Zentrum dieser explorativen Arbeit steht eine Expertenbefragung, im Rahmen derer vierzehn Autor/innen interviewt wurden. Diese wurde nach der qualitativen Methode der Grounded Theory vorgenommen und ausgewertet. Die Resultate der Auswertung zeigen, welche Aspekte der Förderungsmodelle für die künstlerische Entfaltung und die Karriere der Autor/innen entscheidend sind. Hoch geschätzt wurden der rege Austausch und die Zusammenarbeit mit Theaterschaffenden, welche die Entwicklung des Verständnisses für das szenarische Schreiben und für die Gesetze des Theaters fördern, sowie das Netzwerk der Autor/innen erweitern. Vorgegebene Arbeitsstrukturen, die Aussicht auf eine Uraufführung und das von den Mentoren entgegengebrachte Vertrauen erwiesen sich als Motivationsfaktoren. Was den Autor/innen zu fehlen scheint, ist mehr Engagement der Theater für Neue Dramatik. Der Wunsch nach nachhaltiger Wirkung der Förderung wurde dadurch verstärkt, dass es nach dem Durchlaufen der Modelle an Stückaufträgen von Theatern fehlt. Hausautorenschaft wird von vielen Autor/innen als ideale Lösung genannt. Insgesamt ist die Beurteilung der Förderungsmodelle durch die Autor/innen sehr positiv, sie plädieren jedoch für nachhaltigere Modelle mit enger Anbindung an Theater. Zusätzlich fordern sie die Theater auf, die Stücke nicht nur aufzuführen, sondern auch nachzuspielen. Denn nur kann die Förderung der Neuen Dramatik eine langfristige Wirkung entfalten.</p>
2009	Social Media und Kultur	Müller E.	Urs		<p>Die vorliegende Master Thesis soll aufzeigen, wo die Parallelen von Social Media und Kultur sind, wie diese sinnvoll kombiniert werden können und was dabei zu beachten ist. Da es sich bei beiden Begriffen um grosse Themenfelder handelt, wird die Arbeit eine Gesamtübersicht mit den wichtigsten Zusammenhängen und Einsatzmöglichkeiten aufzeigen. Sie soll Entscheidungsträger von Kulturbetrieben in die Thematik einführen und für diese sensibilisieren.</p> <p>Wie der Kulturbetrieb die Möglichkeiten der Social Media sinnvoll nutzen kann, zeigt das Praxisbeispiel des Guggenheim Museum New York "Guggenheim YouTube Play: A Biennial of Creative Video".</p>

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2009	Kulturbetriebe als Kommunikatoren im Web 2.0	Spengler	Isabelle		<p>These: Kulturbetriebe, die im Web 2.0 aktiv und innovativ wirken, eröffnen sich neue Räume und sprechen damit ein breiteres und tendenziell jüngeres Publikum an.</p> <p>Die Kommunikation hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. War das Internet anfangs noch ein passives Präsentations- und Archivierungsmedium, hat es sich in den letzten Jahren zu einem lebendigen "Mitmach-Web" gemausert. Die Anwendungen des Web 2.0 haben auch die Kommunikation zwischen Unternehmen und Konsumenten verändert. Wer ein breiteres und jüngeres Publikum ansprechen will, muss sich mit den neuen Medien vertraut machen. Diese Master Thesis untersucht die Auftritte verschiedener Kulturinstitutionen im Web 2.0 und fragt nach dem Nutzen, den die Betriebe für sich aus dem Web 2.0 ziehen. Das Hauptinteresse der Fragestellung liegt dabei auf drei Aspekten. 1. Auf den virtuellen Räumen, die sich die kulturelle Einrichtung im Web 2.0 erschaffen können und welche Inhalte sie darin verbreiten, 2. auf den Rezipienten, die man im Web 2.0 erreicht und auf der Interaktion, die mit ihnen entstehen kann, 3. auf dem Nutzen, den die Kulturinstitution aus dem Web 2.0 für sich herausziehen können oder eben nicht. Ziel der Arbeit ist es, einen Überblick darüber zu geben, welche ersten Erfahrungen die Kulturbetriebe mit den Web 2.0 Anwendungen gemacht haben und wen sie erreichen. Den Anfang dieser Arbeit macht ein kurzer geschichtlicher Überblick über die Entstehung des