WEITERBILDUNGSZENTRUM
der Freien Universität Berlin

MUSEUMSMANAGEMENT

WEITERBILDUNGSPROGRAMM MIT ZERTIFIKAT
FÜR KURATOR/INNEN, KUSTOD/INNEN UND
LEITENDE MITARBEITER/INNEN VON MUSEEN

OKTOBER 2019 – SEPTEMBER 2020

Freie Universität Berlin

ZEITRAUM
Oktober 2019 – September 2020

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

VORWORT 4

MODULE 6

Modul 01 Das Museum im Wandel: Strategisches Management 7

Modul 02 Kommunikationsprozesse und Führung in einem modernen Museum 10

Modul 03 Grundlagen des Museumsmarketing und Digitale Strategien für Museen 11

Modul 04 Finanz- und Kostenmanagement 13

Modul 05 Museum und Publikum: Kuratieren – (V)Ermitteln 14

Modul 06 Öffentlichkeitsarbeit in Museen und Ressourcen erschließen 15

Modul 07 Mediale und personale Vermittlung in Museen 17

Modul 08 Ausstellungsmanagement 19

Modul 09 Rechtsfragen in Museen 20

Modul 10 Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung 21

DOZENT/INNENTEAM 23

TEILNAHMEBEDINGUNGEN 26

ANMELDEFORMULAR 29

IMPRESSUM 31

MUSEUMSMANAGEMENT

SELBSTVERSTÄNDNIS DER MUSEEN

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 eine veränderte Kulturpolitik 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 Besucher/innen und Geldgeber/innen um? Wie finde ich Wege, meine Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit aktiv und konstruktiv wahrzunehmen ohne mich immer lauter werdenden Forderungen nach immer höheren Besucher/innenzahlen und immer schneller wechselnden neuen Attraktionen auf Kosten inhaltlicher Qualität zu beugen?

KONKURRENZ BEGEGNEN

Die rapide steigende Zahl von Neugründungen, darunter viele Sammlermuseen oder 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 Kustod/innen, Kurator/innen und leitende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Museen, die ihre Erfahrungen einbringen und austauschen und die von dem sich bildenden Netzwerk der Teilnehmer/innen auch zukünftig profitieren wollen.

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 6000 Museen in Deutschland. Die Bedürfnisse sind unterschiedlich. Unser Ziel ist es, in dem Seminarprogramm auf diese Interessen einzugehen, sie zu bündeln und so weit wie möglich zu berücksichtigen.

EXKURSIONEN UND EXPERT/INNENGESPRÄCHE

Exkursionen in die Berliner Museen mit Expert/innengesprächen zu dem jeweiligen Thema ergänzen die Module. Sie finden in der Regel 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/innen und Praktiker/innen 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

MODULE

MODUL 01

DAS MUSEUM IM WANDEL: STRATEGISCHES MANAGEMENT

Dr. Patricia Rahemipour, Prof. Dr. Volker Kirchberg, Prof. Dr. Rolf Wiese, Jörn Brunotte, Prof. Dr. Elisabeth Tietmeyer, Frank von Hagel, Dr. Jana Wittenzellner

3 Termine (26 UE): Mo/Di/Mi, 28./29./30.10.2019,
Mo, 10.00 - 18.00 Uhr, Di, 9.00 - 16.00 Uhr, Mi, 9.00 - 17.00 Uhr

SCHWERPUNKTE

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

TAG 1

STRATEGISCHES MANAGEMENT / TEIL 1

Dr. Patricia Rahemipour

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

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/innen zu schauen. Sie müssen aktiv werden in den Bereichen Marketing, Kooperationen, Projektorientierung und müssen Beiträge zum Public Understanding leisten.

Mo, 28.10.2019, 18.30 Uhr, Social Event
Buffet im Beduinenzelt im Ethnologischen Museum Berlin-Dahlem

TAG 2

STRATEGISCHES MANAGEMENT UND FRIENDRAISING / TEIL 3

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, das für die Realisierung gesetzter Ziele grundlegende Voraussetzung ist.

