

»Kulturwissenschaften« an der Universität Leipzig

Profil

Im Zentrum von Lehre und Forschung des Studiengangs Kulturwissenschaften steht die Analyse der Kultur moderner Gesellschaften vom 19. Jahrhundert bis zur Gegenwart. Ausgehend von einer eingehenden Beschäftigung mit den spezifischen Merkmalen und Entwicklungen der deutschen Kultur werden diese im Verlaufe des Studiums unter einer *komparativen* Perspektive in Beziehung gesetzt zu Kulturen anderer west- und osteuropäischer Länder. Wir gehen des weiteren davon aus, dass sich so komplexe Phänomene wie Kulturen nicht hinreichend unter einer einzelnen fachspezifischen Perspektive analysieren lassen. Insofern ist der Studiengang Kulturwissenschaften in Leipzig *interdisziplinär* ausgerichtet. Die Fächer *Kulturphilosophie*, *Kulturgeschichte*, und *Kultursoziologie* sind die drei beteiligten akademischen Disziplinen; sie beleuchten aus ihrer je spezifischen Perspektive die Merkmale, Strukturen und Entwicklungspfade moderner Kulturen und vermitteln Studenten substantielles Grundwissen über verschiedene europäische Kulturen, aber vor allem analytische Fähigkeiten, die Entstehung, Veränderung und Auflösung von Symbolwelten von Gesellschaften verstehen und erklären zu können. Dieser Struktur des kulturwissenschaftlichen Studiengangs widerspricht es nicht, dass diesem zugleich eine (berufs-)praktische Orientierung zu eigen ist. In dem

vierten Bereich des Studiengangs, dem Bereich »*Kulturmanagement und Kulturvermittlung*« wird betriebswirtschaftliches, organisatorisches und rechtliches Wissen der Kulturproduktion und des Kulturtransfers vermittelt. Damit die in diesem Bereich vermittelten Kenntnisse nicht allein theoretische Trockenübungen bleiben, führt das Institut für Kulturwissenschaften zusammen mit Praktikern aus den Kulturinstitutionen Lehrveranstaltungen durch. Zudem sind die

Studenten verpflichtet, während ihres Studiums ein längeres Praktikum bei Kulturverwaltungen und Kulturbetrieben zu absolvieren. Diese Praktika dienen nicht nur der Vermittlung angewandten Wissens, sondern auch der Kontaktaufnahme zu möglichen späteren Berufsfeldern.

Aufbau des Studiums

Kulturwissenschaften in Leipzig kann man als Haupt- oder Nebenfach studieren (in Ver-

de im *Nebenfach* Kulturwissenschaften studieren bereits im Grundstudium schwerpunktmäßig allein zwei der vier Bereiche.

Vorraussetzungen und Bewerbung

Voraussetzung für ein Studium der Kulturwissenschaften ist die Hochschulreife und die Kenntnis zweier Fremdsprachen. »Kulturwissenschaften« in Leipzig ist ein (mit über 1000 Studierenden im Haupt- und Nebenfach und einer relativ geringen Personalausstattung) überlaufener Studiengang. Aufgrund der hohen Nachfrage gibt es eine Zulassungsbeschränkung (örtlicher Numerus clausus). Die für eine Zulassung notwendige Abiturdurchschnittsnote schwankt von Jahr zu Jahr und lag in den vergangenen Jahren ca. bei 1,8. Der interdisziplinäre und komparative Aufbau des Studiums verlangt von den Studierenden eine überdurchschnittliche Arbeitsbereitschaft. Studienbeginn für Studienanfänger ist jeweils das Wintersemester. Bewerbungen sind an die Universität Leipzig zu richten.

