



SEMINARPROGRAMM
**KULTUR
WIRTSCHAFT**

JANUAR – DEZEMBER 2011

Programmübersicht

		SEITE
13.02.–15.02.	KARIN JANNER, HENNING KRIEG	
03.04.–05.04.	stART Education – Web 2.0 für den Kulturbetrieb	10
25.02.–27.02.	MANDY RISCH-KERST No Show, Late Show, Bad Show – Erfolgreiche Vertragsgestaltung im Kulturbetrieb	12
04.03.–06.03.	ASTRID BOMHARDT Kein Marketing ohne Kommunikation Presse- und Medienarbeit für Kultureinrichtungen	13
01.04.–03.04.	PROF. DR. ARMIN KLEIN Kulturmarketing muss sein!	14
15.04.–17.04.	DR. PETRA SCHNEIDEWIND Betriebswirtschaftliche Steuerung und ihre Datenquellen. Einführung in das Informationssystem Rechnungswesen	15
06.05.–08.05.	HANS-CONRAD WALTER Kultursponsoring – Kommunikation im magischen Dreieck von Kultur, Wirtschaft und Medien	16
10.06.–12.06.	CHRISTOPH BAUMANN S Gute Geschichten, gute Kommunikation. Storytelling vom 1. Satz bis zum wirkungsstarken Einsatz	21

Programmübersicht

SEITE

01.07.–03.07.	MANDY RISCH-KERST KSK, GEMA, Versicherungen – Rechtsgrundlagen und Einsparpotentiale im Kulturbetrieb	22
02.09.–04.09.	GUIDO FROESE Kleines Budget – große Wirkung. (Wie) Funktioniert Guerilla-Marketing im Kulturbetrieb?	23
14.10.–16.10.	DR. JOCHEN ZULAUF Zwischen ästhetischer Autonomie und Servicekultur. Qualitätsmanagement für Kulturbetriebe	24
21.10.–23.10.	DR. PETRA SCHNEIDEWIND Betriebswirtschaftliche Steuerung und ihre Datenquellen. Einführung in das Informationssystem Rechnungswesen	25
04.11.–06.11.	NORA WEGNER Besucherforschung und Evaluation. Nutzen, Methoden und Anwendung	26
02.12.–04.12.	BERNWARD TUCHMANN Gutes Marketing verkauft nicht die Kultur, sondern Eintrittskarten. Vertriebsmarketing im Kulturbetrieb	27

Kultur Marketing Management

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Freunde des Nordkollegs,

die Seminarreihe »Kultur Marketing Management« geht ins zweite Jahr. Die zunehmende Bedeutung von Kulturmanagern ist kein kurzfristiger Trend, ganz im Gegenteil, sie ist eine notwendige Folge veränderter gesellschaftlicher Rahmenbedingungen. Dabei ist die Kombination aus Fachkompetenz durch ein spezifisches Studium und Kulturmanagement immer noch die optimale, die bevorzugte Lösung. Daher ist es sowohl für Berufseinsteiger als auch für Praktiker in Kultur, Kulturverwaltung, Kulturvermittlung und Kulturwirtschaft unumgänglich, an den eigenen Qualifikationen zu arbeiten und das persönliche Profil zielgerichtet zu entwickeln. Praktisches Wissen in betriebswirtschaftlichen Themen und im Management wird genauso gefordert wie Kenntnisse in Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Der Kulturmanager von heute muss strategisch denken, Finanz- und Marketingpläne entwickeln sowie das Controlling im Blick haben.

Der Fachbereich KulturWirtschaft hat im vergangenen Jahr mit seiner Seminarreihe »Kultur Marketing Management« auf die neuen Anforderungen an ein zeitgemäßes Kulturmarketing reagiert. 2011 wird die Seminarreihe um die Aspekte BWL und Rechtsfragen im Kulturbetrieb erweitert, um den Ansprüchen und dem steigenden Erfolgsdruck des Kulturmarketings zu begegnen.

Mit der Weiterbildung »Web 2.0 im Kulturbetrieb« reagieren wir auf die stetig wachsende Bedeutung des Themas Social Media.

Die Inhalte werden in kompakten Wochenendseminaren praxisorientiert erarbeitet. Die Vermittlung erfolgt durch Vorträge, Diskussionen und in Gruppenarbeit. Im Kern steht die konkrete Realisierbarkeit in der täglichen Praxis.