Museen konkurrieren nicht unbedingt nur um Besucher/innen. 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 Mu-

seen 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.

Neben der Einwerbung von Fördermitteln wird die Unterstützung durch Freundeskreise für Museen immer wichtiger. Am Beispiel des Freundeskreises der Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg, dessen Arbeit im Jahr 2012 mit dem Kulturmarken-Award ausgezeichnet wurde, sollen die hiermit verbundenen Möglichkeiten aufgezeigt werden.

TAG 3

STRATEGISCHES MANAGEMENT / TEIL 4
DIE SAMMLUNG ALS MANAGEMENTINSTRUMENT /
DIGITALES SAMMLUNGSMANAGEMENT
Jörn Brunotte, Frank von Hagel, Prof. Dr. Elisabeth Tietmeyer, Dr. Jana Wittenzellner

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 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 Zurverfügungstellung von Daten geben einen ersten Einblick in die Thematik:
- Dokumentation von Sammlungsbeständen (Standards und Normdaten)

- Objektinformationen online zur Verfügung stellen und vernetzen
- Ein Expert/innengespräch vor Ort bietet einen aktuellen Einblick in die Praxis des Sammlungsmanagements sowie die Gelegenheit zu Nachfrage und Diskussion.

Mi, 30.10.2019, 15.00 - 17.00 Uhr, Exkursion und Expert/innengespräch
Besuch des Museums Europäischer Kulturen, Gespräch mit Prof. Dr. Elisabeth Tietmeyer, Direktorin und Dr. Jana Wittenzellner, Kuratorin

MODUL 02

KOMMUNIKATIONSPROZESSE UND FÜHRUNG IN EINEM MODERNEN MUSEUM

Stefanie Kunz, Karin Lindemann

2 Termine (16 UE): Do/Fr, 21./22.11.2019,
Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 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 Mitarbeiter/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
- Ressourcenorientierte Fragetechniken

Darüber hinaus dienen Kleingruppenübungen, Rollenübungen und die Reflexion von Alltagssituationen der Vertiefung der Inhalte.

MODUL 03

GRUNDLAGEN DES MUSEUMSMARKETING UND DIGITALE STRATEGIEN FÜR MUSEEN

Dr. Christian Gries, Silke Oldenburg, Prof. Dr. Oliver Rump, Ulrike Andres, Bettina Gries

3 Termine (28 UE): Mi/Do/Fr, 15./16./17.01.2020,
Mi, 10.00 -19.30 Uhr, Do, 9.00 - 18.30 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

TAG 1

DIGITALE STRATEGIEN FÜR MUSEEN

Dr. Christian Gries, Bettina Gries

In den letzten Jahren hat sich die Kultur- und Medienwelt nachhaltig verändert. Vor dem Hintergrund der globalen Digitalisierung hinterfragen Museen die Perspektiven und Aufgaben des eigenen Wertekanons und Leitbilds bzw. der (Ab-)Bildungsarbeit in Bezug auf das Digitale und Analoge. Sie reagieren auf geänderte Rezeptionsbedingungen, neue Facetten in Dokumentation, Kommunikation und Vermittlung. Sie schärfen den Blick auf Zielgruppen und eine neue „Usability von Wissen". In der Reaktion auf diesen Paradigmenwechsel ist für die Museumsarbeit die Entwicklung ganzheitlicher digitaler Strategien von großer Bedeutung. Als Querschnittsaufgaben durchziehen sie alle Arbeitsbereiche eines Museums, entwickeln neue Berufsbilder, fordern neue Kompetenzen und Ressourcen.