Berufsperspektiven

Es gibt Studiengänge (z.B. Medizin), die unmittelbar auf einen spezifischen Beruf hin ausgerichtet sind. Der Studiengang Kulturwissenschaften in Leipzig ist in diesem Sinne kein berufsqualifizierender Studiengang. Während des Studiums werden hingegen generalisierbare Kompetenzen vermittelt, die in unterschiedlichen Berufsfeldern verwertbar sind. Die komparative Orientierung des Studiums macht die Studierenden mit der Relativität von Kulturen und Bedeutungen vertraut und setzt sie in die Lage, andere Kulturen mit ihren besonderen Werten und Symbolsystemen zu verstehen, um auf dieser Basis handeln und entscheiden zu können; eine nach unserer Ansicht gute Ausbildungsvoraussetzung für die berufli-

A. Kulturphilosophie und Ästhetik

Geschichte des ästhetischen Denkens
Moderne und postmoderne Ästhetik
Geschichte der Kulturphilosophie
Kulturphilosophische Grundbegriffe
Klassiker der Kulturphilosophie: Simmel, Cassirer

B. Vergleichende Kultur- und Gesellschaftsgeschichte

Deutsche Kulturgeschichte seit der Aufklärung
Vergleichende europäische Gesellschafts- und Kulturgeschichte
Geschichts- und Erinnerungskultur
Konsumgeschichte
Geschichte des geistigen Eigentums
Geschichte der Kulturpolitik

C. Kultursoziologie

Methoden der empirischen Sozialforschung
Kultursoziologische Theorien
Westliche Kulturen im Vergleich
Transnationalisierung von Kultur
Klassen, Schichten und Kultur

D. Kulturmanagement und Kulturvermittlung

Kulturmarketing
Controlling in Kulturbetrieben
Kulturfinanzierung
Kunst und Wirtschaft: Kulturökonomie
Recht für Kulturwissenschaftler

bindung mit anderen Nebenfächern bzw. einem Hauptfach) und mit dem Magister Artium abschließen. Die Regelstudienzeit beträgt neun Semester, die Zwischenprüfung wird in der Regel nach dem vierten Semester abgelegt. Das Studium gliedert sich in vier Bereiche mit jeweiligen Schwerpunktsetzungen (s. Kasten). Studierende im *Hauptfach* Kulturwissenschaften studieren im Grundstudium alle vier Bereiche (A-D) und können sich im Hauptstudium auf zwei Bereiche schwerpunktmäßig konzentrieren. Studieren-

chen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Zudem werden in dem Bereich »Kulturmanagement und Kulturvermittlung« den Studierenden volkswirtschaftliche, betriebswirtschaftliche und organisationssoziologische Kenntnisse vermittelt, die Berufszugänge in den Arbeitsfeldern Kulturverwaltung, Kulturproduktion und Kulturvermittlung ermöglichen.

Forschungen

Das Institut für Kulturwissenschaften ist ein sehr forschungsaktives Institut mit einer Vielzahl von Drittmittelprojekten (Deutsche Forschungsgemeinschaft, Thyssen-Stiftung,

VW-Stiftung u.a.) und einer Vielzahl von Veröffentlichungen (siehe Homepage: (www.uni-leipzig.de/~kuwi/)): Im Bereich der Kulturphilosophie und Ästhetik finden Forschungen zum Werk von Ernst Cassirer und Georg Simmel statt; im Bereich der Kulturgeschichte liegen die Schwerpunkte der Forschungen im Bereich der Konsumgeschichte, der Geschichte des geistigen Eigentums, der Kulturpolitik und der akademischen Berufe in Europa. Kulturoziologische Forschungen konzentrieren sich auf die Analyse des Kulturwandels der Bundesrepublik und den Vergleich zwischen europäischen Ländern und den USA; im Bereich Kulturmana-

gement und Kulturvermittlung haben wir eine Vielzahl von Besucheranalysen von Kultureinrichtungen durchgeführt.

Prof. Dr. Jürgen Gerhards

Kontakt und Informationen

Institut für Kulturwissenschaften
Universität Leipzig
Burgstraße 21
04109 Leipzig
Telefon: 0341/9735670;
(www.uni-leipzig.de/~kuwi/)
Studienberatung: Dr. Harald Homann,
Tel: 0341/9735670;
Homann@rz.uni-leipzig.de

■ Kulturvermittlung als Beruf

Ergebnisse einer Befragung von Absolventen des Studiengangs »Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis« der Universität Hildesheim

