



# MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN

WEITERBILDUNGSPROGRAMM MIT ZERTIFIKAT

FEBRUAR 2020 – NOVEMBER 2020

Freie Universität



Berlin

**ZEITRAUM**

Februar 2020 – November 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
- Fachhochschule Potsdam
- Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
- TU München, School of Education

# MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN

---

WEITERBILDUNGSPROGRAMM MIT ZERTIFIKAT

---

## INHALTSVERZEICHNIS

---

<b>VORWORT</b>	<b>5</b>
<b>MODULE</b>	<b>6</b>
Modul V01: Das Museum im Wandel: Strategisches Management	7
Modul V02: Kommunikation in einem modernen Museum	9
Modul V03: Ausstellungsmanagement	10
Modul V04: Kommunikation / Pressearbeit / Sponsoring	11
Modul V05: Museum & Besucher: Ausstellung / Vermittlung / Kulturelle Bildung	13
Modul V06: Rechtsfragen in Museen	15
Modul V07: Qualitätsmanagement / Qualitätssicherung	16
Modul V08: Grundlagen des Museumsmarketings	17
Modul V09: Finanz- und Kostenmanagement und Digitale Transformation im Museum	18
<b>DOZENT/INNENTEAM</b>	<b>21</b>
<b>TEILNAHMEBEDINGUNGEN</b>	<b>24</b>
<b>ANMELDEFORMULAR</b>	<b>27</b>
<b>IMPRESSUM</b>	<b>29</b>

## VORWORT

---

## MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN

Die modularisierte Qualifizierung mit Zertifikat für Volontär/innen in Museen beruht auf dem 2005 gestarteten Bausteinprogramm MUSEUMSMANAGEMENT des Weiterbildungszentrums der Freien Universität Berlin in Kooperation mit dem Institut für Museumsforschung, Staatliche Museen zu Berlin - Stiftung Preußischer Kulturbesitz und weiteren Partnern.

Kenntnisse und Instrumente der betriebswirtschaftlichen Organisation, des Fundraisings, der Effizienzsteigerung sowie Personalführung und Motivation, der Strategieentwicklung und der Zielgruppenorientierung, des Marketings und des Qualitätsmanagements sind für Mitarbeiter/innen von Museen – neben ihren an der Hochschule erworbenen wissenschaftlichen Fachkenntnissen – heute unerlässlich. Der Digitale Wandel spielt dabei eine immer größere Rolle, sowohl in der Erschließung als auch im Marketing und der Vermittlung.

Das Qualifizierungsprogramm MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN vermittelt dieses Wissen in praxisbezogenen Modulen und ergänzt damit die Kenntnisse und Fertigkeiten, die Volontärinnen und Volontäre in ihrer Tätigkeit im Museum erlangen. Die Dozent/innen sind Wissenschaftler/innen und Praktiker/innen aus verschiedenen deutschen Hochschulen, Museen und dem Institut für Museumsforschung sowie Expert/innen, die für Museen arbeiten.

Partner des Weiterbildungszentrums der Freien Universität Berlin für das Programm sind: das Institut für Museumsforschung, Staatliche Museen zu Berlin - Stiftung Preußischer Kulturbesitz, die Leuphana Universität Lüneburg, die Fachhochschule Potsdam, die Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin sowie die TU München School of Education.

Die Absolvent/innen erhalten ein Zertifikat, wenn sie acht von neun Modulen besucht haben. Die Teilnahme an Einzel-Modulen ist möglich, wenn ausreichend Plätze vorhanden sind. Veranstaltungsort ist das Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin.

*Christiane Preißler*

*Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin*

## MODULE

---



## MODUL V01

---

### DAS MUSEUM IM WANDEL: STRATEGISCHES MANAGEMENT

Jörn Brunotte, Kathrin Grotz, Prof. Dr. Volker Kirchberg,  
Frank von Hagel, Dr. Jana Wittenzellner

---

Mo/Di, 24./25.02.2020, Mo, 10.00 - 17.30, Di, 9.00 - 17.00 Uhr

---

#### SCHWERPUNKTE

- Die Museumslandschaft in Deutschland
- Paradigmenwechsel: Aufgabenveränderung im Museum
- Selbstverständnis und Rollenwandel der Museumsmitarbeiter/innen
- Museen als Medien der Musealisierung, der Stadtreparatur und des Stadtmarketings
- Neue Aufgaben
- Fokus Kunde: Bestandsaufnahme – IST-Zustand
- Finanzierung und Alternativen
- Die Sammlung als Managementinstrument

#### TAG 1

---

#### STRATEGISCHES MANAGEMENT

Kathrin Grotz, Prof. Dr. Volker Kirchberg

---

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 Besucher/innenorientierung 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. Besucher/innenorientierung muss nicht 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.

