

MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN

Das Weiterbildungsprogramm richtet sich an Volontärinnen und Volontäre in Museen aller Sparten. Kenntnisse und Instrumente der Strategieentwicklung in Bezug auf alle relevanten Management-Bereiche des Museums werden vermittelt. Es geht dabei um die Sammlung als Managementinstrument, die betriebswirtschaftliche Organisation und Effizienzsteigerung, Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring, Vermittlung, Personalführung und Motivation, Marketing und Qualitätsmanagement.

Das Qualifizierungsprogramm MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN will dieses Wissen in praxisbezogenen Seminaren vermitteln und damit die Kenntnisse und Fertigkeiten ergänzen, die die Volontärinnen und Volontäre in ihrer Tätigkeit im Museum erlangen. Die Dozent/innen sind in Wissenschaft und Praxis an verschiedenen deutschen Hochschulen, Museen und dem Institut für Museumsforschung sowie als Expert/innen für Museen tätig.

WEITERBILDUNGSZENTRUM

Freie Universität Berlin
Otto-von-Simson-Str. 13
14195 Berlin
U-Bahnhof Dahlem Dorf, U3


VERANTWORTLICH

Christiane Preißler
Tel: 030 / 838 514 75
Mail: christiane.preissler@fu-berlin.de

SACHBEARBEITUNG

Gertrud Ranner
Tel: 030 / 838 514 72
Fax: 030 / 838 513 96
Mail: gertrud.ranner@fu-berlin.de

www.fu-berlin.de/wbz/museen

WEITERBILDUNGSZENTRUM 
der Freien Universität Berlin



MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN

WEITERBILDUNGSPROGRAMM MIT ZERTIFIKAT

FEBRUAR - DEZEMBER 2017

Freie Universität  Berlin

MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN

WEITERBILDUNGSPROGRAMM MIT ZERTIFIKAT

VORWORT	4
MODULE	6
Modul V01: Das Museum im Wandel: Strategisches Management	6
Modul V02: Kommunikation in einem modernen Museum	8
Modul V03: Grundlagen des Museumsmarketing	9
Modul V04: Ausstellungsmanagement	10
Modul V05: Kommunikation / Pressearbeit / Sponsoring und Digitaler Wandel im Museum	11
Modul V06: Museum & Besucher: Ausstellung / Vermittlung / Kulturelle Bildung	14
Modul V07: Finanz- und Kostenmanagement	16
Modul V08: Rechtsfragen in Museen	17
Modul V09; Qualitätsmanagement / Qualitätssicherung	18
DOZENT/INNENTEAM	20
TEILNAHMEBEDINGUNGEN	24
ANMELDEFORMULAR	27
IMPRESSUM	29

MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN

Die modularisierte Qualifizierung mit Zertifikat für Volontär/innen in Museen beruht auf dem 2005 gestarteten Bausteinprogramm MUSEUMSMANAGEMENT des Weiterbildungszentrums der Freien Universität Berlin in Kooperation mit dem Institut für Museumsforschung und anderen Partnern.

Kenntnisse und Instrumente der betriebswirtschaftlichen Organisation, des Fundraising, der Effizienzsteigerung sowie Personalführung und Motivation, der Strategieentwicklung und der Zielgruppenorientierung, des Marketing und des Qualitätsmanagements sind für Mitarbeiter/innen von Museen – neben ihren an der Hochschule erworbenen wissenschaftlichen Fachkenntnissen – heute unerlässlich. Der Aspekt des Digitalen spielt dabei eine immer größere Rolle, sowohl in der Erschließung als auch im Marketing und der Vermittlung.

Das Qualifizierungsprogramm MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN vermittelt dieses Wissen in praxisbezogenen Seminaren und ergänzt damit die Kenntnisse und Fertigkeiten, die Volontärinnen und Volontäre in ihrer Tätigkeit im Museum erlangen. Die Dozent/innen sind Wissenschaftler/innen und Praktiker/innen aus verschiedenen deutschen Hochschulen, Museen und dem Institut für Museumsforschung sowie Expert/innen, die für Museen arbeiten.

Partner des Weiterbildungszentrums der Freien Universität Berlin für das Programm sind: das Institut für Museumsforschung – Staatliche Museen zu Berlin, die Leuphana Universität Lüneburg, die Fachhochschule Potsdam, die Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin sowie die TU München School of Education.

Die Absolvent/innen erhalten ein Zertifikat, wenn sie acht von neun Modulen besucht haben. Die Teilnahme an einzelnen Modulen ist möglich, wenn ausreichend Plätze vorhanden sind. Veranstaltungsort ist das Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin. Eventuelle Änderungen werden rechtzeitig mit der Seminarbestätigung bekanntgegeben.

