WEITERBILDUNGSZENTRUM
der Freien Universität Berlin

# MUSEUMSMANAGEMENT

WEITERBILDUNGSPROGRAMM MIT ZERTIFIKAT FÜR MITARBEITER/INNEN, KURATOREN/KUSTODEN UND FÜHRUNGSKRÄFTE VON MUSEEN

**JANUAR - DEZEMBER 2012**

Freie Universität Berlin

**ZEITRAUM**
Januar - Dezember 2012

**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
- Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
- Leuphana Universität Lüneburg
- Institut für Volkskunde der Universität Hamburg
- Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg
- Fachhochschule Potsdam
- Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
- TU München, School of Education

# MUSEUMSMANAGEMENT

WEITERBILDUNGSPROGRAMM MIT ZERTIFIKAT
FÜR MITARBEITER/INNEN, KURATOREN/KUSTODEN
UND FÜHRUNGSKRÄFTE VON MUSEEN

VORWORT 4

MODULE 6
Modul 1: Das Museum im Wandel: Strategisches Management 6
Modul 2: Kommunikationsprozesse und Führung in einem modernen Museum 10
Modul 3: Museum & Besucher & Kommunikation 11
Modul 4: Grundlagen des Museumsmarketing 12
Modul 5: Finanz- und Kostenmanagement 13
Modul 6: Ausstellungsmanagement 14
Modul 7: Kommunikation und Pressearbeit in Museen 15
Modul 8: Sponsoring in Museen 16
Modul 9: Rechtsfragen in Museen 17
Modul 10: Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung 18

DOZENTENTEAM 19

TEILNAHMEBEDINGUNGEN 21

ANMELDUNG 23

IMPRESSUM 25

## MUSEUMSMANAGEMENT

### EIN NEUES SELBSTVERSTÄNDNIS

Gesellschaftliche Entwicklungen haben seit den 1980er Jahren ein neues Selbstverständnis von Museen hervorgerufen, die die traditionellen Kernaufgaben Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln verändert und erweitert haben, etwa um den Aspekt der Besucherorientierung. Seitdem befinden sich die Museen in einem kontinuierlichen Prozess des Wandels, der durch unterschiedliche Faktoren beeinflusst wird.

### ANFORDERUNGEN KONSTRUKTIV ANNEHMEN

Nicht zuletzt die Krise der öffentlichen Haushalte zwingt die Museen, neue, eigenverantwortliche Wege in der Organisation, der Finanzierung, der Präsentation und Orientierung zu beschreiten. Wie gehe ich mit Erwartungen und Anforderungen von Besuchern und Geldgebern um? Wie finde ich Wege, meine Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit aktiv und konstruktiv wahrzunehmen ohne mich immer lauter werdenden Forderungen nach immer höheren Besucherzahlen und immer schneller wechselnden neuen Attraktionen auf Kosten inhaltlicher Qualität zu beugen?

### KONKURRENZ BEGEGNEN

Die rapide steigende Zahl von Neugründungen in den letzten Jahren, darunter viele Sammlermuseen oder eher kleine Spezialmuseen, verstärkt die Notwendigkeit, dass jedes Museum sein Profil entwickeln und seinen individuellen Weg finden muss. Der Kampf um Besucherköpfe und um begrenzte öffentliche Mittel und Fördergelder nimmt weiter zu. Überzeugende Qualitätskriterien für das eigene Museum – die über die Abstimmung mit den Füssen in Besucherzahlen hinausgehen – können helfen, in der Konkurrenz zu bestehen.

### INSTRUMENTE ERLERNEN

Um diese Herausforderungen erfolgreich annehmen zu können, sind Kenntnisse und Instrumente der betriebswirtschaftlichen Organisation, des Sponsoring, der Effizienzsteigerung und Personalführung und -motivation, der Strategieentwicklung und der Zielgruppenorientierung, des Marketing und des Controlling für die Mitarbeiter/innen der Museen – neben ihren an der Hochschule erworbenen wissenschaftlichen Fachkenntnissen – unerlässlich geworden.