SCHWERPUNKTE

- Einführung zum Paradigmenwechsel im Kontext der digitalen Transformation in unserer Gesellschaft
- Einführung zur Historie der Digitalisierung in den Museen
- Die großen Arbeits- und Wirkungsbereiche: Dokumentation, Vermittlung, Kommunikation
- Digitale Strategien im Praxisbetrieb: Blick auf internationale und nationale Umsetzungen
- Instrumente / Arbeitsbereiche - digital: Webseiten, Social Media, mobile Anwendungen, Online-Sammlungen
- Der Blick auf das digitale Gegenüber: Zielgruppen, Besucher/innen und Nutzer/innen
- Kernelemente und Methoden einer digitalen Strategie
- Digitale Strategien in der Umsetzung: Praxisgespräch mit einem Museum

Mi, 15.1.2020, 17.30 - 19.30 Uhr Exkursion und Expert/innengespräch
Besuch des Deutschen Technikmuseums und Gespräch mit Bettina Gries, Projektmanagerin Digitale Strategie

TAG 2 UND 3

GRUNDLAGEN DES MUSEUMSMARKETING

Silke Oldenburg, Prof. Dr. Oliver Rump

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/innen 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/innen, Sponsor/innen etc.) lassen sich die Ziele von Museen aber auch in diesen schwierigen Zeiten verwirklichen.

Die Ziele der zwei Tage sind es, die verschiedenen Facetten des Marketing herauszuarbeiten und anhand von aktuellen Beispielen und konkreten Fragestellungen anwendungsbezogen zu vertiefen.

Die Teilnehmer/innen sind herzlich eingeladen, Marketing-Beispiele aus ihren Häusern zum Seminar mitzubringen.

SCHWERPUNKTE

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

Do, 16.1.2020, 16.30 - 18.30 Uhr Exkursion und Expert/innengespräch
Besuch der Berlinischen Galerie, Landesmuseum für Moderne Kunst, Fotografie und Architektur und Gespräch mit Ulrike Andres, Leiterin Marketing & Kommunikation

MODUL 04

FINANZ- UND KOSTENMANAGEMENT

Uwe Hanf, Prof. Dr. Oliver Rump

2 Termine (18 UE): Mo/Di, 10./11.2.2020,
Mo, 10.00 - 19.30 Uhr, Di, 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, Fragen und Beispiele aus der Praxis der Teilnehmenden.

MODUL 05

MUSEUM UND PUBLIKUM: KURATIEREN – (V)ERMITTELN

Prof. Nicola Lepp, Prof. Dr. Annette Noschka-Roos, Dr. Joachim Baur, Dr. Frauke Miera

3 Termine (26 UE): Mi/Do/Fr, 18./19./20.3.2020,
Mi, 10.00 - 18.30, Do, 9.00 - 17.30, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

Ausstellungen sind das zentrale Medium, über welches das Museum mit seinen Besucher/innen in Beziehung tritt. Sie sind das Vermittlungsmedium par excellence. Dazu bedienen sie sich unterschiedlicher Werkzeuge und Strategien, deren Kenntnis die Basis jedes Ausstellungskonzeptes und einer gelungenen Kommunikation mit Besucher/innen ist.

Das Modul vermittelt Grundlagen der Ausstellungskommunikation, und –planung und sortiert die Handlungsfelder von Kurator/innen, zu denen nicht nur wissenschaftliches, thematisch-konzeptuelles und vermittlerisches Wissen, sondern auch eine Bandbreite organisierender Tätigkeiten gehört. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Erkundung und Entwicklung eines sachlichen wie sinnlichen Zusammenspiels von Objekten, Medien und Texten. Denn hier erweist sich das Entwickeln von Ausstellungen als eine genuin kuratorisch-vermittlerische Tätigkeit.