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 Notwendigkeit, sich als Anbieter von Produkten auf einem Markt zu positionieren
- Museen als Medien der Musealisierung, Stadtreparatur und des Stadtmarketings
- intensiver 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.

## **TAG 2**

### **DIE SAMMLUNG ALS MANAGEMENTINSTRUMENT / DIGITALES SAMMLUNGSMANAGEMENT**

**Jörn Brunotte, Frank von Hagel, 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:

- Das Sammeln als Grundlage des Museumsmanagements?
- Was sollte überhaupt gesammelt werden?
- Gibt es einen Etat dafür?
- Oder sollte „entsammelt“ werden?
- Welche Rolle spielt das Thema Provenienz?

Im Rahmen des digitalen Sammlungsmanagements wird die Erschließung der Sammlung thematisiert:

- Welche Methoden der Dokumentation von Sammlungsbeständen gibt es (Standard und Normdaten)?
- Wie können Objektinformationen online zur Verfügung gestellt und vernetzt werden?

*Das Expert/innengespräch vor Ort bietet einen aktuellen Einblick in die Praxis des Sammlungsmanagements des MEK sowie die Gelegenheit zu Nachfrage und Diskussion.*

## MODUL V02

---

### KOMMUNIKATION IN EINEM MODERNEN MUSEUM

---

Stefanie Kunz, Karin Lindemann

---

2 Termine (16 UE): Mo/Di, 23./24.3.2020,

---

Mo, 10.00 - 17.00 Uhr, Di, 9.00 - 16.00 Uhr

---

Die Teilnehmer/innen erhalten Einblick in die Vielschichtigkeit der Kommunikation. Sie bekommen Werkzeuge an die Hand, um die eigene Kommunikation zu verfeinern. Parallel dazu wird der Gruppenbildungsprozess begleitet.

Basierend auf konkreten Erfahrungen und durch Übungen erarbeiten die Teilnehmer/innen unterschiedliche Handlungsmöglichkeiten und reflektieren ihre eigenen Kommunikationsmuster. Ergänzend zum Verständnis fließen Theoriemodelle mit ein.

#### SCHWERPUNKTE

- Was ist Kommunikation?
- Was macht Gespräche schwierig und wie gehe ich damit um?
- Welche Kommunikationsstrategien gibt es und wie kommuniziere ich selbst?
- Was sind die Besonderheiten im Museum in Bezug auf Kommunikation?

## **MODUL V03**

---

### **AUSSTELLUNGSMANAGEMENT**

**Dipl. Ing. Ingo Plato, Jan-Christian Warnecke**

---

2 Termine (16 UE): Do/Fr, 23./24.4.2020,

Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

---

## **TAG 1 UND 2**

---

### **AUSSTELLUNGSMANAGEMENT**

**Dipl. Ing. Ingo Plato, Jan-Christian Warnecke**

---

Ausstellungen sind ein wichtiger Ausweis erfolgreicher Museumsarbeit. 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 Planung, 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 Teil nimmt Konzeption und Management aus der Perspektive der Ausstellungsplanung in den Blick und fragt nach den Voraussetzungen und Bedingungen für eine qualitätvolle Realisierung. Einzelne Instrumente des Ausstellungsmanagements werden im Verlauf des Seminars in praktischen Übungen erarbeitet: Projektstruktur- und Zeitpläne sowie die Leistungsbeschreibung für eine potentielle Ausstellungsgestaltung. Besonderes Augenmerk wird auf die Publikumsorientierung und das Verständnis der Bauherrenrolle gelegt.

## MODUL V04

### KOMMUNIKATION / PRESSEARBEIT / SPONSORING

Achim Klapp, N.N.

2 Termine (16 UE): Mo/Di, 25./26.5.2020,

Mo, 10.00 - 17.00 Uhr, Di, 9.00 - 16.00 Uhr

Museen brauchen Öffentlichkeit. Von entscheidender Bedeutung für die Zukunft des Museums ist die Wahrnehmung in den Medien und der Öffentlichkeit. Dazu bedarf es sowohl einer geeigneten Kommunikationsstrategie als auch effizienter Maßnahmen und Instrumente.