Die Seminare können einzeln gebucht werden. Ausnahme bildet die Weiterbildung »Web 2.0 für den Kulturbetrieb« – diese ist nur kompakt, zusammengesetzt aus drei Modulen, buchbar.

Um das vom Nordkolleg ausgestellt Zertifikat »Kultur Marketing-Manager« zu erlangen, müssen mindestens 8 Module gebucht und eine Prüfung abgelegt werden. Die Weiterbildung »Web 2.0 für den Kulturbetrieb« kann mit 2 Modulen für das Zertifikat angerechnet werden.

UMFANG | DAUER

Die Seminarreihe bietet 10 Präsenzmodule von Februar bis Dezember, in denen jeweils ein aktuelles Thema des Kulturmarketings im Mittelpunkt steht. Hinzu kommen 2 Module zum Themenbereich BWL und 2 zum Themenbereich Recht im Kulturbetrieb. Die Teilnehmergruppe trifft zur Vorbesprechung mit der Referentin/dem Referenten am Freitagabend zusammen; das Seminar findet am Samstag und Sonntag statt. Eine Ausnahme ist die Weiterbildung »Web 2.0 im Kulturbetrieb«.

Kultur Marketing Management

KOSTEN

Die Kosten je Modul betragen 190,00 € Kursgebühr (Ausnahme Web 2.0) plus 80,00 € Übernachtung und Verpflegung. Bei der Buchung des Zertifikats »Kultur Marketing-Manager«, bestehend aus mindestens 8 Modulen, wird ein Rabatt von 15% auf die Kursgebühr erlassen, wie auch für jedes weitere Modul. Die Kosten betragen 1.292,00 € Kursgebühr plus 640,00 € für Übernachtung und Verpflegung (insgesamt 1.932,00 €) zahlbar in Monatsraten ab dem ersten belegten Modul.

Bei Wahl der Weiterbildung »Web 2.0 für den Kulturbetrieb«, die zwei Modulen entspricht, betragen die Kosten 1.364,25 € Kursgebühr plus 640,00 € für Übernachtung und Verpflegung (insgesamt 2.004,25 €) – zahlbar in Monatsraten ab dem ersten belegten Modul.

ZERTIFIKATSBEDINGUNGEN | PRÜFUNGEN

Basis für einen erfolgreichen Abschluss zum »Kultur Marketing-Manager« (Zertifikat des Nordkolleg) ist die Teilnahme an mindestens 8 Modulen sowie die Anfertigung einer Hausarbeit (Umfang: 20–25 Seiten). Das Thema der Hausarbeit wird individuell gestellt.

VORAUSSETZUNGEN

Teilnehmende sollten über ein abgeschlossenes Studium oder eine abgeschlossene Berufsausbildung bzw. über nachweisbare Erfahrungen im Kulturbereich verfügen. Ein ausgeprägtes Interesse an Kultur & Wirtschaft wird vorausgesetzt.

Ihre Ansprechpartner im Kompetenzzentrum KulturWirtschaft Nord:

Stefanie Kruse | Referentin der Geschäftsführung | +49 (0) 4331 14 38 21
stefanie.kruse@nordkolleg.de

Ingmar Mumm | Fachbereichsassistent | +49 (0) 4331 14 38 40
ingmar.mumm@nordkolleg.de

Informationen zur Anmeldung

Seminaranmeldungen sind nur in schriftlicher Form möglich. Bitte melden Sie sich deshalb nur online über die entsprechende Seminarseite auf unserer Internetpräsenz an, senden ein Fax, einen Brief oder schicken eine E-Mail.

Seminare am Nordkolleg Rendsburg enthalten grundsätzlich Übernachtung(en) im Doppelzimmer und Vollverpflegung (Ü/V). Sollten Sie keine Übernachtung wünschen, so gewähren wir 10,00 € Rabatt pro Nacht. Verpflegungsleistungen sind in jedem Falle Bestandteil der Seminare. Wünschen Sie die Unterbringung in einem Einzelzimmer, so berechnen wir einen Aufschlag in Höhe von 15,00 € pro Nacht.

Bei Buchung bis zwei Monate vor Kursbeginn erhalten Sie einen Frühbucherrabatt in Höhe von 10% des Betrags der Kursgebühr abzüglich einer eventuellen Ermäßigung.

Optional bietet das Nordkolleg Rendsburg in Zusammenarbeit mit HanseMercur eine Seminarrücktrittsversicherung an. Diese Versicherung muss separat abgeschlossen werden.