Christiane Preißler
Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin

MODUL V01

DAS MUSEUM IM WANDEL: STRATEGISCHES MANAGEMENT

Jörn Brunotte, Prof. Dr. Bernhard Graf,

Prof. Dr. Volker Kirchberg, Dr. Peter Lummel, Frank von Hagel

2 Termine (18 UE): Do/Fr, 16./17.2.2017,

Do, 10.00 - 17.30 Uhr, Fr, 9.00 - 17.00 Uhr

SCHWERPUNKTE

- Die Museumslandschaft in Deutschland
- Paradigmenwechsel: Aufgabenveränderung im Museum
- Selbstverständnis und Rollenwandel der Museumsmitarbeiter/innen
- Museen als Medien der Musealisierung, der Stadtreparatur und des Stadtmarketing
- Neue Aufgaben
- Fokus Kunde: Bestandsaufnahme – IST-Zustand
- Finanzierung und Alternativen
- Die Sammlung als Managementinstrument

TAG 1

STRATEGISCHES MANAGEMENT

Prof. Dr. Bernhard Graf, Prof. Dr. Volker Kirchberg

Im ersten Block findet eine Strategiediskussion zur Profilbildung von Museen und zu ihren Zukunftsperspektiven statt. Museen entwickelten ihr bildungsbürgerliches Profil aus ihren klassischen Aufgaben des Sammels, des Bewahrens, Forschens, Präsentierens und Bildens. Seit den 1980er Jahren gibt es aber einen sich kontinuierlich entwickelnden Paradigmenwechsel, der mit einer zunehmenden Besucherorientierung der Museumsarbeit nur zum Teil umschrieben werden kann, da auch die anderen Funktionen des Museums betroffen sind. Inwieweit dieser Paradigmenwechsel von Museen freiwillig oder gezwungenermaßen übernommen und umgesetzt wird, ist Bestandteil der Diskussionen an diesem Tag. Besucherorientierung muss nicht als ein Plebiszit der Inhalte oder als Beliebigkeit von Inhalten verstanden werden. Vielmehr ist es Aufgabe der Museen, Objekte, Themen und Inhalte so zu präsentieren, dass eine weite Öffentlichkeit dadurch interessiert und zum Besuch motiviert wird.

Im zweiten Block widmen wir uns dem Wandel der gesellschaftlichen Rolle und Wahrnehmung von Museen in einer sich verändernden Umwelt, etwa:

- reduzierte Kulturverständnisse von Staat und Kommunen
- veränderte Erinnerungs- und Geschichtskulturen
- verstärkte Notwendigkeiten sich als Anbieter von Produkten auf einem Markt zu positionieren
- Museen als Medien der Musealisierung, Stadtreparatur und des Stadtmarketing
- intensivierter Wettbewerb im Freizeitbereich.

Museen sind daher gezwungen, genauer auf ihre Besucher zu schauen. Sie müssen aktiv werden in den Bereichen Marketing, Kooperationen, Projektorientierung und müssen Beiträge zum Public Understanding leisten.

TAG 2

DIE SAMMLUNG ALS MANAGEMENTINSTRUMENT / DIGITALES SAMMLUNGSMANAGEMENT

Jörn Brunotte, Frank von Hagel, Dr. Peter Lummel

Die Sammlung bildet den Kern des Museums. Unter dem Trend einer ständig wachsenden Zahl von Wechsausstellungen ist die Sammlung und das darin ruhende Potential zunehmend aus dem Fokus unserer Aufmerksamkeit geraten. Dabei ist sie Ausgangspunkt für die Identität und die Profilbildung eines Museums. Aus ihr heraus gilt es, das strategische Management zu entwickeln.

Im Seminar steigen wir mit einem Blick auf die aktuelle Situation in den Museen ein. In einer Analyse thematisieren wir u.a. die Fragen:

- Was sollte überhaupt gesammelt werden?
- Gibt es einen Etat dafür?
- Oder sollte „entsammelt“ werden?

Ein wichtiger Aspekt des Sammlungsmanagements ist die Erschließung der Sammlung. Ein Überblick über Methoden der Dokumentation und zur Verfügungstellung von Daten geben einen ersten Einblick in die Thematik:

- Dokumentation von Sammlungsbeständen (Standards und Normdaten)
- Objektinformationen online zur Verfügung stellen und vernetzen

Das anschließende Expertengespräch vor Ort bietet einen aktuellen

Einblick in die Praxis des Sammlungsmanagements sowie die Gelegenheit zu Nachfrage und Diskussion.

*Fr, 17.2.2017, 15.00 - 17.00 Uhr, Exkursion und Expertengespräch
Stiftung Domäne Dahlem, Gespräch mit Dr. Peter Lummel, Stiftungsvorstand und Direktor*

MODUL V02

KOMMUNIKATION IN EINEM MODERNEN MUSEUM

Stefanie Kunz, Karin Lindemann

2 Termine (16 UE): Mo/Di, 13./14.3.2017,

Mo, 10.00 - 17.00 Uhr, Di, 9.00 - 16.00 Uhr

Die Teilnehmer/innen erhalten Einblick in die Vielschichtigkeit der Kommunikation. Sie bekommen Werkzeuge an die Hand, um die eigene Kommunikation zu verfeinern. Parallel dazu wird der Gruppenbildungsprozess begleitet.