Der 1. Teil des Seminars gibt eine Einführung in die strategische Ausrichtung und taktische Umsetzung der Museumskommunikation innerhalb des Marketing-Managementprozesses. Anhand konkreter Beispiele werden die notwendigen Schritte zur Erarbeitung und Umsetzung eines Kommunikationskonzeptes erläutert. Der 1. Seminartag widmet sich dann ganz der Arbeit mit der Presse: 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? Wann und wie nutze ich Soziale Netzwerke?

In Teil 2 werden wir mit praktischen Übungen die vorgestellten Methoden und Strategien, wie die Vorbereitung von Meldungen und Materialien für die Presse, die effiziente Suche nach den passenden Journalist/innen, den Aufbau und die Pflege eines Presenetzes oder die Vorbereitung und Durchführung einer Pressekonferenz gemeinsam erarbeiten.

Museen sind zunehmend gehalten, Drittmittel und Museumspartner zu akquirieren. Die Anbahnung einer erfolgreichen Partnerschaft zwischen Wirtschaft, Medien und Museen und die Beschaffung von Geld ist eine große Herausforderung für die Kulturinstitutionen. Deshalb werden im Seminar auch die Grundlagen einer erfolgreichen Sponsoring- und Kooperationsstrategie vorgestellt. Dabei gehen wir praxisorientiert einer Vielzahl von Fragen nach, etwa:

- Wie wird eine Institution attraktiv für Partner aus der Wirtschaft?
- Wie finde ich einen Medienpartner?
- Welche Angebote sind interessant für Sponsoren und Medienpartner?

- Wie lassen sich diese Produkte mit der eigentlichen Aufgabe der Institution in Einklang bringen?
- 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?
- Was muß ich bei Verträgen mit Sponsoren und Kooperationspartnern beachten?

Ganz bewusst soll mit Projektbeispielen der Teilnehmer/innen praxisnah gearbeitet und Zeit für die eigenen Beispiele und den Erfahrungsaustausch gelassen werden.

## MODUL V05

### MUSEUM & BESUCHER: AUSSTELLUNG / VERMITTLUNG / KULTURELLE BILDUNG

Heike Kropff, Prof. Nicola Lepp,

Prof. Dr. Annette Noschka-Roos, Patrick Presch

3 Termine (24 UE): Mi/Do/Fr, 24./25./26.6.2020,

Mi, 10.00 - 17.00 Uhr, Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

#### TAG 1

Heike Kropff, Patrick Presch

Am ersten 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?

#### TAG 2 UND 3

Prof. Nicola Lepp, Prof. Dr. Annette Noschka-Roos

Die Ausstellung ist das zentrale Medium, über welches das Museum mit seinen Besucher/innen kommuniziert. Doch wie kommunizieren Ausstellungen eigentlich? Welche Medien und Methoden bestimmen die Kommunikation in einer Ausstellung? Seit der Öffnung der Museen in den 1970er Jahren in Bezug auf ihre Vermittlungsfunktion wurde ein breites Spektrum an Vermittlungsformen entwickelt – ausstellungsintegriert wie ausstellungsbegleitend. Welchen Regeln und Methoden sie folgen sowie die sammlungsübergreifenden Gemeinsamkeiten sind Thema des Kurses.

Im Zentrum steht die theoretische wie praktische Auseinandersetzung mit Kommunikationsprozessen in Ausstellungen, die aus der Perspektive von ausstellungintegrierten und –begleitenden Formaten sowie aus besucherorientierter und museumswissenschaftlicher Perspektive betrachtet werden.

Nach einer Erkundung vor Ort im Museum zu historisch unterschiedlichen musealen Ausstellungsformen wird vertiefend über die Beziehung von Objekt – Text – Raum – neue Medien referiert und gemeinsam diskutiert.

In Bezug auf die Ausstellungskommunikation werden in vergleichender Form mediale und personale Vermittlungsformate in kunst- und kulturgeschichtlichen Museen in den Blick genommen.

Eine Exkursion zu sammlungsübergreifenden Best-practice-Beispielen unterstützt anschaulich die theoretische Analyse von Regeln und Methoden für die museale Ausstellungs- und Vermittlungspraxis. Diskussionen und Workshops bieten Gelegenheit, die entwickelten Kategorien einer besucher- wie objektorientierten Ausstellungskommunikation anzuwenden und zu vertiefen.