### MANAGEMENT UND NETZWERKE

Das Weiterbildungsprogramm MUSEUMSMANAGEMENT will Mindeststandards für eine Management-Qualifikation setzen und entsprechende Grundkenntnisse praxisnah vermitteln. Das Programm richtet sich an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Museen, an Kustoden/Kuratoren, auch Führungskräfte, die ihre Erfahrungen einbringen und austauschen und die von dem sich bildenden Netzwerk der Teilnehmer/innen auch zukünftig profitieren.

### VIELFALT DER MUSEEN

Sie kommen aus großen, mittleren und sehr kleinen Museen der unterschiedlichsten Art und Zielsetzung: Naturkunde- und Kunstmuseen, Heimat- und Spezialmuseen, Freilicht- und Privatmuseen, Landes- und Kommunalmuseen – entsprechend der Verschiedenheit der zur Zeit etwa 6.000 Museen in Deutschland. Die Bedürfnisse sind unterschiedlich. Unser Ziel ist es, in dem Seminarprogramm auf diese Interessen einzugehen, sie zu bündeln und zu berücksichtigen.

### EXKURSIONEN UND EXPERTENGESPRÄCHE

Exkursionen in die Museen hier vor Ort mit Expertengesprächen zu dem jeweiligen Thema ergänzen einzelne Module. Sie finden jeweils am Abend des ersten Seminartages statt und sollen sowohl einen Einblick in die Berliner Museumslandschaft geben, als auch die Praxisbezüge des Seminars vertiefen.

### THEORIE UND PRAXIS MIT ZERTIFIKAT

Die Dozent/innen des Programms sind Wissenschaftler und Praktiker aus verschiedenen deutschen Hochschulen und Museen sowie dem Institut für Museumsforschung. Sie gewährleisten einen engen Praxisbezug, der sich in Fallstudien und praxisnahen Übungen niederschlägt. Die Weiterbildung Museumsmanagement ist ein modular gegliedertes Programm mit zehn jeweils zwei- bis dreitägigen Seminaren. Wer an mindestens neun von zehn Modulen teilgenommen hat, erhält ein Zertifikat.

*Christiane Preißler*
*Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin*

## MODUL 1

**DAS MUSEUM IM WANDEL: STRATEGISCHES MANAGEMENT**

**Dozenten: Prof. Dr. Bernhard Graf, Prof. Dr. Volker Kirchberg, Prof. Dr. Rolf Wiese, Jörn Brunotte, Dr. Peter Lummel, Dr. Udo Gößwald**

3 Termine (13 Dstd.): Mo/Di/Mi, 16./17./18.1.2012

Mo, 10.00 - 17.00 Uhr/Di, 9.00 - 18.30 Uhr/Mi, 9.00 - 16.00 Uhr

**SCHWERPUNKTE**

- Die Museumslandschaft in Deutschland
- Paradigmenwechsel: Aufgabenveränderung im Museum
- Selbstverständnis und Rollenwandel der Museumsmitarbeiter
- Museumsstrategie und Leitbild
- Neue Aufgaben
- Fokus Kunde: Bestandsaufnahme – IST-Zustand
- Finanzierung und Alternativen
- Die Sammlung als Managementinstrument

## TAG 1

### STRATEGISCHES MANAGEMENT / TEIL 1

**Dozent: Prof. Dr. Bernhard Graf**

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 Sammelns, 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 entweder 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.

### STRATEGISCHES MANAGEMENT / TEIL 2

**Dozent: Prof. Dr. Volker Kirchberg**

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 Beiträge zum Public Understanding leisten.