Unsere vollständigen AGB finden Sie auf www.nordkolleg.de. Dort erhalten Sie auch detaillierte Informationen zu den Preisen unserer Seminare.

Fördermöglichkeiten

Lassen Sie sich Ihre Fortbildung am Nordkolleg Rendsburg fördern! Die Bundesregierung bietet mit dem Weiterbildungsförderprogramm »Bildungsprämie« ein attraktives und wirkungsvolles Förderinstrument an. Anspruchsberechtigt sind Erwerbstätige – egal ob Arbeitnehmer oder Selbstständige –, die folgende Kriterien erfüllen:

- Fortbildungsabsicht muss vorhanden sein,
- Anmeldung zur gewünschten Fortbildung darf noch nicht erfolgt sein,
- das zu versteuernde Jahreseinkommen des Vorjahres übersteigt nicht den Betrag von 25.600, 00 € bzw. 51.200,00 € bei gemeinsam Veranlagten,
- noch keine Förderung über die Bildungsprämie im laufenden Jahr in Anspruch genommen,
- die Fortbildung muss der beruflichen Weiterqualifizierung dienen, wobei auch die Fortbildung zu Zwecken einer Nebenerwerbstätigkeit darunter zählt.

Sofern diese Kriterien erfüllt sind, ist eine Beratungsstelle aufzusuchen, in der ein Prämienutschein beantragt werden kann. Mit dem Prämienutschein wird Ihre Fortbildung mit 50% der Seminarkosten gefördert, höchstens jedoch mit 500,00 €. Da nur ein Prämienutschein pro Jahr beantragt werden kann, können Sie auch aufeinander aufbauende Seminare als Module für die Erlangung eines Fortbildungsziels anerkennen lassen.

Weitere Informationen zur Bildungsprämie finden Sie unter www.bildungspraemie.info oder zusammen mit Informationen über weitere Förderprogramme unter www.nordkolleg.de/?id=foerderung.

Anreise zum Nordkolleg Rendsburg



Impressum:

Nordkolleg Rendsburg

Am Gerhardshain 44

D-24768 Rendsburg

Tel. +49 (0) 4331 14 38 0

Fax +49 (0) 4331 14 38 20

www.nordkolleg.de

info@nordkolleg.de

V.i.S.d.P.: Guido Froese

Rendsburg ist sowohl mit der Bahn als auch mit dem Auto gut erreichbar. Vom **Rendsburger Bahnhof** aus verkehren regelmäßig die Buslinien 10, 11 und 12 in Richtung Martinshaus, die Sie bis zur Haltestelle »Martinshaus« nutzen können. Von dort folgen Sie rechterhand den Hinweisschildern durch die Straße »Am Gerhardshain« (etwa 5 – 10 Minuten Fußweg).

Mit dem **Auto** von Hamburg oder Flensburg kommend befahren Sie die Autobahn A 7 und wechseln am Autobahnkreuz Rendsburg auf die A 210 in Richtung Rendsburg Mitte, Schacht-Audorf. Nach einigen Kilometern erreichen Sie die Ausfahrt zur B 77 in Richtung St. Peter-Ording, Husum. Sie unterqueren den Nord-Ostsee-Kanal und verlassen die B 77 unmittelbar danach an der Abfahrt Rendsburg-Mitte; ab hier ist die Zufahrt zum Nordkolleg ausgeschildert.

Detailliertere Informationen zu unseren Seminaren und die Möglichkeit zur Online-Buchung finden Sie unter www.nordkolleg.de/kalender

JEWELNS VON Sonntag, 18.00 Uhr **BIS** Dienstag, 15.00 Uhr **ANMELDE-
SCHLUSS** 24.01.2011 **KURSGEBÜHR** 465,00 € | zzgl. 160,00 € Ü/VP (Die
Weiterbildungsgebühr kann in drei Raten à 155,00 € gezahlt werden.)
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 15

MODUL I	vom 13.02. bis 15.02.	(K01a/2011)
MODUL II	online-Betreuung	(K01b/2011)
MODUL III	vom 03.04. bis 05.04.	(K01c/2011)

Das Thema Social Media erfährt stetig wachsende Aufmerksamkeit. Weltweit sind zwei Drittel aller Internetuser aktive Social Media-Nutzer und die Tendenz ist weiter steigend. Eine Entwicklung, die auch Kulturbetriebe vor eine neue Situation stellt. Plattformen wie Twitter, Blogs, Facebook und Co. bieten große Chancen und Vorteile gegenüber der klassischen Kommunikation. Voraussetzung ist jedoch, dass Social Media als authentische Kommunikationsmedien genutzt werden. Die Partizipation muss gelebt und der Transparenz Bedeutung beigemessen werden.