Studium für ein Berufsfeld im Wandel

Das Berufsfeld »Kultur« befindet sich im ständigen Wandel. Der kulturelle Arbeitsmarkt ist in extremer Weise unübersichtlich. Es gibt kaum feste Berufsbezeichnungen, kaum reglementierte Berufszugänge. Lebenslange Angestelltenverhältnisse sind die Ausnahme. Hauptberuf, Nebenberuf, Ehrenamt und Freizeit gehen oft nahtlos ineinander über. Es entstehen ständig neue kulturelle Dienstleistungen. Im Unterschied zu künstlerischen Berufen sind Berufe in den Bereichen Kulturvermittlung, Kulturpädagogik und Kulturmanagement eher jüngeren Datums. Ihre Entstehung ist eng verknüpft mit der gesellschaftlichen Neubewertung des Kunst- und Kulturbegriffs seit den 60er Jahren, mit Forderungen von »Kultur für alle« und ihrer Umsetzung in vielen neuen Kulturinitiativen, später dann mit der Entdeckung von Kultur als Image- und Wirtschaftsfaktor und der zunehmenden Professionalisierung kultureller Dienstleistungen.

Der Hildesheimer Studiengang Kulturpädagogik ist inzwischen 20 Jahre alt. Gegründet wurde er Ende der 70er Jahre als akademische Reaktion auf die vielen kulturpädagogischen Praxisinitiativen, die im Reformeifer der Neuen Kulturpolitik überall entstanden. Seit zwei Jahren trägt der Hildesheimer Studiengang den Namen »Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis«, um dem eher negativen Image, das dem Begriff der Pädagogik inzwischen anhaftet, zu entgehen und die Verwechslung mit Lehramtsstudiengängen zu vermeiden, vor allem aber

um endlich auch in der Bezeichnung auf sein besonderes ästhetisches Profil hinzuweisen. Das Hildesheimer Konzept, Kunst und Kultur zugleich wissenschaftlich zu fundieren und zu reflektieren wie künstlerisch-praktisch zu erfahren, ist nach wie vor deutschlandweit einzigartig. Auf das Berufsziel der Kulturvermittlung im weitesten Sinne wird durch eigene künstlerische Praxis in mehreren Disziplinen bei gleichzeitigem Studium in den Kunst- und Kulturwissenschaften vorbereitet. Was als außergewöhnlicher Modellversuch begann, hat sich inzwischen in der Studien- und Berufslandschaft erfolgreich etabliert, was u.a. die große Nachfrage nach Studienplätzen sowie nach Praktikanten aus dem Studiengang zeigt. Inwiefern hat sich das Hildesheimer Modell auch in der Berufspraxis bewährt?

Im vergangenen Jahr wurde erstmalig eine breit angelegte Erhebung über den Berufseinstieg und die Karrieren der Absolventinnen und Absolventen durchgeführt mit dem Ziel, Rückmeldungen und Anregungen aus der Praxis zu erhalten.

Der Hildesheimer Studiengang ist der größte und der älteste interdisziplinäre kulturwissenschaftliche Studiengang Deutschlands. Insofern dürften die Ergebnisse dieser Absolventenbefragung für den Arbeitsmarkt Kunst- und Kulturvermittlung insgesamt relevant sein, zumal es bisher die einzige Absolventenuntersuchung eines kulturwissenschaftlichen Studiengangs in Deutschland ist.

Bei der Recherche und Aktualisierung der

Adressen von Ehemaligen erwies sich die hohe Mobilität auf dem kulturellen Arbeitsmarkt als erhebliches Problem. Schließlich konnten von den bislang ca. 1000 Absolventen des Studiengangs 840 ausfindig gemacht werden; 336 von ihnen, das sind 40 %, antworteten, was für schriftliche Befragungen ein zufriedenstellender Rücklauf ist. Befragt wurden die Ehemaligen zu ihrer Berufstätigkeit, zu ihrem Einstieg in den Arbeitsmarkt, zum Studium sowie zu ihrer Einschätzung der Perspektiven auf dem kulturellen Arbeitsmarkt.

Berufstätigkeit

Angesichts des verbreiteten Vorurteils von der Kulturarbeit als »brotloser Kunst« ist überraschend, dass 90 % der befragten Absolventinnen und Absolventen zum Befragungszeitpunkt berufstätig waren, überwiegend sogar in Tätigkeiten, die dem Studium entsprechen. (5% befinden sich in beruflicher Weiterbildung, 2% sind Hausfrau/Hausmann und nur 3% arbeitslos).