*Mo, 16.1.2012, 18.00 Uhr, Social Event:*
*Buffet im Beduinenzelt im Ethnologischen Museum Berlin-Dahlem*

## TAG 2

### STRATEGISCHES MANAGEMENT / TEIL 3

**DIE SAMMLUNG ALS MANAGEMENTINSTRUMENT**

**Dozenten: Jörn Brunotte, Dr. Peter Lummel, Dr. Udo Gößwald**

Die Sammlung bildet den Kern des Museums. Unter dem Trend einer ständig wachsenden Zahl von Wechselausstellungen 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 Probleme:

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

Nach dieser überblicksartigen Einführung schildern zwei ausgewiesene Experten aus zwei verschiedenen Berliner Museen ihre Sichtweise. Nach den Statements aus der Praxis gibt es jeweils Gelegenheit für Nachfrage und Diskussion.

*Di, 17.1.2012, 17.00 - 18.30 Uhr, Exkursion und Expertengespräch: Besuch des Museums Neukölln, Gespräch mit Dr. Udo Gößwald, Leiter*

## TAG 3

### STRATEGISCHES MANAGEMENT / TEIL 4

**Dozent: Prof. Dr. Rolf Wiese**

„Strategisches Management“ hat bisher in vielen Museen eher eine untergeordnete Rolle gespielt. Überlegungen zur langfristigen Ausrichtung von Museen, die Erarbeitung eines Leitbildes und einer Vision sind für viele Museen noch nicht alltäglicher Teil der Managementarbeit. Dementsprechend wird dem Bereich der Zielfindung oft viel zu wenig Beachtung geschenkt.

Entsprechend den musealen Kernaufgaben „Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln“ gilt es für viele Museen die inneren Aufgaben (Zielkontrolle) und die Vermittlung zu definieren (Zielgruppen). Dabei sind Zielsysteme zu erarbeiten, die zeitliche und inhaltliche Hierarchien bis hin zur Jahresplanung einzelner Mitarbeiter/innen beinhalten. Auch der Aspekt von Zielerreichungsprämien ist hierbei zu berücksichtigen. Vermittelt werden soll in diesem Modul auch der enge Zusammenhang zwischen Zielinhalten und dem Instrument der Planung, die für die Realisierung gesetzter Ziele grundlegende Voraussetzung ist.

Museen konkurrieren nicht unbedingt nur um Besucher. Jedes Museum, jede Museumsart hat ihr ganz spezielles Publikum, das sich nach den Erkenntnissen der Lebensstil-Forschung in Zielgruppen einteilen lässt. Im Anwachsen der Zahl von Museen wird nicht unbedingt ein Nachteil, sondern unter bestimmten Voraussetzungen sogar eine Chance zur Differenzierung und Profilierung von Museen und Museumsangeboten gesehen. Museen konkurrieren aber insbesondere um die Fördermittel zur Erfüllung ihrer Aufgaben. Hier kommt der Einführung von Qualitätskriterien als Grundlage für öffentliche Förderung besondere Bedeutung zu.

## MODUL 2

**KOMMUNIKATIONSPROZESSE UND FÜHRUNG IN EINEM MODERNEN MUSEUM**

**Dozent/in: Pascale Meyer, N. N.**

2 Termine (8 Dstd.): Mo/Di, 20./21.2.2012

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

Kommunikation bildet die Basis für optimale Geschäftsabläufe und ein wirkungsvolles Arbeiten. Im Seminar werden Sie Kommunikationsstrukturen genauer betrachten, eigene Kommunikations- und Führungsmuster reflektieren sowie Ihre diesbezüglichen Kompetenzen erweitern.
Vor allem gilt es auch die Besonderheiten Ihrer Führungsrolle bei Kommunikationsprozessen zu beleuchten. Im Zentrum steht hierbei die Frage, wie Sie als Führungskraft mit den unterschiedlichen Mitarbeitern/innen kommunizieren können, damit die gesteckten Ziele erreicht werden.

Basierend auf Beispielen aus Ihrem Arbeitskontext erweitern Sie Ihr Handlungsspektrum in der Kommunikation als Führungskraft.

Als methodische Ansätze dienen hierfür:
Theoretischer Input wie z. B.
- Das 4 Ohren-Modell
- Paraphrasieren
- Wertschätzende Kommunikation
- Umgang mit Killerphrasen
- Ressourcenorientierte Fragetechniken
  Kleingruppenübungen, Rollenübungen, Reflexion von Alltagssituationen,....