KARIN JANNER | stARTconference, Berlin



» Social Media bergen großes Potenzial für Kulturbetriebe. Dafür muss man Philosophie und Kommunikationsstruktur dieser Medien verstehen. «

Eine Weiterbildung des Nordkolleg Rendsburg in Kooperation mit der stARTconference

Was bedeutet das für den Kulturbetrieb?

Wie wird in diesem neuen Medium kommuniziert?

Welche der vielen Tools sind wirklich nützlich?

Welche Ziele können damit erreicht werden und mit welcher Strategie geht man vor?

Welche Risiken gibt es zu beachten?

Im Kern der Weiterbildung stehen die konkrete Realisierbarkeit in der täglichen Praxis sowie die Umsetzung. Zwischen den beiden Präsenzmodulen findet im Online-Forum ein ständiger Austausch der Teilnehmer untereinander sowie mit den Dozenten statt. Ferner werden über das Forum praktische Aufgaben an die Teilnehmer gestellt. Neben der selbst erarbeiteten Web 2.0-Strategie für die eigene Einrichtung oder das eigene Projekt erhält jeder Teilnehmer ein vom Nordkolleg ausgestelltes Zertifikat.

st
art.
education

Rechtsanwalt, Berlin | HENNING KRIEG

» Dass das Internet kein rechtsfreier Raum ist, dürfte längst allen klar sein. Und so gelten auch für den Einsatz von Social Media-Plattformen Spielregeln, die man einhalten sollte – insbesondere dann, wenn man sie professionell einsetzen will. «



VON Freitag, 25.02.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 27.02.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 07.02.2011 KURSGEBÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Erfolgreiche Vertragsgestaltung der Konzert – und Veranstaltungsverträge

Schon die Wahl der passenden Vertragskonstruktion stellt häufig auch erfahrene Praktiker vor Probleme: Aufführungs-, Konzert-, Vermittlungs-, Künstler- und Gastspielverträge, Management- oder Agenturverträge – die Begriffsvielfalt ist verwirrend, Fallstricke lauern im Verborgenen. Die Vortragende spannt am ersten Tag den Bogen von den branchentypischen Problemen beim Zustandekommen von Verträgen, über die konkrete Vertragsgestaltung bis hin zum erfolgreichen Vertragsabschluss.

Stornokosten und andere Folgen bei Absage des Künstlers durch den Veranstalter

Häufig unterschätzt der Veranstalter, dass die Buchung des Künstlers nicht einfach mit einem Anruf rückgängig gemacht werden kann. Welche Folgen und Kosten mitunter auf ihn zukommen können, wird im Vortrag systematisch unter Verwendung praxisnaher Beispielfälle herausgearbeitet. Die Teilnehmer sollen für die zu beachtenden Rechtsvorschriften sensibilisiert werden und die Grundsätze des Vertrags- und Haftungsrechts verstehen.

MANDY RISCH-KERST | Event Lawyers, Berlin



» Haben Sie lieber Ihren Auftritt auf der Bühne als vor Gericht. «

Kein Marketing ohne Kommunikation – Presse- und Medienarbeit für Kultureinrichtungen

VON Freitag, 04.03.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 06.03.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 14.02.2011 KURS GEBÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, Fernsehen und Onlinemedien spielen in der Öffentlichkeitsarbeit eine zentrale Rolle: Über diese Kanäle werden die Zielgruppen erreicht.

Oft haben die Mitarbeiter in den Redaktionen jedoch nicht die Zeit, mit viel Aufwand die in Mengen eingehenden Pressemitteilungen zu verwerfen. Die Folge ist, dass viele Pressemitteilungen nicht beachtet werden, meist diejenigen, die bestimmte formale Kriterien nicht erfüllen oder von Journalisten auf den ersten Blick als unwichtig erachtet werden. Aber was kann unternommen werden, damit die Pressearbeit zum gewünschten Erfolg führt und die eigene Pressemitteilung ihr Ziel nicht verfehlt? Wie findet die eigene Kulturinstitution in den Medien ihren Platz?

In dem Wochenendseminar werden mit zahlreichen Tipps aus der Praxis die Instrumente der Pressearbeit (Pressemitteilung, Pressemappe, Pressekonferenz und Pressedokumentation) und das erforderliche Know how für eine messbar erfolgreiche Pressearbeit (PR-Konzeption und Auswertung, Presseverteiler und Kontaktpflege) vorgestellt und anhand von vielen Beispielen erarbeitet.