Web 2.0 und die Definition des Begriffs. Die Anwendungen des Web 2.0 werden definiert und kurz beschrieben. Um die eingangs gestellten Fragen des Master Thesis beantworten zu können, wird eine These aufgestellt. Diese sagt aus, dass Kulturbetriebe, die im Web 2.0 aktiv und innovativ wirken, sich neue Räume eröffnen und damit ein breiteres und tendenziell jüngeres Publikum ansprechen. Um diese These belegen oder widerlegen zu können, wird einsteigend mittels einer Online-Umfrage untersucht, welche Kulturbetriebe sich im Web 2.0 bewegen, welche Anwendungen eingesetzt werden und wen die Betriebe im Web 2.0 zu erreichen glauben. 165 Kulturinstitutionen aus allen Sparten und der gesamten Schweiz wurden angeschrieben. 33% davon haben die Umfrage bis zum Schluss beantwortet. Die Auswertungen der Online-Umfrage zeigen auf, dass sich die Schweizer Kulturbetriebe durchaus aktiv im Web 2.0 bewegen. Sie sind mit den wichtigsten Anwendungen vertraut und nutzen einige davon. Online-Veranstaltungskalender und ein Auftritt in einem sozialen Netzwerk werden von den Kulturbetrieben am häufigsten genutzt und sind ihrer Meinung nach auch am sinnvollsten. 53% der befragten Betriebe glauben, im Web 2.0 ein tendenziell jüngeres Publikum zu erreichen. Allerdings können nur 41% der Kulturhäuser ihre Erfolge im Web 2.0 messen. Das lässt darauf schliessen, dass es schwer zu eruieren ist, wen man wirklich erreicht. Mit diesem neu gewonnen Wissen der Online-Umfrage, werden vier Kulturbetriebe ermittelt, die exemplarisch mit dem Web 2.0 umgehen und sich für qualitative Interviews zur Verfügung stellen. Die vier Case Studies wurden an dem kleinen Literaturhaus Basel, dem Tanzfestival Steps, dem Stapferhaus Lenzburg und dem Schauspielhaus Zürich durchgeführt. Eine Zusammenfassung der vier Gespräche, unter den Gesichtspunkten der eingangs erwähnten Ziele, gibt Aufschluss über die ersten Erfahrungen, welche die Betriebe mit den Web 2.0 Anwendungen gemacht haben. Die Untersuchung ergab, dass sich keiner der vier Betriebe im Vorfeld vertieft Gedanken machte, wen die wirklich im Web 2.0 erreichen. Auch haben sich die Kulturhäuser nur begrenzt Ziele aufgelegt, die mittels der Anwendungen erreicht werden sollten. Als Gründe, warum die Betriebe im Web 2.0 präsent sein wollen, nannten sie an</p> <p>En 2011, l'industrie suisse du MICE bénéficie d'un environnement favorable: des infrastructures modernes, une mobilité facilitée, une qualité des produits et services ainsi que des sites touristique dignes d'intérêt, sont des facteurs qui encouragent la tenue de rencontres professionnelles.</p> <p>Dans cette branche, l'intensité de la concurrence entre les destinations est marquée: d'une part, le côtoïement entre prestataires privés et institutions subventionnées entretient une dérégulation du marché et, d'autre part, le franc suisse fort défavorise la venue des clients étrangers.</p> <p>Fribourg et sa région bénéficient d'infrastructures adaptées aux événements de petite et moyenne envergure. La structure actuelle atteint son optimum lors de congrès nationaux, bilingues, d'une durée de 2 à 5 jours et jusqu'à 500 participants.</p> <p>Des hôtels simples et accueillants, des salles de conférences et un centre de congrès équipés répondent aux besoins de base des clients. D'autre atouts (nature, position géographique, etc.) rassemblent les suffrages lors des décisions des clients.</p> <p>Toutefois, l'absence d'une vision stratégique commune et d'une structure de promotion centralisée empêchent un déploiement optimal de la force de vente de la ville. Il en résulte un positionnement flou et un éparpillement des ressources.</p> <p>Une mise en commun des forces des acteurs du MICE constitueraient les prémices de la mise en oeuvre de mesures d'optimisation, telles que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'amélioration de la collaboration entre prestataires privés et institutions publiques, • le renforcement du démarchage proactif, • le branding d'une marque commune. <p>A moyen terme, un lobbying politique visant à atténuer l'action contreproductive des prestataires subventionnés et à faire reconnaître l'industrie au niveau national, soutiendrait la régulation et la rentabilité du marché fribourgeois.</p>