## MODUL 3

**MUSEUM & BESUCHER & KOMMUNIKATION**

**Dozentinnen: Prof. Nicola Lepp, Prof. Dr. Annette Noschka-Roos, Beate Gorges, Claudia Schuster (angefragt), Maren Ziese**

3 Termine (13 Dstd.): Mi/Do/Fr, 21./22./23.3.2012

Mi, 10.00 - 19.30 Uhr/Do, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

Die Ausstellung ist das zentrale Medium, über das das Museum mit seinen Besuchern kommuniziert: Doch wie kommunizieren Ausstellungen eigentlich? Welche Medien und Methoden bestimmen die Kommunikation in einer Ausstellung? Wir verfügen heute über ein breites Spektrum an besucherorientierten Formaten von Medien und personalen Vermittlungsangeboten, durch die diese Kommunikation gefördert wird; diese haben sich in jüngster Zeit in differenzierter Form herausgebildet – ausstellungsintegriert wie ausstellungsbegleitend. Welchen Regeln und Methoden sie folgen und die sammlungsübergreifenden Gemeinsamkeiten, sind Thema des Seminars.
Im Zentrum steht die theoretische wie praktische Auseinandersetzung mit Kommunikationsprozessen in Ausstellungen, die aus der doppelten Perspektive von ausstellungsintegrierten und austellungsbegleitenden Formaten betrachtet werden. Am ersten Tag wird nach einer einleitenden Erkundung im Ethnologischen Museum zu verschiedenen musealen Ausstellungsformen vertiefend über die Rolle von Objekt – Text – Raum – Medium für die Ausstellungskommunikation referiert sowie ein Überblick über den gegenwärtigen Stand besucherorientierter Konzepte gegeben. Der zweite Tag führt in ein technikgeschichtliches Museum, in dem anschaulich Ansätze der Ausstellungsregie mit ausstellungsintegriertem Medieneinsatz vorgestellt werden sowie Besucherforschungsbefunde, die dazu vorliegen. Am dritten Tag rücken in vergleichender Form personale und mediale Vermittlungsformate in den Blick, die in Kunstmuseen Einsatz finden.
Die Exkursionen zu sammlungsübergreifenden Best-practice-Beispielen unterstützen dabei anschaulich die theoretische Analyse von Regeln und Methoden für die museale Ausstellungs- und Vermittlungspraxis. Diskussionen und Workshops bieten Gelegenheit, die entwickelten Kategorien einer besucherorientierten Ausstellungskommunikation anzuwenden und zu vertiefen.

*Mi, 21.3.2012, 18.00 - 19.30 Uhr, Exkursion und Expertengespräch: Besuch einer aktuellen Ausstellung*

## MODUL 4

**GRUNDLAGEN DES MUSEUMSMARKETING**

**Dozent: Prof. Dr. Bernd Günter**

2 Termine (8 Dstd.): Do/Fr, 10./11.5.2012

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

Mehr denn je müssen sich Museen und andere Kulturbetriebe der Methoden und Instrumente des Marketing bedienen: Die öffentlichen Mittel werden immer knapper, die Freizeit- und Erlebniskonkurrenz wird immer stärker, der gesellschaftliche Druck immer größer und auch die Besucher werden immer anspruchsvoller, mobiler und kritischer. Mit dem Einsatz des Marketing und der damit verbundenen Planung, Koordination und Kontrolle aller auf aktuelle und potenzielle Märkte ausgerichteten Aktivitäten sowie der nachhaltigen Orientierung an den Bedürfnissen der relevanten Zielgruppen (Besucher, Sponsoren etc.) lassen sich die Ziele von Museen aber auch in diesen schwierigen Zeiten verwirklichen. Ziel des Seminars ist es, die verschiedenen Facetten des Marketing herauszuarbeiten und anhand von aktuellen Beispielen und konkreten Fragestellungen anwendungsbezogen zu vertiefen.