Basierend auf konkreten Erfahrungen und durch Übungen erarbeiten die Teilnehmer/innen unterschiedliche Handlungsmöglichkeiten und reflektieren ihre eigenen Kommunikationsmuster. Ergänzend zum Verständnis fließen Theoriemodelle mit ein.

SCHWERPUNKTE

- Was ist Kommunikation?
- Was macht Gespräche schwierig und wie gehe ich damit um?
- Welche Kommunikationsstrategien gibt es und wie kommuniziere ich selbst?
- Was sind die Besonderheiten im Museum in Bezug auf Kommunikation?

MODUL V03

GRUNDLAGEN DES MUSEUMSMARKETING

Silke Oldenburg, Prof. Dr. Oliver Rump

2 Termine (16 UE): Do/Fr, 18./19.05.2017,

Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

Im Seminar wird Marketing mit seinen Instrumenten im Management von Museen einerseits in seiner Breite vorgestellt, andererseits soll Marketing als Notwendigkeit und Grundphilosophie der Arbeit heutiger Museen vermittelt werden.

In der Veranstaltung wird die Entwicklung vom produkt- zum besucherorientierten Marketing aufgezeigt. Die Relevanz der Besucherorientierung und -bindung sowie das strategische Marketing stehen dabei im Zentrum. Weiterhin werden wir Ihnen die jüngste Marketingdisziplin, das Brand Management, in seiner Bedeutung für Museen erläutern. Neuere Entwicklungen, wie zum Beispiel das wertorientierte Marketing und Social Media, sollen anhand von Beispielen nachvollzogen und ihre Relevanz und Folgen in ihrer gesellschaftlichen Tragweite diskutiert werden.

SCHWERPUNKTE

- Brand Management (CI / CD / Branding / Markenbildung)
- Besucherorientierung / -bindung
- Marketingstrategien
- Ausstellungsmarketing
- Markt- und Publikumsforschung
- Service im Museum
- Touristische Vermarktung
- Online Marketing & Social Media

MODUL V04

AUSSTELLUNGSMANAGEMENT

Dipl. Ing. Ingo Plato, Jan-Christian Warnecke

2 Termine (16 UE): Do/Fr, 15./16.06.2017,

Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

Ausstellungen sind ein wichtiger Ausweis erfolgreicher Museumsarbeit. Lebendige und wechselnde Ausstellungsprogramme dynamisieren die Institution, die zunehmend in Konkurrenz mit anderen Bildungs- und Erlebnisagenturen tritt. Damit steigen auch die Ansprüche an das Medium selbst - an die Konzepte, die Planung, die Szenografie und das Management. Für gute Konzepte und ein qualitativvolles Ausstellungsmanagement ist eine angemessene Kenntnis der Potentiale des Mediums ebenso unabdingbar wie ein Wissen um den komplexen Entstehungsprozess einer Ausstellung und aller mit ihrer Realisierung und Vermittlung verbundenen Personen, Aufgaben und Gewerke.

Das Seminar gibt unter Berücksichtigung unterschiedlicher Ausstellungstypen Einblicke in diese Zusammenhänge. Im ersten Teil werden die komplexen Planungen, die museumsintern zu leisten sind, behandelt. Dabei spielen Fragen des Projektmanagements und der prozessorientierten Planung eine große Rolle. Es besteht die Möglichkeit, Fragen zu aktuellen Erfahrungen der Teilnehmer/innen im Plenum zu diskutieren.

Der zweite Teil nimmt Konzeption und Management aus der Perspektive der Ausstellungsplanung in den Blick und fragt nach den Voraussetzungen und Bedingungen für eine qualitätvolle Realisierung. Einzelne Instrumente des Ausstellungsmanagements werden im Verlauf des Seminars in praktischen Übungen erarbeitet: Projektstruktur- und Zeitpläne sowie die Leistungsbeschreibung für eine potentielle Ausstellungsgestaltung. Besonderes Augenmerk wird auf die Publikumsorientierung und das Verständnis der Bauherrenrolle gelegt.

MODUL V05

KOMMUNIKATION / PRESSEARBEIT / SPONSORING UND DIGITALER WANDEL IM MUSEUM

Achim Klapp, Nikolaus Bernau, Christoph Deeg

3 Termine (24 UE): Mo/Di/Mi, 10./11./12.7.2017,

Mo, 10.00 - 17.00 Uhr, Di/Mi, 9.00 - 16.00 Uhr

Museen brauchen Öffentlichkeit. Von entscheidender Bedeutung für die Zukunft des Museums ist die Wahrnehmung in den Medien und der Öffentlichkeit. Dazu bedarf es sowohl einer geeigneten Kommunikationsstrategie als auch effizienter Maßnahmen und Instrumente.