42% der Befragten gaben an, bislang noch nie arbeitslos gewesen zu sein. Möglicherweise wird Arbeitslosigkeit weniger als solche erlebt wie in anderen Berufsfeldern, da sich Freizeit und Hobby, ehrenamtliche Tätigkeit, Weiterbildung, Job und Berufstätigkeit im Kunst- und Kulturbereich stark überschneiden.

76 % aller Befragten sind in Großstädten tätig, was damit zusammenhängt, dass hier auch die meisten Kultur- und Medieneinrichtungen konzentriert sind.

60% der Befragten sind angestellt, 30% sind selbständig tätig, 10% sind sowohl selbständig wie angestellt. Sehr hoch ist erwartungsgemäß der Anteil der Freiberufler und Selbständigen bei den künstlerisch Tätigen, aber auch im Journalismus, wo sehr häufig freiberuflich gearbeitet wird, sowie bei den Musik- und Kunstpädagogen, die ihre Leistungen in verschiedenen Institutionen und für verschiedene Projekte anbieten.

47% der angestellt Beschäftigten arbeiten in öffentlichen Institutionen als bislang größtem Auftraggeber im Kulturbereich in Deutschland, 32% arbeiten in privaten Unternehmen der Kulturwirtschaft (z.B. Verlagshäuser, PR-Agenturen, private Medienanbieter). 21 % sind im gemeinnützigen Bereich tätig, dem sogenannten dritten Sektor zwischen öffentlichem und privatem Engagement, der in Deutschland dominierend für den Bereich der soziokulturellen Bildungsarbeit ist.

Die befragten diplomierten Kulturpädagogen bzw. Kulturwissenschaftler arbeiten in folgenden Berufsfeldern:

Berufsfelder	Anteil in %
Künstlerische Produktion	20%
Kunst-Vermittlung, künstlerische Vermittlung	15%
Kulturmanagement einschl. PR u. Marketing	15%
Journalismus	12%
Kulturelle Bildungsarbeit und Soziokultur	10%
Wissenschaftliche Tätigkeiten	5%
Rehabilitation, Kunst- und Musiktherapie	4%
Kulturpolitik und Kulturverwaltung	3%
Sonstiges: Sozialpädagogik, Lehramt, Tourismus, Computerbranche	16%

Die hohen Anteile der in der künstlerischen Produktion und der Kunst-Vermittlung tätigen Absolventen des Hildesheimer Studiengangs entsprechen dessen ästhetischem Schwerpunkt.

Künstlerische Produktion bezeichnet neben der genuin freien künstlerischen Tätigkeit etwa als Schriftsteller, Musiker, Bildender Künstler oder Schauspieler, von der nur die wenigsten leben können und die darum oft von weiteren Jobs begleitet wird, vor allem Tätigkeiten in der Regie und der Dramaturgie im Theater, Tätigkeiten als Lektor in Verlagen, als Kurator und Ausstellungsmacher in Museen und Galerien sowie als Produzent und Regisseur in Musikproduktionen und in Filmproduktionen.

Tätigkeiten in der Kunst-Vermittlung sind vor allem in der Theaterpädagogik und in der Museumspädagogik angesiedelt, künstlerische Vermittlung findet vor allem an Musikschulen und in Jugendkunstschulen statt.

Auffällig ist, dass Musikpädagogik sehr häufig als Nebentätigkeit angegeben wird ebenso wie die Kunstpädagogik, wohingegen in der Theaterpädagogik und der Museumspädagogik viele hauptberuflich tätig sind, und sich diese Bereiche offensichtlich als reguläre, ganztägige Berufstätigkeiten institutionalisieren konnten.

Auffällig viele Absolventen arbeiten im Kulturmanagement, einem Berufsfeld, das sich in Deutschland erst in den vergangenen 15 Jahren als eigener professioneller Tätigkeitsbereich etabliert hat. Die Arbeitsplätze befinden sich vorwiegend in der Privatwirtschaft. Am häufigsten arbeiten die Befragten in der PR und im Marketing, ferner in Agenturen, die sie zum Teil selbständig leiten, in der Künstlervermittlung, im Kultursponsoring, in der Unternehmensberatung sowie im Festival- und Eventmanagement.

Die im Journalismus Tätigen verteilen sich relativ gleichmäßig auf die Medien Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Hörfunk und Fernsehen sowie Online-Redaktionen.