**SCHWERPUNKTE**

- Begriff und Aufgaben des Museumsmarketing
- Wettbewerbsvorteile, Besucherorientierung und -bindung,
- Besucherforschung und Nicht-Besucherforschung
- Ziele, Strategien und Instrumente des Museumsmarketing
- Koordination und Steuerung des Museumsmarketing

## MODUL 5

**FINANZ- UND KOSTENMANAGEMENT**

**Dozenten: Prof. Dr. Oliver Rump, Uwe Hanf, Dr. Robert Knappe**

2 Termine (9 Dstd.): Do/Fr, 7./8.6.2012

Do, 10.00 - 19.30 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 Beratern. Fallbeispiele, praktische Übungen sowie Fragen und Beispiele aus der Praxis der Teilnehmenden ergänzen das Seminar.

*Do, 7.6.2012, 17.30 - 19.30 Uhr, Exkursion und Expertengespräch: Besuch der Berlinischen Galerie und Gespräch mit Dr. Robert Knappe, Verwaltungsdirektor*

## MODUL 6

**AUSSTELLUNGSMANAGEMENT**

**Dozent/in: Prof. Nicola Lepp, Ingo Plato**

2 Termine (9 Dstd.): Do/Fr, 28./29.6.2012

Do, 10.00 - 19.30 Uhr/Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

Ausstellungen sind in den letzten Jahren zu einem wichtigen Ausweis erfolgreicher Museumsarbeit geworden. 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 Regie, die Szenografie und das Management. Für gute Konzepte und ein qualitätsvolles 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 nach einer Einführung in die spezifische Medialität von Ausstellungen und beispielhaften Einblicken in Konzeptionierung und Regie, die unterschiedlichen Phasen der Ausstellungsrealisierung vorgestellt und im Gespräch auf laufende Projekte der Teilnehmer/innen bezogen. Der zweite Tag nimmt Konzeption und Management aus der Perspektive der Ausstellungsgestaltung in den Blick und fragt nach den Voraussetzungen und Bedingungen für eine qualitätvolle Gestaltung und Realisierung. Einzelne Instrumente des Ausstellungsmanagements werden im Verlauf des Seminars in praktischen Übungen erarbeitet: Projektstruktur- und Zeitpläne sowie die Leistungsbeschreibung für eine potentielle Ausstellungsgestaltung.

*Do, 28.6.2012, 18.00 - 19.30 Uhr, Exkursion und Expertengespräch: Besuch einer aktuellen Wechselausstellung in Berlin*

## MODUL 7

**KOMMUNIKATION UND PRESSEARBEIT IN MUSEEN**

**Dozent: Jörn Brunotte**

2 Termine (8 Dstd.): Mo/Di, 3./4.9.2012

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

Museen brauchen Öffentlichkeit. Von entscheidender Bedeutung für die Zukunft des Museums ist seine Wahrnehmung in den Medien und der Öffentlichkeit. Dazu bedarf es sowohl einer geeigneten Kommunikationsstrategie als auch effizienter Maßnahmen und Instrumente. Aus diesem Grund gibt der 1. Teil des Seminars eine Einführung in die strategische Ausrichtung und taktische Umsetzung der Museumskommunikation innerhalb des Marketing-Managementprozesses. Auf der Basis einer Situationsanalyse werden die notwendigen Schritte zur Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes erläutert und anhand eines praktischen Beispiels konkret angewendet. Mit einem Überblick über die Mittel und Instrumentarien der Wirkungskontrolle endet der 1. Seminartag.

Am 2. Seminartag geht es um die Arbeit mit der Presse und den Medien. 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? Diese Fragen wollen wir im Seminar beantworten. Wir werden Ihnen unter anderem Methoden und Strategien wie die Vorbereitung von Meldungen und Materialien für die Presse, die effiziente Suche nach den passenden Journalisten, der Aufbau und die Pflege eines Pressenetzes oder die Vorbereitung und Durchführung einer Pressekonferenz vorstellen. Praxisbeispiele und eigene Übungen zu diesen Schwerpunkten werden das Seminar ergänzen.