## MODUL V06

---

### RECHTSFRAGEN IN MUSEEN

---

**Dr. Sabine Lang, Carola Thielecke, Börries von Notz**

---

2 Termine (16 UE): Do/Fr, 20./21.08.2020,

---

Do, 10.00 - 17.00 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

## MODUL V07

### QUALITÄTSMANAGEMENT / QUALITÄTSSICHERUNG

N.N.

2 Termine (16 UE): Do/Fr, 17./18.9.2020,

Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 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.

## **MODUL V08**

---

### **GRUNDLAGEN DES MUSEUMSMARKETINGS**

---

**Silke Oldenburg, Prof. Dr. Oliver Rump**

---

**2 Termine (16 UE): Do/Fr, 22./23.10.2020,**

---

**Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr**

---

Im Seminar wird Marketing mit seinen Instrumenten im Management von Museen einerseits in seiner Breite vorgestellt, andererseits soll Marketing als Notwendigkeit und Grundphilosophie der Arbeit heutiger Museen vermittelt werden.

In der Veranstaltung wird die Entwicklung vom produkt- zum besucherorientierten Marketing aufgezeigt. Die Relevanz der Besucherorientierung und -bindung sowie das strategische Marketing stehen dabei im Zentrum. Weiterhin werden wir Ihnen die jüngste Marketingdisziplin, das Brand Management, in seiner Bedeutung für Museen erläutern. Neuere Entwicklungen, wie zum Beispiel das werteorientierte Marketing und Social Media, sollen anhand von Beispielen nachvollzogen und ihre Relevanz und Folgen in ihrer gesellschaftlichen Tragweite diskutiert werden.

#### **SCHWERPUNKTE**

- Brand Management (CI / CD / Branding / Markenbildung)
- Besucher/innenorientierung / -bindung
- Marketingstrategien
- Ausstellungsmarketing
- Markt- und Publikumsforschung
- Service im Museum
- Touristische Vermarktung
- Online Marketing & Social Media

## MODUL V09

---

### FINANZ- UND KOSTENMANAGEMENT UND DIGITALE TRANSFORMATION IM MUSEUM

---

Christoph Deeg, Uwe Hanf, Prof. Dr. Oliver Rump

---

2 Termine (16 UE): Mi/Do/Fr, 11./12./13.11.2020,

---

Mi, 10.00 - 17.00 Uhr, Do, 10.00 - 17.00 Uhr, Fr, 9.00 - 16.00 Uhr

---

## TAG 1

---

### DIGITALE TRANSFORMATION IM MUSEUM

---

Christoph Deeg

---

Die Arbeit von Museen befindet sich im Prozess eines permanenten Wandels. Ein besonders starker Motor ist dabei heute die digitale Transformation. Sie wirkt sich im Museum insbesondere auf drei große Bereiche aus: Die Erschließung, die Kulturvermittlung und das Museumsmarketing. Im Idealfall gelingt es, eine Gesamtstrategie für ein Museum zu entwickeln, die alle Bereiche berücksichtigt und gleichzeitig sowohl das Digitale als auch das Analoge miteinander verbindet. Dies ist eindeutig eine Managementaufgabe und damit eine Herausforderung an die zukünftigen Führungskräfte in Museen.

Dieser Tag will einen Überblick über aktuelle Entwicklungen des digitalen Wandels geben und Ansatzpunkte für eine Strategieentwicklung aufzeigen.

Was ist in den letzten 10 Jahren im Bereich Museum 3.0 passiert?

- Digitalisierung
- Social Media
- Gamification
- Mobile Internet und Smartplaces

Was bedeutet das für die Museumsarbeit?

- digital-analoge Erschließung
- digital-analoge Kulturvermittlung
- digital-analogen Museumsmarketing
  
- Wie bereitet man ein Museum auf diesen Wandel vor?
- Innovationsmanagement am Beispiel „Horizon Report“
- Organisationsentwicklung für digital-analogen Museumskonzepte

- Das Museum als digital-analoger Ort
- Unique Experiences
- kulturelle Smartplaces
- Wege zu neuen analog-digitalen Museumswelten

## **TAG 2 UND 3**

### **Uwe Hanf, Prof. Dr. Oliver Rump**

---

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 sowie Fragen und Beispiele aus der Praxis der Teilnehmenden ergänzen das Seminar.