Tätigkeiten in der kulturellen Bildungsarbeit gehen über die künstlerische und die Kunst-Vermittlungsarbeit hinaus. Absolventen arbeiten hier als Bildungs- und Kulturreferenten bzw. als Leiter für unterschiedlichste gemeinnützige Institutionen der Kulturpädagogik, der Medienpädagogik und der Soziokultur, so etwa in Volkshochschulen, gewerkschaftlichen oder konfessionellen Bildungswerken, Jugendkultureinrichtungen, Freizeitheimen, soziokulturellen Zentren.

Wissenschaftliche Tätigkeiten werden vorwiegend an Hochschulen und Fachhochschulen ausgeübt. Einige Absolventen arbeiten auch in wissenschaftlichen Archiven sowie freiberuflich für kunst- und literaturhistorische Projekte.

Die kulturpädagogische Arbeit mit physisch und psychisch Kranken in Kliniken, die über die eigentliche therapeutische Arbeit hinaus kreative Ressourcen der Patienten herausfordern will, konnte sich erst in jüngerer Zeit etablieren und wird vermutlich zukünftig weiter expandieren.

Von den in der öffentlichen Kulturverwaltung sowie in der kulturpolitischen Verbandsarbeit Tätigen arbeiten immerhin vier Befragte als Leiter eines kommunalen Kulturamtes.

Ein hoher Anteil der Absolventen (43%) übt zwei oder mehr Berufstätigkeiten parallel aus. In diesem Ergebnis kommt zum Ausdruck, dass auf dem Kultur-Arbeitsmarkt Teilzeitstellen, befristete Arbeitsverträge und häufig wechselnde Auftraggeber und Aufträge üblich sind. Dies gilt in besonderem Maße für den Bereich der künstlerischen

Produktion. Von denjenigen, die dort ihre hauptberufliche Tätigkeit ansiedeln, hat die Mehrheit mindestens noch einen weiteren Job. Demgegenüber wird im Feld PR/Marketing überwiegend nur eine Stelle in Vollzeit wahrgenommen. Das weist darauf hin, dass dort feste Stellen mit hinreichendem Verdienst weiter verbreitet sind.

Wenn mehrere Tätigkeiten gleichzeitig ausgeübt werden, kann dem auch der Wunsch nach Unabhängigkeit und Vielseitigkeit zugrunde liegen. Durch den hohen Stellenwert, den die eigene künstlerische Tätigkeit im Studium einnimmt, dürfte es vielen schwer fallen, diesen Bereich zugunsten etwa einer PR-Tätigkeit ganz aufzugeben und nur noch als Hobby zu betreiben.

Die Arbeitszeitmuster und der Verdienst sind je nach Berufsfeld sehr unterschiedlich. Im Journalismus und Kulturmanagement wird am meisten verdient, in der künstlerischen Produktion und künstlerischen Vermittlung am wenigsten.

Überdurchschnittlich häufig sind Arbeitszeiten von über 44 Stunden in der Woche im Journalismus, bei PR/Marketing und bei der künstlerischen Produktion anzutreffen.

Bei der Berufswahl ebenso wie im Einkommen sind geschlechtsspezifische Unterschiede erkennbar: Männer wählen am häufigsten die Bereiche Journalismus, künstlerische Produktion und Kulturmanagement; Frauen sind am häufigsten in der künstlerischen Produktion, der künstlerischen Vermittlung und der kulturellen Bildungsarbeit tätig. Frauen finden sich häufiger in den niedrigen Einkommensklassen als Männer.

Als zentrale Fähigkeiten für ihre aktuelle Berufstätigkeit nannten 79% »organisatorische Fähigkeiten«. Dies zeigt, dass Organisieren und Managen bei vielen zum Kern der beruflichen Aufgaben gehört und zwar auch in Tätigkeiten außerhalb des Managements im engeren Sinne. An zweiter Stelle werden Vermittlungskompetenzen genannt, die explizit im Berufsfeld Kunstvermittlung gefragt sind, jedoch auch in anderen Bereichen wie der künstlerischen Produktion, der PR oder dem Journalismus eine große Rolle spielen, wenn die eigenen Ideen oder die Ideen und Ziele einer Einrichtung überzeugend vermittelt werden müssen.