## MODUL 8

**SPONSORING IN MUSEEN**

**Dozent: Jörn Brunotte**

2 Termine (8 Dstd.): Mo/Di, 15./16.10.2012

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

Museen sind zunehmend gehalten, Drittmittel zu akquirieren. Die Anbahnung einer erfolgreichen Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Museen und die Beschaffung von Geld ist eine große Herausforderung für die Kulturinstitutionen.

In diesem Seminar sollen die Grundlagen einer (erfolgreichen) Sponsoringstrategie vorgestellt werden. Dabei gehen wir sehr praxisorientiert einer Vielzahl von Fragen nach, etwa:

- Wie wird eine Institution attraktiv für Partner aus der
- Wirtschaft?
- Welche Angebote sind interessant für Sponsoren?
- Wie lassen sich diese Produkte mit der eigentlichen Aufgabe
- der Institution in Einklang bringen?

In welchen konkreten Handlungsmustern wird aus einer passiven Kulturverwaltung ein offensives Kulturmanagement und letztendlich: 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? Im Seminar werden Sie mit den Möglichkeiten und Grenzen des Sponsorings vertraut gemacht:

- Abgrenzung zum Fundraising
- Sponsorensuche bzw. Ausschlusskriterien
- Ansprache möglicher Sponsoren
- Sponsorenbrief
- Vertragsgestaltung

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

## MODUL 9

**RECHTSFRAGEN IN MUSEEN**

**Dozent/innen: Carola Thielecke, Börries von Notz, Prof. Dr. Matthias Wemhoff**

2 Termine (9 Dstd.): Mo/Di, 12./13.11.2012

Mo, 10.00 - 19.30 Uhr/Di, 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 Museumsarbeit. Von zentraler Bedeutung sind dabei die rechtlichen Fragen im Zusammenhang mit dem Erwerb von Museumsgut, dem Urheberrecht, dem Hausrecht, dem Arbeitsrecht der öffentlichen Hand und dem 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.

**SCHWERPUNKTE**

Tag 1
- Vertragsrecht beim Erwerb von Museumsgut (Kauf, Leihe, Schenkung)
- Versicherungsrecht
- Urheberrecht einschließlich der Markenrechtlichen Bezüge

Tag 2
- 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

*Mo, 12.11.2012, 17.30 - 19.30 Uhr, Exkursion und Expertengespräch: Besuch des Museums für Vor- und Frühgeschichte im Neuen Museum, Staatliche Museen zu Berlin, und Gespräch mit Prof. Dr. Matthias Wemhoff, Direktor*

## MODUL 10

**QUALITÄTSMANAGEMENT UND QUALITÄTSSICHERUNG**

**Dozent/innen: Dr. Anja Dauschek, Bettina Scheeder, Dr. Ferdinand Damaschun**

2 Termine (9 Dstd.): Mo/Di, 10./11.12.2012

Mo, 10.00 - 19.30 Uhr/Di, 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).

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.

*Mo, 10.12.2012, 18.00 - 19.30 Uhr, Exkursion und Expertengespräch: Besuch des Museums für Naturkunde und Gespräch zum Thema „Barrierefreiheit" mit Dr. Ferdinand Damaschun, Amtierender Generaldirektor*



## DOZENTENTEAM

### KONZEPTION

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

### DOZENTINNEN UND DOZENTEN

**Jörn Brunotte M.A.**
:beramus – Museumsberatung Berlin und
Culture to go – mobile digital Kulturführungen, Geschäftsführer

**Dr. Anja Dauschek**
Planungsstab Stadtmuseum Stuttgart, Leiterin

**Prof. Dr. Bernhard Graf**
s.o.

**Prof. Dr. Bernd Günter**
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf,
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre/Marketing

