

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