Berufseinstieg

Bei 81 % der Befragten dauerte die Suche nach der ersten Stelle weniger als ein Jahr. 34% gaben sogar an, quasi sofort nach dem Studium ihren ersten Job gefunden zu haben. Zu dem in vielen Fällen nahtlosen Übergängen trägt wesentlich der hohe berufspraktische Anteil im Studium bei. 78% aller Befragten waren, über die drei Pflichtpraktika des Studiengangs hinaus, bereits während ihres Studiums beruflich tätig, vor allem im

Bereich der Kunst- und Kulturvermittlung. Sie arbeiteten als Dozenten in Musikschulen, Jugendkunstschulen, Volkshochschulen, organisierten lokale Kulturveranstaltungen, schrieben Kulturrezensionen für lokale Medien, initiierten neue Kulturorte in Hildesheim und Umgebung. Der Übergang vom Studium in den Beruf wird insofern nicht als Hürde erlebt, sondern vollzieht sich eher fließend.

Der Einstieg in den Arbeitsmarkt gelang am häufigsten über Empfehlungen von Bekannten und am schnellsten über ein vorangegangenes Praktikum. Auffällig ist, dass die Empfehlung von Bekannten häufiger zum Erfolg führten als Bewerbungen auf Stellenausschreibungen. Da Stellen im Kulturbereich häufig gar nicht ausgeschrieben werden, sind vielfältige Beziehungen und Kontakte für die Stellensuche von wesentlicher Bedeutung. Eine gute Möglichkeit, schon während des Studiums solche Kontakte zu knüpfen, sind Praktika.

Als wichtigste Einstellungs-Kriterien der Arbeitgeber für Berufsanfänger nannten die Befragten »berufspraktische Erfahrungen«, gefolgt von »guten Kontakten« und »überzeugender Persönlichkeit«. Das Diplomzeugnis ist demgegenüber nachrangig.

Die Mehrheit der Absolventen (57%) hat sich nach dem Studium systematisch weitergebildet. Am häufigsten erfolgte die Weiterbildung in den Bereichen Datenverarbeitung (20%), Sprachen (17%) und Kultur-Management (13%).

Weiterentwicklung des Studienprogramms

Mit Abstand am häufigsten wurde eine Ausweitung des Lehrangebots im Bereich Kulturmanagement einschließlich betriebswirtschaftlichem und juristischem Grundlagenwissen gefordert (34% der Nennungen). An zweiter Stelle schlagen die Absolventen eine Erweiterung des Studien-Angebots in den Neuen Medien vor (10% der Nennungen), die in fast allen Arbeitsfeldern Einzug gehalten haben und inzwischen als Basiskompetenz gelten können. An dritter Stelle wird eine stärkere Orientierung des Studiums an der Berufspraxis vorgeschlagen, durch intensivere Kontakte zu außeruniversitären Institutionen und zu mehr Lehrenden aus der Praxis. Das hätte neben dem Eingang von Praxiserfahrungen zusätzlich den Effekt der PR für den Studiengang, die von den Absolventen als unzureichend betrachtet wird.

Als größte Stärke des Studiengangs wird die Förderung von Kreativität, Eigeninitiative und Selbstständigkeit gesehen, die sich aus dem hohen Anteil künstlerischer Praxis ergibt wie aus dem hohen Anteil an Projektarbeit mit Ernstfallcharakter. Auch die Fächer Vielfalt wird positiv bewertet, da sie Kennt-

nisse und Erfahrungen in verschiedenen Bereichen ermöglicht, im besten Falle, wenn sie in Form von interdisziplinär aufeinander bezogenen Seminaren und Projekten auftritt. Allerdings werden vor allem für das Grundstudium auch verbindlichere Strukturen gefordert, die eine bessere Orientierung in der Vielfalt ermöglichen.

Kulturelle Berufsfelder mit Zukunft

Als zukunftsträchtiges Berufsfeld wird mit Abstand am häufigsten Kulturmanagement genannt (41% der Nennungen) mit Tätigkeiten im Eventmarketing, in PR-Agenturen, in Künstleragenturen und im Fundraising.

Als weiterer, zukünftig expandierender Arbeitsmarkt werden die Neue Medien gesehen (22% der Nennungen), wo zunehmend sogenannte »Contentmanager« gesucht werden, die das Netz mit Inhalten füllen. Aber auch in der kulturellen Bildungsarbeit werden häufig gute Berufschancen vermutet (15% der Nennungen). Explizit werden hier Arbeitsfelder im Zwischenbereich von Kulturarbeit und sozialer Arbeit, in soziokulturellen und interkulturellen Bereichen genannt.