NDR Kultur, Hamburg | ASTRID BOMHARDT

» Konzeptionelle Planung, Kreativität, Professionalität und der »gute Draht« zur Presse führen zu erfolgreicher Pressearbeit. «



VON Freitag, 01.04.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 03.04.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 14.03.2011 KURSgebühr 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Längst genügt ein operatives Kulturmarketing nicht mehr, um die Besucherpotenziale auszuschöpfen. Deshalb braucht jede Kultureinrichtung ein strategisch orientiertes Kulturmarketing, das ausgehend von ihrer generellen Zielsetzung genau die Rahmenbedingungen analysiert: Wer sind unsere (potenziellen) Besucher? Wer ist und wie verhält sich die Konkurrenz? Wie entwickelt sich die Umwelt unserer Organisation langfristig? Was können wir (und was nicht)? Hierauf aufbauend sind entsprechende Strategien zu entwickeln: Wie wollen wir welche Zielgruppe erreichen? Dann ist der Instrumenteneinsatz zu planen: Welchen Preis nehmen wir? Wie sprechen wir die Zielgruppen an? Welchen Service bieten wir? Und schließlich ist zu kontrollieren, ob die Ziele tatsächlich erreicht wurden!

PROF. DR. ARMIN KLEIN | Pädagogische Hochschule Ludwigsburg



» Nur mit einem strategisch, d.h. langfristig nachhaltig orientierten Kulturmarketing lassen sich die Besucherpotenziale ausschöpfen. «

VON Freitag, 15.04.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 17.04.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 28.03.2011 KURS GEBÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Das Seminar möchte in das wirtschaftliche Denken und Handeln einführen, monetäre und nichtmonetäre Zielsetzungen vorstellen, die wichtigsten Grundbegriffe klären und systematisieren sowie die betrieblichen Prozesse herausarbeiten und auf Kulturbetriebe übertragen.

Das Rechnungswesen ist die zentrale Informationsquelle für Steuerungsinformationen in einem Betrieb und Schwerpunkt dieses Seminars. Es wird ein Gesamtüberblick über den Aufbau des Rechnungswesens gegeben und analysiert, welche Informationen die einzelnen Teilrechnungen für die Führung und Steuerung des Betriebes liefern. Der Weg führt vom Jahresabschluss (Bilanz und GuV) über die Kosten- und Leistungsrechnungen hin zu Berichten und Planungsrechnungen.

Die vermittelten betriebswirtschaftlichen Grundlagen sollen sicherstellen, dass der betriebswirtschaftliche Service effektiv genutzt werden kann. Auch Existenzgründer können sich mit dem notwendigen betriebswirtschaftlichen Rüstzeug ausstatten, welches bereits bei der Erstellung eines Business-Planes benötigt wird.

Literaturhinweise: Schneidewind, Petra (2006): Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement, Bielefeld

Pädagogische Hochschule Ludwigsburg | DR. PETRA SCHNEIDEWIND

» Betriebswirtschaftlichen Service nutzen heißt, Abläufe und damit Ergebnisse optimieren! «



VON Freitag, 06.05.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 08.05.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 18.04.2011 KURSgebÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaftsunternehmen und Kulturanbietern hat sich in den letzten Jahren zu einer wichtigen Finanzierungssäule für Kulturanbieter entwickelt. Zu den Gründen zählen nicht nur die »knappen Budgets« in der Kulturlandschaft, sondern auch die Tatsache, dass die Unternehmen die Möglichkeit erkannt haben, sich mit der Förderung von Kulturangeboten neue Zielgruppen zu erschließen. Nur wie funktioniert Kultursponsoring? Wie sieht ein Kultursponsoringangebot aus? Was erwarten Sponsoren innerhalb einer Partnerschaft?