Expert/innen stellen Best-Practice-Beispiele zur partizipativen Einbindung von Besucher/innen in die Ausstellungsentwicklung vor sowie zum Einsatz von Medien. Auf Basis ausgewählter Positionen der Museologie wie der Rezeptionsforschung wird das Medium der Ausstellung zwischen Objekt und Publikum in seinem Vermittlungspotential theoretisch wie praktisch reflektiert. Exkursionen, Diskussionen sowie Workshops bieten Gelegenheit, die entwickelten Kategorien einer besucher/innen- wie objektorientierten Ausstellungskommunikation anzuwenden und zu vertiefen.

Mi/Do, 18./19.3.2020, Exkursion und Expert/innengespräch
Besuch einer aktuellen Ausstellung; Uhrzeit und Ort werden bekanntgegeben.

MODUL 06

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IN MUSEEN UND RESSOURCEN ERSCHLIESSEN

Jörn Brunotte, Nikolaus Bernau, Prof. Dr. Markus Hilgert, Marit Schützendübel, Sandra Köhler

3 Termine (28 UE): Mo/Di/Mi, 20./21./22.4.2020,
Mo, 10.00 - 18.00, Di, 9.00 - 18.00 Uhr, Mi, 9.00 - 16.00 Uhr

TAG 1 UND TAG 2

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND SPONSORING

Jörn Brunotte, Nikolaus Bernau

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 erste Teil des Seminars eine Einführung in die strategische Ausrichtung und taktische Umsetzung der Museumskommunikation innerhalb des Marketing-Managementprozesses.

Im nächsten Schritt 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?

In diesem Seminar sollen außerdem 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.

Mo, 20.4.2020 16.30 - 18.00 Uhr Exkursion und Expert/innengespräch
Besuch der Liebermann-Villa, Gespräch mit Sandra Köhler, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Di, 21.4.2020, 16.30 - 18.00 Uhr Exkursion und Expert/innengespräch
Besuch der Domäne Dahlem und Gespräch mit Marit Schützendübel, Direktorin und Stiftungsvorstand

TAG 3

DRITTMITTEL-FÖRDERUNG UND FREIWILLIGEN-ARBEIT FÜR MUSEEN

Jörn Brunotte, Prof. Dr. Markus Hilgert

Museen sind heute verstärkt auf die Akquise von Drittmitteln angewiesen, etwa für die Erschließung und Erforschung ihrer Sammlungen. Aber auch für andere Bereiche, wie Depot, Restaurierung oder Vermittlung, werden Fördermittel immer wichtiger. Wir beschäftigen uns mit den Fragen:

- Wo können solche Gelder beantragt werden?
- Welche Rolle spielen Stiftungen in diesem Bereich?
- Können Museen auch die öffentliche Forschungsförderung in Anspruch nehmen?
- Wie nehme ich Kontakt zu einer Fördereinrichtung auf?
- Was beinhaltet ein Antrag?
- Was passiert mit dem Antrag, nachdem er eingereicht ist?
- Wie verläuft der Begutachtungsprozess?
- Worauf ist bei der Projektabwicklung zu achten?

MODUL 07

MEDIALE UND PERSONALE VERMITTLUNG IN MUSEEN

Prof. Dr. Tobias Nettke, Heike Kropff, Patrick Presch, Astrid Faber

2 Termine (18 UE): Do/Fr, 14./15.05.2020,
Do, 10.00 - 19.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

TAG 1

FORMATE DER MEDIALEN UND PERSONALEN VERMITTLUNG UND DAS PRINZIP DER PARTIZIPATION

Prof. Dr. Tobias Nettke, Astrid Faber

Do, 14.5.2020, 10.00 - 19.00 Uhr

Vermittlungsarbeit in Ausstellungen zielt auf Teilhabe, d.h. sie möchte Zugänge öffnen sowie Lernen ermöglichen. Sie greift auf die Objekte und Medien im Raum zurück und sollte über sachkundige Personen initiiert werden.