**Uwe Hanf**
Fachhochschule Potsdam, Studiengang Kulturarbeit

**Prof. Dr. Volker Kirchberg**
Leuphana Universität Lüneburg,
Lehrstuhl für Kulturvermittlung und Kulturorganisation

**Prof. Nicola Lepp**
Praxis für Ausstellungen und Theorie, Berlin
(Hürlimann I Lepp I Tyradellis)

**Dr. Peter Lummel**
Stiftung Domäne Dahlem, Landgut und Museum, Museumsdirektor

**Pascale Meyer**
PASCALE MEYER Organisations- & Personalentwicklung, Berlin

**Prof. Dr. Annette Noschka-Roos**
TUM School of Education und Deutsches Museum München, Hauptabteilung Bildung

**Ingo Plato**
Architekt BDA, res d, Köln

**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 Justiziariat

**Börries von Notz**
Stiftung Jüdisches Museum Berlin, Verwaltungsdirektor

**Prof. Dr. Rolf Wiese**
Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg und Universität Hamburg

## GASTDOZENTEN

**Beate Gorges**
Atelier Bunter Jakob an der Berlinischen Galerie, Künstl. Leitung

**Claudia Schuster**
Deutsches Technikmuseum Berlin

**Maren Ziese**
Kunsthistorikerin und Museumswissenschaftlerin

## BEI EXPERTEN ZU GAST

**Dr. Ferdinand Damaschun**
Museum für Naturkunde, Berlin, Amtierender Generaldirektor

**Dr. Udo Gößwald**
Museum Neukölln, Berlin, Leiter

**Dr. Robert Knappe**
Berlinische Galerie, Verwaltungsdirektor

**Prof. Dr. Matthias Wemhoff**
Museum für Vor- und Frühgeschichte, Staatliche Museen zu Berlin, Direktor



# TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die Absolventen/innen des modularisierten Weiterbildungsprogramms MUSEUMSMANAGEMENT erhalten ein Zertifikat, wenn sie neun von zehn Modulen belegt haben. Der Besuch einzelner Seminare ist möglich, wenn ausreichend Plätze vorhanden sind.

## ANMELDUNG

Bitte melden Sie sich schriftlich per Post, Fax oder E-Mail an. Gehen mehr Anmeldungen ein als Plätze vorhanden sind, zählt der chronologische Eingang. Beachten Sie hierzu bitte, dass Anmeldungen für das gesamte Weiterbildungspaket bevorzugt aufgenommen werden. Die Teilnahme an einzelnen Modulen ist nur möglich, soweit nach der Berücksichtigung aller Anmeldungen für das komplette Programm noch freie Plätze vorhanden sind.

## BESTÄTIGUNG

Nach Eingang Ihrer Anmeldung im Weiterbildungszentrum erhalten Sie von uns eine Eingangsbestätigung per E-Mail. Sobald wir die Mindestteilnehmerzahl für die gesamte Weiterbildung erreicht haben, können wir Teilnahmebestätigungen inkl. der Zahlungsmodalitäten verschicken.

## TEILNAHMEGEBÜHR

**PRO TAG:** 110,- €
d.h.: **MODUL 1, 3**: je 330,- € / **MODUL 2, 4 - 10**: je 220,- €

## ZERTIFIKATSPREIS

Bei Buchung aller Module bleibt 1 Modul unberechnet.
Der Zertifikatspreis beträgt dann 2.200,- € (anstatt 2.420,- €).
Für Arbeitslose kostet das Weiterbildungsprogramm mit Zertifikat 1.210,- €. Bei Einzelmodulen beträgt der Rabatt 50 %.

## FRÜHBUCHERRABATT

Bei einer Buchung bis zum 30. November 2011 ermäßigt sich der Gesamtpreis um 5 %, das heißt bei Zertifikatsbuchung auf 2.090,- € (anstatt 2.200,- €).

## BILDUNGSURLAUB

Das Weiterbildungsprogramm MUSEUMSMANAGEMENT wird als Bildungsurlaub gem. § 11 (1) S. 1 BiUrlG i. V. m. § 1 (4) BiUrlG anerkannt. Eine entsprechende Bestätigung für Ihren Arbeitgeber schicken wir Ihnen auf Anfrage zu.