## DOZENT/INNENTEAM

---

## DOZENT/INNENTEAM

---

### KONZEPTION

---

Institut für Museumsforschung,  
Staatliche Museen zu Berlin –  
Stiftung Preußischer Kulturbesitz

### DOZENT/INNEN

---

#### **Jörn Brunotte M.A.**

:beramus – Museumsberatung Berlin und  
Culture to go – Kulturführungen mit mobilen Medien,  
Geschäftsführer

#### **Christoph Deeg**

Berater und Speaker für die Bereiche Social-Media-Management, Gamifikation und digital-analoge Strategien

#### **Kathrin Grotz**

Institut für Museumsforschung,  
Staatliche Museen zu Berlin –  
Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Stellvertretende Leiterin

#### **Uwe Hanf**

Fachhochschule Potsdam, Studiengang Kulturarbeit

#### **Prof. Dr. Volker Kirchberg**

Leuphana Universität Lüneburg,  
Lehrstuhl für Kulturvermittlung und Kulturorganisation

#### **Achim Klapp**

Achim Klapp Medienberatung, Berlin

#### **Heike Kropff**

Staatliche Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz  
Abteilungsleitung Bildung/Kommunikation

#### **Stefanie Kunz**

Krisen und Chancen  
Coaching | Organisationsberatung | 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

**Prof. Dr. Annette Noschka-Roos**

TUM School of Education, München

**Silke Oldenburg M.A.**

Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg, Leiterin Marketing

**Ingo Plato**

res d, design und architektur, Köln, Architekt BDA

**Patrick Presch**

Staatliche Museen zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz,  
Bildung, Vermittlung, Besucherdienste

**Prof. Dr. Oliver Rump**

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin,  
Studiengang Museumskunde

**Carola Thielecke**

Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Referentin im Justizariat

**Frank von Hagel**

Institut für Museumsforschung - Stiftung Preußischer Kulturbesitz,  
Projekt SPK-digital

**Börries von Notz**

Stiftung Nantesbuch gGmbH, Sprecher der Geschäftsleitung

**Jan-Christian Warnecke, Dipl. Kommunikationswirt**

Landesmuseum Stuttgart, Leiter Projektsteuerung, Restaurierung  
und Werkstätten

**Dr. Jana Wittenzellner**

Museum für Europäischer Kulturen  
Staatliche Museen zu Berlin - Stiftung Preußischer Kulturbesitz  
Kuratorin



## TEILNAHMEBEDINGUNGEN

---

## TEILNAHMEBEDINGUNGEN

---

### ANMELDUNG

Bitte melden Sie sich zu den Veranstaltungen per Online-Anmeldeformular oder schriftlich durch Übersendung des unterzeichneten Anmeldeformulars per Post, Fax oder E-Mail an. Mit Übersendung des Anmeldeformulars erkennen Sie diese Teilnahmebedingungen an. Die Anmeldung zu der ausgewählten Veranstaltung ist zu den angegebenen Konditionen verbindlich. Nach Eingang der 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 an der Veranstaltung (Seminarbestätigung) wird i. d. R. vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn per E-Mail versandt. 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 für die Veranstaltungunterlagen.

### TEILNAHMEGEBÜHR VOLONTÄR/INNEN

**MODUL 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8:** je 215,- €

**MODUL 5 UND 9:** je 320,- €

### ZERTIFIKATSPREIS

Bei Buchung aller neun Module bleibt ein zweitägiges Modul unberechnet. Der Zertifikatspreis beträgt dann 1.930,- €.

Bei Vorauszahlung des Gesamtpreises erhalten Sie einen zusätzlichen Rabatt von 5 %: 1.834,- €.

Die Teilnehmer/innen des modularen Weiterbildungsprogramms MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN erhalten ein Zertifikat, wenn sie acht von neun Modulen absolviert haben.

## **RÜCKTRITT**

Ein Rücktritt ist 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 vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn: Bearbeitungspauschale 20,- €.
- Rücktritt bis 5 Arbeitstage vor Veranstaltungsbeginn: 50% des Teilnahmeentgelts.

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

## **DURCHFÜHRUNG**

Ein Anspruch auf Durchführung der Veranstaltung besteht nicht. Das Weiterbildungszentrum behält sich Änderungen im Programmablauf und bei den angekündigten Dozentinnen und Dozenten 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 Leben der 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**

Ihre personenbezogenen Daten werden ausschließlich zum Zweck der Veranstaltungsabwicklung verwendet. Eine Weitergabe an Dritte erfolgt nicht.