Der Vormittag bietet einen Überblick über die verschiedenen Vermittlungsansätze: Nach einer Einführung in das informelle Lernen in Museen (z.B. Contextual Model of Learning, Generic Learning Outcomes) werden einzelne Ansätze wie spielerisches, dialogisches, entdeckendes und forschendes Lernen vertieft. Diese spielen in allen Museen eine Rolle, gerade auch in naturwissenschaftlich-technischen Museen, (stadt-)historischen und archäologischen Museen sind sie bedeutsam. Reflektiert werden die Chancen und Herausforderungen, die diese Ansätze und damit verbunden verschiedene Ausstellungsformen, Medienformate sowie Formate und Methoden der personalen Vermittlung mit sich bringen. Tiefergehend behandelt werden verschiedene partizipative Ausstellungselemente, interaktive Medien sowie das Format der Führung.

Am Nachmittag und Abend werden die besprochenen Vermittlungsformen der medialen und personalen Vermittlung, die auf unterschiedliche Publikumsgruppen abzielen sowie unterschiedliche Bedürfnisse abdecken, in ihrer Anwendung im Museum für Naturkunde Berlin analysiert und diskutiert. Anhand ausgewählter Ausstellungsmedien sowie Elementen eines Workshops („Bioinspiration“) werden die Chancen und Herausforderungen der praktischen Vermittlungsarbeit deutlich. Bei der Untersuchung der Formen der Vermittlung, des Lernens bzw. der kulturellen Bildung bilden die jeweiligen Partizipationsgrade den roten Faden.

Do, 14.5.2020, 15.00 - 19.00 Uhr Exkursion und Expert/innengespräch
Besuch des Museums für Naturkunde, Gespräch mit Astrid Faber, Leiterin Bildung und Vermittlung und Workshop

TAG 2

Heike Kropff, Patrick Presch

Fr, 15.5.2020, 9.00 - 16.00 Uhr

Ort: Haus Bastian – Zentrum für Kulturelle Bildung,
Am Kupfergraben 10, 10117 Berlin

Am zweiten 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?

MODUL 08

AUSSTELLUNGSMANAGEMENT

Dipl. Ing. Ingo Plato, Jan-Christian Warnecke

2 Termine (18 UE): Do/Fr, 18./19.6.2020,
Do, 10.00 - 19.30 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

Ausstellungen sind 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 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 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, 18.6.2020, 18.00 - 19.30 Uhr, Exkursion und Expert/innengespräch
Besuch einer aktuellen Wechselausstellung in Berlin

MODUL 09

RECHTSFRAGEN IN MUSEEN

Dr. Sabine Lang, Carola Thielecke, Börries von Notz, Prof. Dr. Matthias Wemhoff

2 Termine (18 UE): Do/Fr, 3./4.9.2020,
Do, 10.00 - 19.30 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

Do, 3.9.2020, 18.00 - 19.30 Uhr, Exkursion und Expert/innengespräch
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

Inken Bößert, Dr. Astrid Pellengahr

2 Termine (16 UE): Mo/Di, 28./29.9.2020,
Mo, 10.00 - 17.00 Uhr, Di, 9.00 - 16.00 Uhr

Ohne systematisch durchgeführtes Qualitätsmanagement (QM) 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:

- Wie kann Museumsarbeit gelenkt und geleitet werden, um mit Ressourcen effektiver und effizienter umzugehen.
- Was bedeutet „Qualitätsmanagement“ in der Museumsarbeit?

Am Beispiel der „DIN EN ISO 9001 Qualitätsmanagement“ wird gezeigt, wie die Norm aufgebaut und in den Museumsalltag übertragbar ist. Und warum die logisch, strukturierte, systematisch aufgebaute Vorgehensweise der DIN die Arbeitsprozesse aus einer anderen Perspektive wahrnehmen, verändern und damit verbessern läßt.

Das Seminar zeigt anhand von Beispielen aus der Museumspraxis, wie eine optimierungsfähige Ausgangssituation mit Instrumenten aus dem QM verändert werden kann. PDCA, KVP, QM-Handbuch seien beispielhaft genannt. In Übungen werden die theoretischen Grundlagen vertieft.