## ABSAGE

Das Weiterbildungszentrum behält sich vor, ein Seminar aus wichtigen Gründen auch nach erfolgter Anmeldebestätigung abzusagen. Wichtige Gründe sind insbesondere eine deutlich geringe Zahl von Teilnehmer/innen sowie ein krankheitsbedingter Ausfall von Dozenten/innen. Über eine Rückerstattung von bereits entrichteten Kursgebühren hinaus sind weitere Ansprüche gegenüber der Freien Universität Berlin ausgeschlossen.

## RÜCKTRITT

Erfolgt der Rücktritt von einem verbindlich gebuchten Seminar innerhalb von 14 Tagen vor dem Seminartermin, werden 50% der Teilnahmegebühr fällig, sofern kein Nachrücker gefunden wird. Bei einer kurzfristigen Absage aus Krankheitsgründen werden nach Vorlage der Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung keine Kosten fällig.



## ANMELDEFORMULAR

☐ Frau ☐ Herr

Name, Vorname .....

Ausgeübte Tätigkeit .....

Dienststelle und Anschrift (oder Privatanschrift) .....

.....

Tel beruflich ..... privat .....

Tel mobil .....

Mail .....

Hiermit melde ich mich zu folgenden Modulen an:

☐ **MODUL 1: 16./17./18.1.2012**
Das Museum im Wandel: Strategisches Management

☐ **MODUL 2: 20./21.2.2012**
Kommunikationsprozesse und Führung in einem modernen Museum

☐ **MODUL 3: 21./22./23.3.2012**
Museum & Besucher & Kommunikation

☐ **MODUL 4: 10./11.5.2012**
Grundlagen des Museumsmarketing

☐ **MODUL 5: 7./8.6.2012**
Finanz- und Kostenmanagement

☐ **MODUL 6: 28./29.6.2012**
Ausstellungsmanagement

☐ **MODUL 7: 3./4.9.2012**
Kommunikation und Pressearbeit in Museen

☐ **MODUL 8: 15./16.10.2012**
Sponsoring in Museen

☐ **MODUL 9: 12./13.11.2012**
Rechtsfragen in Museen

☐ **MODUL 10: 10./11.12.2012**
Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung

*Bitte beachten Sie auch die Rückseite* →

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

Datum Unterschrift

☞ *Bitte melden Sie sich schriftlich per Post, Fax oder Mail an:*

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

*Fax: 030 / 838 513 96 / 97*

*Mail: gertrud.ranner@weiterbildung.fu-berlin.de*



## IMPRESSUM

**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 Universtität Berlin

**VERANTWORTLICH**
Christiane Preißler

**SACHBEARBEITUNG**
Gertrud Ranner

**LAYOUT**
Karen Olze, Produkt und Grafik Design
Murat Koçyigit

**UMSCHLAGFOTO**
Bode-Museum
Große Kuppel mit Reiterstandbild Großer Kurfürst
SMB, Skulpturensammlung
Fotograf: Maximilian Meisse
c Staatliche Museen zu Berlin

**DRUCK**
Spreedruck Berlin

**MUSEUMSMANAGEMENT**

Museen haben seit den 1980er Jahren ein neues Selbstverständnis entwickelt, das die traditionellen Kernaufgaben Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln verändert und erweitert hat. Nicht zuletzt die Krise der öffentlichen Haushalte zwingt die Museen, neue, eigenverantwortliche Wege in der Organisation, der Finanzierung, ihrer Profilierung und Präsentation zu beschreiten. Das Weiterbildungsprogramm MUSEUMSMANAGEMENT will Mindeststandards für eine Management-Qualifikation setzen und entsprechende Grundkenntnisse praxisnah vermitteln.

Es richtet sich an Mitarbeiter/innen von Museen aller Sparten, an Kuratoren/Kustoden, auch Führungskräfte, die ihre Erfahrungen einbringen und austauschen und von dem sich bildenden Netzwerk der Teilnehmer/innen auch zukünftig profitieren wollen.

**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@weiterbildung.fu-berlin.de

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

www. fu-berlin.de/weiterbildung