

# INHALT

BIRGIT MANDEL

**Vorwort** ..... 9

BIRGIT MANDEL

**Kulturvermittlung.  
Zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing** ..... 12

## → KULTURPOLITIK UND KULTURVERMITTLUNG – KULTUR FÜR ALLE UND VON ALLEN?

OLIVER SCHEYTT

**Kultur für alle und von allen –  
ein Erfolgs- oder Auslaufmodell?** ..... 25

MAX FUCHS

**Kulturvermittlung und kulturelle Teilhabe –  
ein Menschenrecht** ..... 31

WOLFGANG SCHNEIDER

**Kulturvermittlung braucht Kulturpolitik ... um neue Strategien  
ästhetischer Kommunikation zu entwickeln** ..... 40

## → KULTURNUTZUNG UND KULTURBEGRIFF IN DEUTSCHLAND

SUSANNE KEUCHEL

**Das Kulturpublikum in seiner gesellschaftlichen Dimension.  
Ergebnisse empirischer Studien** ..... 51

## → DER BLICK INS AUSLAND – POLITISCHE STEUERUNG KULTURELLER TEILHABE

VIOLA VON HARRACH

**Audience Development in England** ..... 65

JEAN-CHARLES BÉRARDI UND JULIA EFFINGER  
**Kulturvermittlung in Frankreich** ..... 73

ULRIKE GIESSNER  
**Ansätze der Kunst- und Kulturvermittlung in Österreich** ..... 84

**→ ENTWICKLUNGSGESCHICHTE UND ZUKUNFTS-  
PERSPEKTIVEN DES BERUFSFELDES  
»KULTURVERMITTLUNG«**

WOLFGANG ZACHARIAS  
**Kunst und Kultur bilden – und wie?!  
Spekulationen zur Zukunft des Berufsfeldes  
Kulturvermittlung/Kulturpädagogik** ..... 97

GERD DALLMANN  
**Perspektiven der Kulturvermittlung im  
gemeinnützigen Kulturbereich** ..... 109

UTA SCHNELL  
**»Lücken schließen« – oder Bedingungen  
und Kriterien professioneller Kulturvermittlung** ..... 114

ROY SCHEDLER  
**Kulturvermittlung ist Aufmerksamkeitsmanagement** ..... 122

**→ STUDIENGÄNGE DER KULTURVERMITTLUNG UND  
IHR BEZUG ZUR KULTURELLEN PRAXIS**

BERND WAGNER  
**Die Vermittlung der Vermittlung** ..... 133

KATHARINA JEDERMANN  
**»Art in Context«. Der Studiengang »Kunst im Kontext«  
an der Universität der Künste, Berlin** ..... 143

VOLKER KIRCHBERG  
**Kulturvermittlung und Kulturorganisation.  
Der Studiengang »Angewandte Kulturwissenschaften«  
an der Universität Lüneburg** . . . . . 150

Hajo Kurzenberger  
**Kulturvermittlung ist (eine) Kunst.  
Der Studiengang »Kulturwissenschaften und ästhetische  
Praxis« an der Universität Hildesheim** . . . . . 163

HERMANN VOESGEN  
**»Vermittlungsprobleme«. Kulturmanager werden  
eigentlich gebraucht, aber schlecht bezahlt –  
Der Studiengang »Kulturarbeit«  
an der Fachhochschule Potsdam** . . . . . 172

**→ PRAXISFELDER UND NEUE ANSÄTZE  
DER KULTURVERMITTLUNG**

WOLF KÜHNELT  
**Die domestizierte Neugierde.  
Der Museumspädagogische Dienst Berlin** . . . . . 183

THOMAS KÖHLER  
**Events als Instrument der Kulturvermittlung.  
Das Kunstmuseum Wolfsburg** . . . . . 190

UTA PLATE  
**Kulturvermittlung am Theater als kreativer Tauschhandel.  
Die Schaubühne Berlin** . . . . . 198

STEPHAN POROMBKA  
**»Der Autor schaut direkt in die Kamera  
(und damit dem Zuschauer in die Augen)«  
Über alte und neue Formen der Literaturvermittlung** . . . . . 205

CARMEN MÖRSCH  
**Außer Controlling. Künstlerinnen in der Kunstvermittlung** . . . 217

BURKHARD SIEVERS

**Neue Medien als Herausforderung für die Kulturvermittlung.  
Der Modellversuch »sense & cyber«** . . . . . 226

CHRISTOPH HONIG

**Kulturpädagogische Projektarbeit und Schule  
am Beispiel von AKKI Düsseldorf** . . . . . 232

WIEBKE RICHERT

**Den Strand unterm Pflaster entdeckt,  
die Sterne aufs Parkdeck geholt ...  
»Nigihaven na der Zen« –  
ein Sommerprojekt mit offenem Ausgang** . . . . . 239

MARKUS KISSLING

**SPACEWALK – Kunst als Trainingsraum** . . . . . 244

BERNHARD KÖNIG

**Um den heißen Brei. Kulturvermittlung als Dienstleistung,  
Konzertbüro Köln** . . . . . 251

ANNE KRAUSE, TANJA SCHOMAKER, LENA ZIESE

**Arthur Berlin: Eigene Wege gehen** . . . . . 260