

Inhalt

Einführung	9
1. Die Vermittlung von Kunst und Kultur	15
Ein Berufsfeld mit vielen Facetten	15
Warum Kultur Vermittlung braucht	18
2. Der Kulturarbeitsmarkt	21
Die Entstehungsgeschichte der kulturvermittelnden Berufe	21
Der Kulturbetrieb zwischen Staat und Markt	24
Besonderheiten des Kulturarbeitsmarktes	28
Perspektiven für Berufe der Kulturvermittlung	35
3. Qualifizierung für Kulturberufe	45
Schlüsselqualifikationen und Kernkompetenzen	45
Qualifizierungswege	50
4. Tätigkeitsfelder für Kulturvermittler	55
Überblick	55
Die Tätigkeitsfelder im Einzelnen	58
Theater	58
Literatur	66
Bildende Kunst	74
Museumspädagogik	81
Film und Fernsehen	85
Musik	91
Festivals	102
Kulturmanagement	107
Public Relations	111
Event-Management	116
Kulturverwaltung und Kulturpolitik	119
Kulturjournalismus	123

Neue Medien	128
Soziokultur	133
Kulturpädagogik in Rehabilitation und Therapie ...	141
Kulturtourismus	144
Arbeitsverhältnisse in der Kulturvermittlung	152
5. Kulturvermittler und ihre Karrierewege	155
Randgruppen für das Theater begeistern: Uta Plate, Theaterpädagogin, Schaubühne Berlin	155
Das Theater zum gesellschaftlichen Diskussionsforum machen: Thomas Laue, Dramaturg am Schauspiel Hannover	159
Texte noch besser machen als sie es schon sind: Jo Lendle, Lektor beim Dumont Literatur und Kunst Verlag, Köln	163
Man muss vor allem verkaufen können: Petra Hermanns, selbstständige Literatur- und Medienagentin, Frankfurt am Main	166
Keine Besserwisser, sondern Gesprächspartner der Besucher: Gerda Pohlmann, Museumspädagogin am Kunstmuseum Wolfsburg	171
Filme zwischen Kunst und Kommerz für ein Massenpublikum: Tine Hoefke, Producer Assistentin bei der Ufa Film- und Medienproduktion GmbH, Leipzig	175
Übersetzer der Hochkultur: Martin Redlinger, PR und Marketing, Konzerthaus am Gendarmenmarkt, Berlin .	179
Musik für den Rundfunk: Markus Hertle, Musik- redakteur und Wellenbeauftragter beim Hessischen Rundfunk, Frankfurt am Main	182
Kultur ermöglichen im wahrsten Sinne des Wortes: Vera Dorsch, Veranstaltungsorganisatorin im Haus der Kulturen der Welt, Berlin	187

Mit großer Wirkung hinter den Kulissen: Sabine Haack, Konzepte und Beratung für Kultur und Medien, Hannover und Berlin	191
Alltag in zwei jungen Berliner Kultur-PR-Agenturen: Anka Grosser, Goldmann PR & Kulturmanagement, und Philip Krippendorff, Artefakt Kulturkonzepte	194
Wie man die Bürger einer Stadt dazu bewegt, Urlaubsdias an den Hauswänden zu zeigen: Wiebke Richert, Kulturamtsleiterin in Vaihingen an der Enz . . .	199
Kulturvermittlung über's Radio: Claudia Henne, Kulturredakteurin beim Sender Freies Berlin	203
Vom Projekt zum Unternehmen: Deliane Rohlf's, Leiterin der Jugendkunstschule Klex in Oldenburg	208
Katalysator sein für die künstlerische Entwicklung: Nina Pfannenstiel, Gruppenleiterin der Kunstwerkstatt für Behinderte in Berlin	211
Menschen für die Kultur eines Landes begeistern: Anette Kaiser, Studienreiseleiterin beim Reiseveranstalter Studiosus	215
„Der Autor ist tot! Es lebe die kollaborative Netzkunst“: Heiko Idensen, Wissenschaftler, Künstler und Vermittler im Netz	222
6. Tipps für den erfolgreichen Einstieg in den Kulturberuf	227
7. Infoteil	235
Literaturangaben und Auswahlbibliographie	235
Kulturvermittlung	235
Kulturbetrieb und Kulturpolitik in Deutschland	236
Zukunft der Kulturberufe	237
Qualifizierung für Kunst- und Kulturberufe	238
Bewerbung und Berufseinstieg	239
Praktikums- und Jobbörsen im Internet	240