Frau Herr

Titel

Name, Vorname

Geb. Datum

Ausgeübte Tätigkeit

Dienststelle und Anschrift (oder Privatanschrift)

Tel

Tel mobil

Mail

Gewünschte Zahlungsmodalität

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

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

Die Teilnahmebedingungen erkenne ich an.

Ich bin einverstanden, dass die auf dem Anmeldeformular angegebene E-Mail-Adresse zur Registrierung bei der Online-Lernplattform der Freien Universität Berlin, Blackboard, benutzt werden darf.

Datum

Unterschrift

Bitte melden Sie sich per Online-Formular über unsere Homepage  oder schriftlich per Post, Fax oder Mail an bei:

Weiterbildungszentrum der Freien Universität Berlin,

Otto-von-Simson-Str. 13, 14195 Berlin

Fax: 030 / 838 4579 60

Mail: [museen@weiterbildung.fu-berlin.de](mailto:museen@weiterbildung.fu-berlin.de)

Bitte beachten Sie auch die Rückseite 

*Hiermit melde ich mich zu folgenden Modulen an:*

- ☐ **ZERTIFIKATSPROGRAMM: 24.2. - 13.11.2020**  
Modul V01 - V09  
[online-Anmeldung](#)
  
- ☐ **MODUL V01: 24./25.2.2020**  
Das Museum im Wandel: Strategisches Management  
[online-Anmeldung](#)
  
- ☐ **MODUL V02: 23./24.3.2020**  
Kommunikation in einem modernen Museum  
[online-Anmeldung](#)
  
- ☐ **MODUL V03: 23./24.4.2020**  
Ausstellungsmanagement  
[online-Anmeldung](#)
  
- ☐ **MODUL V04: 25./26.5.2020**  
Kommunikation / Pressearbeit / Sponsoring  
[online-Anmeldung](#)
  
- ☐ **MODUL V05: 24./25./26.06.2020**  
Museum & Besucher: Ausstellung / Vermittlung /  
Kulturelle Bildung  
[online-Anmeldung](#)
  
- ☐ **MODUL V06: 20./21.8.2020**  
Rechtsfragen in Museen  
[online-Anmeldung](#)
  
- ☐ **MODUL V07: 17./18.9.2020**  
Qualitätsmanagement / Qualitätssicherung  
[online-Anmeldung](#)
  
- ☐ **MODUL V08: 22./23.10.2020**  
Grundlagen des Museumsmarketings  
[online-Anmeldung](#)
  
- ☐ **MODUL V09: 11./12./13.11.2020**  
Finanz- und Kostenmanagement und Digitale Trans-  
formation im Museum  
[online-Anmeldung](#)

**HERAUSGEBER**

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

**KONZEPTION**

Institut für Museumsforschung,  
Staatliche Museen zu Berlin –  
Stiftung Preußischer Kulturbesitz

**VERANTWORTLICH**

Christiane Preißler

**SACHBEARBEITUNG**

David Baig

**LAYOUT**

Karen Olze, Produkt und Grafik Design  
Murat Koçyigit

**UMSCHLAGFOTO**

Neues Museum, Ägyptischer Hof (Raum 1.12)  
© bpk/Linus Lintner

## **MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN**

Das Weiterbildungsprogramm richtet sich an Volontärinnen und Volontäre in Museen aller Sparten. Kenntnisse und Instrumente der Strategieentwicklung in Bezug auf alle relevanten Management-Bereiche des Museums werden vermittelt. Es geht dabei um die Sammlung als Managementinstrument, die betriebswirtschaftliche Organisation und Effizienzsteigerung, Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring, Vermittlung, Personalführung und Motivation, Marketing und Qualitätsmanagement.

Das Qualifizierungsprogramm MUSEUMSMANAGEMENT FÜR VOLONTÄR/INNEN will dieses Wissen in praxisbezogenen Seminaren vermitteln und damit die Kenntnisse und Fertigkeiten ergänzen, die die Volontärinnen und Volontäre in ihrer Tätigkeit im Museum erlangen. Die Dozent/innen sind in Wissenschaft und Praxis an verschiedenen deutschen Hochschulen, Museen und dem Institut für Museumsforschung sowie als Expert/innen für Museen tätig.

### **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](mailto: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](mailto:david.baig@fu-berlin.de)

[www.fu-berlin.de/wbz/museen](http://www.fu-berlin.de/wbz/museen)