Der 1. Teil des Seminars gibt eine Einführung in die strategische Ausrichtung und taktische Umsetzung der Museumskommunikation innerhalb des Marketing-Managementprozesses. Anhand konkreter Beispiele werden die notwendigen Schritte zur Erarbeitung und Umsetzung eines Kommunikationskonzeptes erläutert. Der 1. Seminartag widmet sich dann ganz der Arbeit mit der Presse: Wie finde ich Zugang zu den Medien? Wann und weshalb wird über mein Museum berichtet? Wie gehe ich am besten vor? Welche Schritte und Medien führen zum Erfolg? Wann und wie nutze ich Soziale Netzwerke?

In Teil 2 werden wir mit praktischen Übungen die vorgestellten Methoden und Strategien wie die Vorbereitung von Meldungen und Materialien für die Presse, die effiziente Suche nach den passenden Journalist/innen, der Aufbau und die Pflege eines Pressenetzes oder die Vorbereitung und Durchführung einer Pressekonferenz gemeinsam erarbeiten.

Museen sind zunehmend gehalten, Drittmittel und Museumspartner zu akquirieren. Die Anbahnung einer erfolgreichen Partnerschaft zwischen Wirtschaft, Medien und Museen und die Beschaffung von Geld ist eine große Herausforderung für die Kulturinstitutionen. Deshalb werden im Seminar auch die Grundlagen einer erfolgreichen Sponsoring- und Kooperationsstrategie vorgestellt. Dabei gehen wir praxisorientiert einer Vielzahl von Fragen nach, etwa:

- Wie wird eine Institution attraktiv für Partner aus der Wirtschaft?
- Wie finde ich einen Medienpartner?

- Welche Angebote sind interessant für Sponsoren und Medienpartner?
- Wie lassen sich diese Produkte mit der eigentlichen Aufgabe der Institution in Einklang bringen?
- Geld um jeden Preis? Welche Standards und Qualitätskriterien sollten bei der Einwerbung von Drittmitteln gelten, damit aus der Geber-Nehmer-Beziehung ein Geschäft auf Gegenseitigkeit wird?
- Was muß ich bei Verträgen mit Sponsoren und Kooperationspartnern beachten?

Ganz bewusst soll mit Projektbeispielen der Teilnehmer/innen praxisnah gearbeitet und Zeit für die eigenen Beispiele und den Erfahrungsaustausch gelassen werden.

TAG 3

DIGITALER WANDEL IN MUSEUM

Christoph Deeg

Die Arbeit von Museen befindet sich im Prozess eines permanenten Wandels. Ein besonders starker Motor ist dabei heute die digitale Transformation. Sie wirkt sich im Museum insbesondere auf drei große Bereiche aus: Die Erschließung, die Kulturvermittlung und das Museumsmarketing. Im Idealfall gelingt es, eine Gesamtstrategie für ein Museum zu entwickeln, die alle Bereiche berücksichtigt und gleichzeitig sowohl das Digitale als auch das Analoge miteinander verbindet. Dies ist eindeutig eine Managementaufgabe und damit eine Herausforderung an die zukünftigen Führungskräfte in Museen.

Dieser Tag will einen Überblick über aktuelle Entwicklungen des digitalen Wandels geben und Ansatzpunkte für eine Strategieentwicklung aufzeigen.

Was ist in den letzten 10 Jahren im Bereich Museum 3.0 passiert?

- Digitalisierung
- Social Media
- Gamification
- Mobile Internet und Smartplaces

Was bedeutet das für die Museumsarbeit?

- digital-analoge Erschließung
- digital-analoge Kulturvermittlung

- digital-analogen Museumsmarketing

Wie bereitet man ein Museum auf diesen Wandel vor?

- Innovationsmanagement am Beispiel „Horizon Report“
- Organisationsentwicklung für digital-analogen Museumskonzepte

Das Museum als digital-analoger Ort

- Unique Experiences
- kulturelle Smartplaces
- Wege zu neuen analog-digitalen Museumswelten

MODUL V06

MUSEUM & BESUCHER: AUSSTELLUNG / VERMITTLUNG / KULTURELLE BILDUNG

Heike Kropff, Prof. Nicola Lepp,

Prof. Dr. Annette Noschka-Roos, Patrick Presch

3 Termine (24 UE): Mi/Do/Fr, 20./21./22.09.2017,

Mi, 10.00 - 17.00 Uhr, Do/Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

TAG 1

Heike Kropff, Patrick Presch

Am ersten Tag steht der Aspekt der Kulturellen Bildung und deren Verortung in der Institution Museum im Mittelpunkt.