2009	Analyse et opportunités de développement du marché du MICE1 à fribourg	Stauffacher	Fabien		

Jahrgang	Titel	Name	Vorname	Einsehbar	Abstract
2009	"Buch-Zauberwelt" - Konzept und Machbarkeitsanalyse für eine Nischenbuchhandlung mit Veranstaltungen über vergangene Zeiten	Streit	Philipp		<p>Die Diplomarbeit zur "Buchzauberwelt" befasst sich mit der Analyse und Machbarkeit einer Nischenbuchhandlung rund um das Thema Geschichte und dazu passende Veranstaltungen.</p> <p>Die Arbeit ist in drei Hauptabschnitte "Analyse", "Umsetzung" und "Machbarkeit" gegliedert.</p> <p>Anhand einer kleinen Anzahl Interviews mit Branchenkennern sowie Experten aus den Bereichen Geschichte und Tourismus wird eine grobe Einschätzung des Projekts vorgenommen und dessen Chancen ermittelt.</p> <p>In der "Analyse" wird der Buchmarkt in der Schweiz unter die Lupe genommen, welche Voraussetzungen herrschen und wie die Chancen im Markt für eine Nischenbuchhandlung stehen. Die verschärften Marktbedingungen aufgrund der Debatte über die Buchpreisbindung und die wachsende Konkurrenz durch Online-Vertriebe und e-Book Reader stecken das Feld der Analyse ab. Im weiteren beinhaltet dieser Abschnitt die Betrachtung der eigenen Ressourcen, Fähigkeiten und Kenntnisse.</p> <p>Das Kapitel der "Umsetzung" befasst sich mit der Buchhandlung an sich, der Ausgestaltung der Projektidee mit Standort, Produkten und Dienstleistungen, Marketing-Strategien und zu guter Letzt einem Finanzplan.</p> <p>Aus den gewonnenen Erkenntnissen gilt es abschliessend in der "Machbarkeit" zu beurteilen, ob dieses Projekt realisierbar ist oder nicht.</p>
2009	Kulturvermittlungsangebote der Stadt Winterthur für die Oberstufe: Eine Analyse	Ziegler	Susanne		<p>In dieser Arbeit wird die Nutzung der Kulturvermittlungsangebote der Stadt Winterthur für die Oberstufe untersucht. Es handelt sich um die Angebote der Musikvermittlung, des Theaters/der Theaterpädagogik und der Museumspädagogik. Im Vordergrund steht das Anliegen, Angebot und Nachfrage noch optimaler aufeinander abzustimmen. Auf der Anbieterseite befinden sich die Koordinationsstellen und Kulturvermittler. Auf der Nachfrageseite stehen die LehrerInnen der Oberstufe mit ihren SchülerInnen. Zur Erfassung der aktuellen Nutzung und Verbesserungsmöglichkeiten wurde eine quantitative Untersuchung mittels Fragebogen bei den Oberstufenschulen der Stadt Winterthur durchgeführt.</p> <p>Zu den Ergebnissen lässt sich generell festhalten, dass die Kulturvermittlungsangebote von einem grossen Teil der Lehrerschaft regelmässig genutzt wird.</p> <p>Verbesserungspotential liegt bei der Disziplin von SchülerInnen an kulturellen Veranstaltungen, bei schlecht besuchten Lehrereinführungen von Theater- und Museumspädagogikangeboten sowie kaum genutztem didaktischem Begleitmaterial und der dadurch suboptimalen Auswahl der Vermittlungsangebote der jeweiligen Klassen. Darüber hinaus ist ein Aufbrechen der passiven Konsumhaltung zugunsten einer aktiv mitgestaltenden Rolle der Jugendlichen bei Kulturvermittlungsangeboten wünschenswert.</p> <p>Als letzter Punkt ist eine verbesserte Nutzung von anspruchsvolleren Musikvermittlungsangeboten zu nennen. Zu diesen Punkten wurden entsprechende Lösungsansätze formuliert.</p>