

Kulturmanagement für Kunstschaffende in der Kulturellen Bildung

Wenn Kunstschaffende kooperative Projekte in der kulturellen Bildungs- und Vermittlungsarbeit durchführen, haben sie es immer auch mit der Bearbeitung von Rahmenbedingungen in oftmals unbekanntem Systemen zu tun. Der Bereich des Kulturmanagements vermittelt Strategien und Methoden des Projektmanagements, der Finanzierung, des Marketings, der PR und des Audience Developments für kulturelle Projektarbeit.

RATGEBER FÜR KÜNSTLER:INNEN ZUM THEMA SELBSTMANAGEMENT

Bernecker, Michael/Beilharz, Felix (2012): Social Media Marketing: Strategien, Tipps und Tricks für die Praxis. Köln: Johanna Verlag (2. Auflage).

Gause, Alina (2021): Anbieten ohne Anbiedern – Selbstmarketing für Kreative. Ein psychologischer Ratgeber. Berlin: Springer.

Knieß, Katharina (2012): Kunst in die Öffentlichkeit. PR-Handbuch für Künstler und Galerien, Museen und Hochschulen. Bremen: Viola Falkenberg Verlag.

Popakademie Baden-Württemberg (2010): Leitfaden V. 1.01 Online Künstler-Selbstvermarktung: <https://docplayer.org/3303652-Online-kuenstler-selbst-vermarktung.html>. [letzter Zugriff am 16.02.2022].

Reither, Saskia (2012): Kultur als Unternehmen. Selbstmanagement und unternehmerischer Geist im Kulturbetrieb. Wiesbaden: Springer.

Ritterskamp, Julia (2018): Erste Schritte im Kunstbetrieb – Selbstvermarktung für junge Künstler: https://www.labk.nrw/wp-content/uploads/2018/10/Leitfaden_Erste-Schritte-im-Kunstbetrieb_18102018_final.pdf [letzter Zugriff am 16.02.2022].

Ross, Ina (2013): Wie überlebe ich als Künstler? Eine Werkzeugkiste für alle, die sich selbst vermarkten wollen. Bielefeld: transcript Verlag.



Schneidewind, Petra/Tröndle, Martin (2003): Selbstmanagement im Musikbetrieb. Handbuch für Musikschaaff ende. Bielefeld: transcript Verlag.

Schwarzer, Yvonne (2005): Über die Kunst, Kunst zu verkaufen. Witten: Ars Momentum.

Schwarzer, Yvonne (2007): 99 Tipps für Künstler. Künstlersein zwischen Kreativität und Selbstmanagement. Witten: Ars Momentum.

Weinhold, Kathrein (2005): Selbstmanagement im Kunstbetrieb. Handbuch für Kunstschaffende. Bielefeld: transcript Verlag.

Werth, Lioba (2019): Als Künstler erfolgreich sein: Was Sie als Künstler über Sozialkompetenz, Selbstmanagement und Selbstmarketing wissen müssen. Norderstedt: Books on Demand.

Zack, Devora (2012): Networking für Networkinghasser. *Off enbach: Gabal Verlag.*

<https://kuenstlerische-interventionen.de>

Gefördert durch:

**STIFTUNG
MERCATOR**

In Zusammenarbeit mit:

**Bundesakademie
für Kulturelle Bildung**
• Wolfenbüttel

Kontakt Projektbüro:

Pia Wagner
Tel: 05121-883 20109
Mobil: 0175-900 8918
zertifikatskurs@uni-hildesheim.de



Projekträger:

Stiftung Universität Hildesheim
Institut für Kulturpolitik
Universitätsplatz 1
D 31141 Hildesheim