Worin liegt der Auftrag der Museen begründet, Kulturelle Bildung zu initiieren? Wie zeigt sich dieser Auftrag im Selbstverständnis der Institution? Welche Konsequenzen ergeben sich für die strukturellen Voraussetzungen sowie die Organisation von Arbeitsabläufen? Wie und mit welchen Methoden kann dieser Auftrag eingelöst werden?

Neben den institutionellen Herausforderungen wird in einem zweiten Schritt die Rolle der personalen Vermittlung im Kontext kultureller Bildung thematisiert. Welche Haltungen und Konzeptionen sollten Führungen, Workshops, Kunst- und Kulturgesprächen zugrunde liegen? Wie sollten sie beschaffen sein, um kulturelle Bildung leisten zu können?

TAG 2 UND 3

Prof. Nicola Lepp, Prof. Dr. Annette Noschka-Roos

Die Ausstellung ist das zentrale Medium, über welches das Museum mit seinen Besucher/innen kommuniziert. Doch wie kommunizieren Ausstellungen eigentlich? Welche Medien und Methoden bestimmen die Kommunikation in einer Ausstellung? Seit der Öffnung der Museen in den 1970er Jahren in Bezug auf ihre Vermittlungsfunktion wurde ein breites Spektrum an Vermittlungsformen entwickelt – ausstellungsintegriert wie ausstellungsbegleitend. Welchen Regeln und Methoden sie folgen sowie die sammlungsübergreifenden Gemeinsamkeiten sind Thema des Kurses.

Im Zentrum steht die theoretische wie praktische Auseinandersetzung mit Kommunikationsprozessen in Ausstellungen, die aus der Perspektive von ausstellungsintegrierten und –begleitenden

Formaten sowie aus besucherorientierter und museumswissenschaftlicher Perspektive betrachtet werden. Nach einer Erkundung im Ethnologischen Museum zu historisch unterschiedlichen musealen Ausstellungsformen wird vertiefend über die Beziehung von Objekt – Text – Raum – neue Medien referiert und gemeinsam diskutiert. In Bezug auf die Ausstellungskommunikation werden in vergleichender Form mediale und personale Vermittlungsformate in kunst- und kulturgeschichtlichen Museen in den Blick genommen. Eine Exkursion zu sammlungsübergreifenden Best-practice-Beispielen unterstützt anschaulich die theoretische Analyse von Regeln und Methoden für die museale Ausstellungs- und Vermittlungspraxis. Diskussionen und Workshops bieten Gelegenheit, die entwickelten Kategorien einer besucher- wie objektorientierten Ausstellungskommunikation anzuwenden und zu vertiefen.

MODUL V07

FINANZ- UND KOSTENMANAGEMENT

Uwe Hanf, Prof. Dr. Oliver Rump

2 Termine (16 UE): Do/Fr, 19./20.10.2017,
Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

Museen stehen heute mehr denn je unter einem Legitimations- und Effizienzdruck. Neben ihren klassischen Forschungs- und Bildungsaufgaben rücken daher zunehmend Aspekte des unternehmerischen Denkens und Handelns ins Blickfeld der Museumsleitungen. Sie müssen einen Paradigmenwechsel vollziehen: Während in der klassischen Betrachtungsweise das betriebliche Rechnungswesen auf die reine Verwaltungsfunktion reduziert und in Kulturunternehmen eher als „notwendiges Übel“ angesehen wurde, geht es heute darum, Finanz- und Kostenmanagement als Führungsfunktion zu beschreiben und zum strategischen Erfolgsfaktor zu machen.

Ziel ist die aktive und bewusste Gestaltung sämtlicher Entscheidungen, die sich auf die Planung, Beschaffung, Verwaltung und Disposition von Finanzmitteln beziehen. Damit dies gelingt, sind differenzierte Kenntnisse über Instrumente und Verfahren des externen und internen Rechnungswesens erforderlich. Die Teilnehmenden lernen die wesentlichen Begriffe, Rechtsgrundlagen und Verfahren des betrieblichen Rechnungswesens kennen. Sie werden in die Lage versetzt, Einrichtungen und Einzelprojekte unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten zu beurteilen und effizienter zu gestalten. Im Mittelpunkt stehen dabei die Einführung der kaufmännischen Buchführung, einer einrichtungsspezifischen Kostenrechnung sowie eines Controlling-Systems. Auf dieser Grundlage können wichtige Managemententscheidungen professioneller getroffen und nach innen und außen vertreten werden. Zudem entsteht eine größere Unabhängigkeit von externen Berater/innen. Fallbeispiele, praktische Übungen sowie Fragen und Beispiele aus der Praxis der Teilnehmenden ergänzen das Seminar.