Fazit

Die Absolventinnen und Absolventen des Hildesheimer Studiengangs sind in unterschiedlichsten Kultur- und Medieninstitutionen deutschlandweit tätig. Sie fügen sich also keineswegs in ein oft prognostiziertes Arbeitslosenschicksal, sondern haben sich, zum Teil mit großem Einfallsreichtum, über traditionelle Arbeitsfelder hinaus, den Zugang zu neuen Kultur-Dienstleistungen erschlossen, die es zur Zeit der Gründung des Studiengangs noch gar nicht gab.

Der besondere Ansatz des Studiengangs, sich Kunst und Kultur nicht nur theoretisch, sondern zugleich künstlerisch praktisch anzueignen, hat sich aus Sicht der Absolventen für die Berufspraxis sehr bewährt. Auch in kunstvermittelnden und -organisierenden Tätigkeiten ist ästhetische Kompetenz für das

Auswählen, Begründen, Konzipieren, Kommunizieren von Kunst und Kultur eine zentrale Voraussetzung. Die vielen Projekte mit Ernstfallcharakter, die im Studium realisiert werden, von Theaterfestivals über Ausstellungen bis zu Buchveröffentlichungen, üben selbständiges, eigenverantwortliches Arbeiten ebenso wie die Teamarbeit. Der Studiengang fördert durch seine breit angelegte, interdisziplinäre Struktur die notwendige Flexibilität, organisatorische, vermittelnde und eigenkünstlerische Tätigkeiten zu kombinieren.

Deutlich wurde, dass ein erfolgreicher Berufseinstieg entscheidend von berufspraktischen Erfahrungen und dadurch entstandenen Kontakten abhängt. Hier bietet der Studiengang mit seinen drei Pflicht-Praktika einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil auf dem Arbeitsmarkt.

Absolventenbefragung und Absolventenpflege sind für die Universitäten von erheblichem Wert. Absolventen sind Seismographen, die Entwicklungen auf dem kulturellen Arbeitsmarkt in den Studiengang hineinragen und wertvolle Anregungen für dessen Weiterentwicklung geben. Und: Absolventen sind wichtige Botschafter des Studiengangs in die Kultur- und Medienlandschaft hinein und damit ein essentieller PR-Faktor. Über sie lässt sich ein deutschlandweites Netzwerk schaffen, das neuen Kulturvermittlern den Berufseinstieg sehr erleichtern kann.

Birgit Mandel



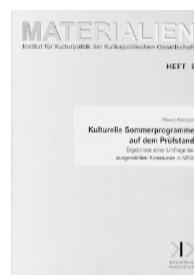
Dr. Birgit Mandel ist Dozentin für Kulturmanagement und Praktikumsbeauftragte des Studiengangs »Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis« der Universität Hildesheim und hat die Leitung Kommunikation der bundesweiten Initiative der großen Wissenschaftsorganisationen »Wissenschaft im Dialog«, Berlin.

Die Langfassung der Studie kann bestellt werden über: dekant2@rz.uni-hildesheim.de

Anzeige

MATERIALIEN

Die Schriftenreihe des Instituts für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft



Heft 8

Franz Kröger: **Kulturelle Sommerprogramme auf dem Prüfstand.** Ergebnisse einer Umfrage bei ausgewählten Kommunen in NRW, ISBN 3-923064-87-X • 38 Seiten • DM 5,00 • Institut für Kulturpolitik, Dezember 2000

Kulturelle Sommerprogramme sind mittlerweile aus keiner Kommune mehr wegzudenken und gehören gleichsam zur »kulturellen Grundversorgung«. Doch was bedeuten sie inhaltlich, welche kulturpolitischen Intentionen stecken dahinter und wie werden sie sich vermutlich weiterentwickeln? Die Studie gibt dazu erste Antworten aus NRW-Perspektive.

Kulturpolitische Gesellschaft e.V. • Weberstr. 59a • 53113 Bonn • Tel 0228-201 67-0 • Fax 0228-201 67 33
E-Mail: post@kupoge.de • Internet: www.kupoge.de