DOZENT/INNENTEAM

DOZENT/INNENTEAM

KONZEPTION

Institut für Museumsforschung
Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz

Prof. Dr. Bernhard Graf, ehem. Leiter
Dr. Patricia Rahemipour, Leiterin

DOZENTINNEN UND DOZENTEN

Dr. Joachim Baur
Die Exponauten. Ausstellungen et cetera, Berlin

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

Inken Bößert
Kultur- und Qualitätsmanagerin

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

Dr. Christian Gries
Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern, Leiter des Projekts „Digitale Strategien in Museen“

Frank von Hagel
Institut für Museumsforschung - Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Projekt SPK-digital

Uwe Hanf
Fachhochschule Potsdam, Studiengang Kulturarbeit

Prof. Dr. Markus Hilgert
Kulturstiftung der Länder, Generalsekretär

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

Heike Kropff
Staatliche Museen zu Berlin - Stiftung Preußischer Kulturbestiz, 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. Frauke Miera
Kuratorin Ausstellungsbüro Miera | Bluche, Berlin

Prof. Dr. Tobias Nettke
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Studiengänge Museumskunde und Museumsmanagement

Prof. Dr. Annette Noschka-Roos
TUM School of Education

Börries von Notz
Stiftung Nantesbuch, Sprecher der Geschäftsleitung

Silke Oldenburg, M.A.
Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg, Leiterin Marketing & Vermittlung

Dr. Astrid Pellengahr
Landesstelle für nichtstaatliche Museen in Bayern, Leiterin

Dipl.-Ing. Ingo Plato
Architekt BDA, res d, Köln

Patrick Presch
Staatliche Museen zu Berlin - Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Bildung, Vermittlung, Besucherdienste

Dr. Patricia Rahemipour
s.o.

Prof. Dr. Oliver Rump
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Studiengänge Museumskunde und Museumsmangement

Carola Thielecke
Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Referentin im Justiziariat

Jan-Christian Warnecke
Dipl. Kommunikationswirt, Landesmuseum Stuttgart, Leiter Projektsteuerung, Restaurierung und Werkstätten

Prof. Dr. Rolf Wiese
Universität Hamburg

EXPERT/INNENGESPRÄCHE MIT

Ulrike Andres
Berlinische Galerie, Landesmuseum für Moderne Kunst, Fotografie und Architektur, Leiterin Marketing & Kommunikation

Astrid Faber
Museum für Naturkunde, Leiterin Bildung und Vermittlung

Bettina Gries
Deutsches Technikmuseum, Projektmanagerin Digitale Strategie

Sandra Köhler
Liebermann-Villa am Wannsee, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Marit Schützendübel
Stiftung Domäne Dahlem, Landgut und Museum, Direktorin und Stiftungsvorstand

Prof. Dr. Elisabeth Tietmeyer
Museum Europäischer Kulturen, Direktorin

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

Dr. Jana Wittenzellner
Museum Europäischer Kulturen, Kuratorin

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

ANMELDUNG

Bitte melden Sie sich zu den Veranstaltungen per Online-Formular oder schriftlich durch Übersendung des unterzeichneten Anmeldeformulars per Post, Fax oder E-Mail an. Bitte berücksichtigen Sie die in den Ankündigungen enthaltenen Hinweise zu den Teilnahmevoraussetzungen. Mit Übersendung des Anmeldeformulars erkennt der/die Teilnehmende diese Teilnahmebedingungen an. Die Anmeldung zu der ausgewählten Veranstaltung ist zu den angegebenen Konditionen verbindlich. Nach Eingang Ihrer 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 wird i. d. R. vier, spätestens jedoch zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn per Mail übersandt. Die verbindliche Vereinbarung über die Teilnahme kommt mit Zugang der Teilnahmebestätigung zustande.
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 die Veranstaltungsunterlagen.