MODUL V08

RECHTSFRAGEN IN MUSEEN

Dr. Sabine Lang, Carola Thielecke, Börries von Notz

2 Termine (16 UE): Do/Fr, 9./10.11.2017,
Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

Rechtsfragen spielen im Museumsmanagement eine bedeutende Rolle: für alle Museumsaktivitäten gibt es auch einen rechtlichen Rahmen. Diesen zu kennen und so auszufüllen, dass er als Absicherung und nicht als Einschränkung der Museumsarbeit empfunden wird und fungiert, ist notwendige Voraussetzung für die nachhaltig erfolgreiche Arbeit. Von zentraler Bedeutung sind dabei Rechtsfragen im Zusammenhang mit dem Erwerb von Museumsgut, das Urheberrecht, das Hausrecht, das Arbeitsrecht der öffentlichen Hand und der Kulturgutschutz.

Das Seminar will eine praxisorientierte Einführung in und eine Sensibilisierung für die relevanten Rechtsfragen bieten und damit erreichen, dass im Museumsmanagement rechtliche Probleme und Zusammenhänge erkannt werden und ein Gespür dafür besteht, wann rechtliche Hilfe angezeigt sein kann. Alle wesentlichen Fragestellungen werden in Praxisübungen und Workshops vertieft behandelt. Daneben besteht die Möglichkeit, individuelle Fragen zu erörtern.

TAG 1

Börries von Notz

- Vertragsrecht beim Erwerb von Museumsgut (Kauf, Leihe, Schenkung)
- Versicherungsrecht
- Urheberrecht einschließlich der markenrechtlichen Bezüge

TAG 2

Dr. Sabine Lang, Carola Thielecke

- Rechtsfragen zu Beschäftigungsverhältnissen im Museum (Arbeitsrecht, Werkverträge, Praktika etc.)
- Hausrecht im Museum und Haftungsfragen
- Kulturgutschutz und Kulturgutrückführung
- Staatssicherheiten im Leihverkehr, „Zusicherung von freiem Geleit“ für Leihgaben

MODUL V09

QUALITÄTSMANAGEMENT / QUALITÄTSSICHERUNG

Dr. Anja Dauschek, Bettina Scheeder

2 Termine (16 UE): Do/Fr, 7./8.12.2017,

Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

Ohne systematisch durchgeführtes Qualitätsmanagement kann ein Museum heute nicht erfolgreich gesteuert werden. In einem ganzheitlichen Prozess müssen kontinuierlich die Organisation optimiert und die Qualität der Museumsarbeit gesichert und verbessert werden. Ebenso wie andere Non-Profit-Organisationen, profitieren auch Museen von einem systematischen Qualitätsmanagement.

Das zweitägige Seminar mit Praxisübungen geht von der Frage aus: Was bedeutet „Qualität“ in der Museumsarbeit? Welche Managementsysteme eignen sich für Museen, um sowohl qualitätsvolles Arbeiten zu ermöglichen und gleichzeitig die Einhaltung von Qualitätsstandards zu sichern? Allgemein eingesetzte Qualitätsmanagement-Verfahren wie das Modell der European Foundation of Quality Management (EFQM) werden ebenso besprochen wie Registrierungs- und Beurteilungsverfahren einzelner Bundesländer und Ansätze anderer europäischer Länder (Österreich, Niederlande, Großbritannien) oder das Registrierungsverfahren für Angebote im Bereich des barrierefreien Tourismus in Deutschland.

Das Seminar setzt einen Schwerpunkt auf die Diskussion von wünschenswerten und in der Praxis umsetzbaren Anforderungen an ein Qualitätsmanagementsystem für Museen. In Praxisübungen werden die theoretischen Grundlagen vertieft.

DOZENT/INNENTEAM

KONZEPTION

Prof. Dr. Bernhard Graf

Leiter des Instituts für Museumsforschung,
Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preußischer Kulturbesitz
und Freie Universität Berlin

DOZENT/INNEN

Nikolaus Bernau

Architektur- und Museumshistoriker und Journalist (Berliner Zeitung, Deutschlandradio, u.a.)

Jörn Brunotte M.A.

:beramus – Museumsberatung Berlin und
Culture to go – Kulturführungen mit mobilen Medien,
Geschäftsführer

Dr. Anja Dauschek

Direktorin des Altonaer Museums, Stiftung Historische Museen
Hamburg (ab 1.1.2017)

Christoph Deeg

Berater und Speaker für die Bereiche Social-Media-Management, Gamifikation und digital-analoge Strategien

Prof. Dr. Bernhard Graf

Leiter des Instituts für Museumsforschung,
Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preußischer Kulturbesitz
und Freie Universität Berlin

Uwe Hanf

Fachhochschule Potsdam, Studiengang Kulturarbeit

Prof. Dr. Volker Kirchberg

Leuphana Universität Lüneburg,
Lehrstuhl für Kulturvermittlung und Kulturorganisation

Achim Klapp

Achim Klapp Medienberatung, Berlin

Heike Kropff

Staatliche Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz
Abteilungsleitung Bildung/Kommunikation

Stefanie Kunz

Krisen und Chancen
Coaching I Organisationsberatung I Supervision, Berlin

Dr. Sabine Lang

Stiftung Preußischer Kulturbesitz
Referatsleiterin in der Personalabteilung

Prof. Nicola Lepp

büro für neues ausstellen, Berlin und Fachhochschule Potsdam,
Studiengang Kulturarbeit

Karin Lindemann

Coaching - Supervision - Personalentwicklung, Berlin

Dr. Peter Lummel

Stiftung Domäne Dahlem, Landgut und Museum,
Museumsdirektor

Prof. Dr. Annette Noschka-Roos

TUM School of Education und Deutsches Museum München,
Hauptabteilung Bildung

Silke Oldenburg M.A.

Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg, Leiterin Marketing

Ingo Plato, Architekt BDA

res d, design und architektur, Köln

Patrick Presch

Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz,
Bildung, Vermittlung, Besucherdienste

Prof. Dr. Oliver Rump

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin,
Studiengang Museumskunde

Bettina Scheeder M.A.

Museumsverband Rheinland-Pfalz e.V., Geschäftsführerin

Carola Thielecke

Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Referentin im Justizariat

Frank von Hagel

Institut für Museumsforschung - Stiftung Preußischer Kulturbesitz,
Projekt SPK-digital

Börries von Notz

Historische Museen Hamburg, Alleinvorstand

Jan-Christian Warnecke, Dipl. Kommunikationswirt

Landesmuseum Stuttgart, Leiter Projektsteuerung, Restaurierung
und Werkstätten

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

ANMELDUNG

Bitte melden Sie sich zu den Veranstaltungen per Online-Anmeldeformular oder schriftlich durch Übersendung des unterzeichneten Anmeldeformulars per Post, Fax oder E-Mail an. Mit Übersendung des Anmeldeformulars erkennen Sie diese Teilnahmebedingungen an. Die Anmeldung zu der ausgewählten Veranstaltung ist zu den angegebenen Konditionen verbindlich. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie per Mail eine Eingangsbestätigung.

TEILNAHMEBESTÄTIGUNG

Sie erhalten die verbindliche Zusage, sobald ausreichend Anmeldungen für die Veranstaltung vorliegen. Eine Zu- oder Absage für die Teilnahme an der Veranstaltung (Seminarbestätigung) wird i. d. R. vier vor Veranstaltungsbeginn per E-Mail versandt.

Bei modularen Programmen gilt: Die Teilnahme an einzelnen Modulen ist möglich, soweit nach der Berücksichtigung aller Anmeldungen für das komplette Programm noch freie Plätze vorhanden sind. Die verbindliche Vereinbarung über die Teilnahme kommt mit Zugang der Seminarbestätigung zustande.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Bei kostenpflichtigen Veranstaltungen zahlen Sie das Entgelt bitte nach Rechnungseingang und Zugang der Teilnahmebestätigung bis zu dem auf der Rechnung angegebenen Datum auf das genannte Konto. Der Betrag beinhaltet die Kosten für die Teilnahme an der Veranstaltung und für die Veranstaltungunterlagen.

TEILNAHMEGEBÜHR VOLONTÄR/INNEN

PRO TAG: 88,- €

das heißt:

MODUL 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9: je 176,- €

MODUL 5 UND 6: je 264,- €

ZERTIFIKATSPREIS

Bei Buchung aller neun Module bleibt ein zweitägiges Modul unberechnet. Der Zertifikatspreis beträgt dann 1.584,- €.

Bei Vorauszahlung des Gesamtpreises erhalten Sie einen zusätzlichen Rabatt von 5 %: 1.505,- €.

Die Teilnehmer/innen des modularen Weiterbildungsprogramms MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN erhalten ein Zertifikat, wenn sie acht von neun Modulen absolviert haben.

RÜCKTRITT

Sofern kein/e Nachrücker/in den Platz einnimmt, ist ein Rücktritt bis fünf Arbeitstage vor Veranstaltungsbeginn möglich. Der Rücktritt von der Vereinbarung muss schriftlich erfolgen. Bei kostenpflichtigen Veranstaltungen fallen bei einem Rücktritt, soweit nicht ein/e Nachrücker/in den Platz einnimmt, folgende Kosten an:

- Rücktritt bis vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn: Bearbeitungspauschale 20,- €.
- Rücktritt bis 5 Arbeitstage vor Veranstaltungsbeginn: 50% des Teilnahmeentgelts.

Bei Nichtteilnahme ohne vorherigen wirksamen Rücktritt fallen bei kostenpflichtigen Veranstaltungen 100% des Teilnahmeentgeltes an.

DURCHFÜHRUNG

Ein Anspruch auf Durchführung der Veranstaltung besteht nicht. Das Weiterbildungszentrum behält sich Änderungen im Programmablauf und bei den angekündigten Dozentinnen und Dozenten vor. Im Falle einer Absage werden bereits bezahlte Teilnahmeentgelte dann erstattet, wenn ein Ersatztermin nicht möglich ist oder der angebotene Ersatztermin von Ihnen nicht wahrgenommen werden kann. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Kommt eine Veranstaltung aufgrund Nichterreichens der Teilnehmerzahl nicht zustande oder fällt die Veranstaltung aus anderen unvorhergesehenen Gründen aus, werden Sie hierüber umgehend informiert und mögliche bereits gezahlte Entgelte werden unverzüglich zurückerstattet. Ein Anspruch auf Erstattung weiterer Kosten besteht nicht.

AUSSCHLUSS VON DER TEILNAHME

Aus wichtigem Grund (z.B. Zahlungsverzug, Störung der Veranstaltung, Gefährdung Dritter) ist das Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin berechtigt, Teilnehmer/innen von der Teilnahme an Veranstaltungen auszuschließen.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Das Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin haftet nur im Fall von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit für Schäden. Die Haftung ist der Höhe nach begrenzt auf den vorhersehbaren Schaden. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht bei der Verletzung von Gesundheit, Körper oder Leben der Teilnehmerin / des Teilnehmers.

BILDUNGSURLAUB

Die Veranstaltungen sind gemäß Berliner Bildungsurlaubsgesetz (BiUrlG, §11) als Bildungsurlaub anerkannt. Teilnehmer/innen anderer Bundesländer empfehlen wir, sich vor Beantragung eines Bildungsurlaubs bei ihrem zuständigen Bildungsministerium beraten zu lassen.

DATENSCHUTZ

Ihre personenbezogenen Daten werden ausschließlich zum Zweck der Veranstaltungsabwicklung verwendet. Eine Weitergabe an Dritte erfolgt nicht.

ANMELDEFORMULAR

MMV

Frau Herr

Titel

Name, Vorname

Geb. Datum

Ausgeübte Tätigkeit

Dienststelle und Anschrift (oder Privatanschrift)

Tel

Tel mobil

Mail

Hiermit melde ich mich zu folgenden Modulen an:

- MODUL V01: 16./17.2.2017**
Das Museum im Wandel: Strategisches Management
- MODUL V02: 13./14.3.2017**
Kommunikation in einem modernen Museum
- MODUL V03: 18./19.05.2017**
Grundlagen des Museumsmarketing
- MODUL V04: 15./16.06.2017**
Ausstellungsmanagement
- MODUL V05: 10./11./12.7.2017**
Kommunikation, Pressearbeit, Sponsoring und Digitaler Wandel im Museum
- MODUL V06: 20./21./22.09.2017**
Museum & Besucher: Ausstellung / Vermittlung / Kulturelle Bildung
- MODUL V07: 19./20.10.2017**
Finanz- und Kostenmanagement
- MODUL V08: 9./10.11.2017**
Rechtsfragen in Museen
- MODUL V09: 7./8.12.2017**
Qualitätsmanagement / Qualitätssicherung

Bitte beachten Sie auch die Rückseite 

Gewünschte Zahlungsmodalität



**VORAUSZAHLUNG DES GESAMTPREISES
JEDES MODUL SEPARAT**

Ich bin mit der Speicherung meiner Teilnehmerdaten zur Nutzung im Seminarkontext bis auf Widerruf einverstanden.

Die Teilnahmebedingungen auf S. 24-26 erkenne ich an.

Datum

Unterschrift

 Bitte melden Sie sich per Online-Formular über unsere Homepage oder schriftlich per Post, Fax oder Mail an bei:

Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin
Otto-von-Simson-Str. 13
14195 Berlin

Fax: 030 / 838 4514 72

Mail: museen@weiterbildung.fu-berlin.de

ZEITRAUM

Februar - Dezember 2017

VERANSTALTER

Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin

VERANSTALTUNGSORT

Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin
Tagungssaal 1. OG
Otto-von-Simson-Str. 13
14195 Berlin

KOOPERATIONSPARTNER

- Institut für Museumsforschung,
Staatliche Museen zu Berlin –
Stiftung Preußischer Kulturbesitz
- Leuphana Universität Lüneburg
- Fachhochschule Potsdam
- Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
- TU München School of Education

HERAUSGEBER

Das Präsidium der Freien Universität Berlin
Weiterbildungszentrum
Otto-von-Simson-Str. 13
14195 Berlin

KONZEPTION

Prof. Dr. Bernhard Graf
Leiter des Instituts für Museumsforschung,
Stiftung Preußischer Kulturbesitz und
Freie Universität Berlin

VERANTWORTLICH

Christiane Preißler

SACHBEARBEITUNG

Gertrud Ranner

LAYOUT

Karen Olze, Produkt und Grafik Design
Murat Koçyigit

UMSCHLAGFOTO

Besucher im Ägyptischen Hof des Neuen Museums
© bpk | Pierre Adenis

DRUCK

Spreedruck Berlin