TEILNAHMEGEBÜHR

3 tägige MODULE 1, 3, 5, 6: je 390,- €
2 tätgige MODULE 2, 4, 7, 8, 9, 10: je 290,- €

ZERTIFIKATSPREIS

Bei Buchung aller zehn Module bleibt ein zweitägiges Modul unberechnet. Der Zertifikatspreis beträgt **2.990,- €.**

RÜCKTRITT

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

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

DURCHFÜHRUNG

Ein Anspruch auf Durchführung der Veranstaltung besteht nicht. Das Weiterbildungszentrum behält sich Änderungen im Programmablauf und bei den angekündigten Dozent/innen 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 Lebender 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

Hinsichtlich des Schutzes Ihrer personenbezogener Daten verweisen wir auf die „Datenschutzerklärung für die Anmeldung und Teilnahme an Veranstaltungen des Weiterbildungszentrums der Freien Universität Berlin“ (gesondert abrufbar unter *Link*).

ANMELDEFORMULAR MMK

⬚ Frau ⬚ Herr Geb.dat.:

Titel

Name, Vorname

Ausgeübte Tätigkeit

Dienststelle und Anschrift (oder Privatanschrift)

Tel beruflich privat

Tel mobil

Mail berufl./priv.

Gewünschte Zahlungsmodalität

⬚ **VORAUSZAHLUNG DES GESAMTPREISES**
⬚ **JEDES MODUL SEPARAT**

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

Datum Unterschrift

Bitte melden Sie sich per Onlineformular über unsere Homepage oder schriftlich per Post, Fax oder Mail an:

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

Fax: 030 / 838 4 579 60

Mail: museen@weiterbildung.fu-berlin.de
Bitte beachten Sie auch die Rückseite ➤

Hiermit melde ich mich zu folgenden Modulen an:

- ⬚ **ZERTIFIKATSPROGRAMM: 28.10.2019 - 29.9.2020**
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 01: 28./29./30.10.2019**
  Das Museum im Wandel: Strategisches Management
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 02: 21./22.11.2019**
  Kommunikationsprozesse und Führung in einem modernen Museum
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 03: 15./16./17.01.2020**
  Grundlagen des Museumsmarketing und
  Digitale Strategien für Museen
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 04: 10./11.2.2020**
  Finanz- und Kostenmanagement
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 05: 18./19./20.3.2020**
  Museum und Publikum: Kuratieren – (V)Ermitteln
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 06: 20./21./22.4.2020**
  Öffentlichkeitsarbeit in Museen und Ressourcen erschließen
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 07: 14./15.05.2020**
  Mediale und personale Vermittlung in Museen
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 08: 18./19.06.2020**
  Ausstellungsmanagement
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 09: 3./4.9.2020**
  Rechtsfragen in Museen
  online-Anmeldung

- ⬚ **MODUL 10: 28./29.9.2020**
  Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung
  online-Anmeldung

IMPRESSUM

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

KONZEPTION
Institut für Museumsforschung
Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz
Prof. Dr. Bernhard Graf, ehem. Leiter
Dr. Patricia Rahemipour, Leiterin

VERANTWORTLICH
Christiane Preißler

SACHBEARBEITUNG
David Baig

LAYOUT
Karen Olze, Produkt und Grafik Design
Murat Koçyigit

UMSCHLAGFOTO
Innenansicht, Treppenhaus und Kuppel,
Museum Berggruen, Staatliche Museen zu Berlin
© bpk/Fritz Mehner

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 eine veränderte Kulturpolitik 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 Kurator/innen, Kustod/innen und leitende Mitarbeiter/innen von Museen aller Sparten, 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@fu-berlin.de

SACHBEARBEITUNG
David Baig
Tel: 030 / 838 579 60
Fax: 030 / 838 4 579 60
Mail: david.baig@fu-berlin.de

www. fu-berlin.de/wbz/museen