Inhaltliche Struktur:

- Kulturfinanzierung: Spenden, Sponsoring und Investitionen
- Sponsoring: Geschichte, Gegenwart und Ausblick
- Sponsoringmarkt: 3 aktuelle Marktstudien im Vergleich
- Prozessmanagement und Wirkungsweise des Kultursponsorings
- Erstellung von Leistungspaketen für Kulturanbieter
- Best-Practice-Beispiele interessanter Finanzierungsmodelle
- Diskussion und Erarbeitung von Konzepten für eigene Vorhaben

HANS-CONRAD WALTER | Agentur causales, Berlin



» Gutes Kulturmarketing ist die Grundlage für erfolgreiches Kultursponsoring! «

Anmeldung

Per Post:

Bitte füllen Sie das umseitige Anmeldeformular aus und senden es in einem frankierten Briefumschlag an

Nordkolleg Rendsburg
Kompetenzzentrum KulturWirtschaft Nord
Am Gerhardshain 44
24768 Rendsburg

Per Fax:

Bitte füllen Sie das umseitige Anmeldeformular aus und senden es uns an die Faxnummer

+49 (0) 4331 14 38 20

Per Internet:

Die Möglichkeit zur Online-Buchung haben Sie unter

www.nordkolleg.de/kalender



Anmeldung

Hiermit melde ich mich verbindlich zu folgenden Modulen an (bitte ankreuzen):

EINZELMODULE

DATUM	REFERENT TITEL	PREIS EINZELBUCHUNG
<input type="checkbox"/> 13.–15.02.11 03.–05.04.11	KARIN JANNER Web 2.0	465,00 € + 160,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 25.–27.02.11	MANDY RISCH-KERST Vertragsgestaltung	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 04.–06.03.11	ASTRID BOMHARDT Presse- und Medienarbeit	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 01.–03.04.11	PROF. DR. ARMIN KLEIN Kulturmarketing	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 15.–17.04.11	DR. PETRA SCHNEIDEWIND Einführung BWL	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 06.–08.05.11	HANS-CONRAD WALTER Kultursponsoring	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 10.–12.06.11	CHRISTOPH BAUMANN Storytelling	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 01.–03.07.11	MANDY RISCH-KERST Rechtsgrundlagen	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 02.–04.09.11	GUIDO FROESE Guerilla-Marketing	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 14.–16.10.11	DR. JOCHEN ZULAUF Qualitätsmanagement	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 21.–23.10.11	DR. PETRA SCHNEIDEWIND Einführung BWL	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 04.–06.11.11	NORA WEGNER Besucherforschung und Evaluation	190,00 € + 80,00 € Ü/VP
<input type="checkbox"/> 02.–04.12.11	BERNWARD TUCHMANN Vertriebsmarketing	190,00 € + 80,00 € Ü/VP

ZERTIFIKATE

PAKETPREIS (15% RABATT)

- Zertifikat »Kultur Marketing Manager«** 1.292,00 €
8 Module zur freien Auswahl + 640,00 € Ü/VP
(bitte links ankreuzen) (monatl. Ratenzahlung)

Bei jedem zusätzlich gebuchten Modul wird 15%
Rabatt auf den Modulpreis gewährt.

PAKETPREIS (15% RABATT)

- Zertifikat mit Web 2.0** 1.364,25 €
»Kultur Marketing Manager« + 640,00 € Ü/VP
2 Module Web 2.0 und (monatl. Ratenzahlung)
6 Module zur freien Auswahl
(bitte links ankreuzen)

Bei jedem zusätzlich gebuchten Modul wird 15%
Rabatt auf den Modulpreis gewährt.

Bitte tragen Sie Ihre
persönlichen Daten auf
der folgenden Seite ein.

Anmeldung

NAME

STRASSE

PLZ, ORT

TELEFON

E-MAIL

Ich ermächtige Sie, das Seminarentgelt von meinem Konto einzuziehen:

KONTO-NR

BANK

BLZ

Ich wünsche (nach Möglichkeit) eine Unterbringung im Einzelzimmer gegen Aufpreis (15,00 € pro Nacht).

Ich benötige keine Unterkunft.

Ich bevorzuge vegetarische Kost.

Ich möchte folgende Ermäßigung in Anspruch nehmen (Unterlagen hierzu liegen bei):

DATUM, UNTERSCHRIFT



Gute Geschichten, gute Kommunikation.

Storytelling vom 1. Satz bis zum wirkungsstarken Einsatz

VON Freitag, 10.06.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 12.06.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 23.05.2011 KURSGEBÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Gute Geschichten sind Grundnahrungsmittel. Wie über gutes Essen freut sich jede und jeder über eine gute Geschichte. Eine gute Geschichte steht für das ein, wovon sie erzählt. Weitere Werbung? Nicht notwendig. Gute-Geschichten-Erzählen braucht Kreativität, Know-how, Begeisterung und – Zeit.

Das Seminar zeigt Wege im Arbeits- und Themenalltag, gute Geschichten zu entdecken. Das Wochenende ist Balsam für das eigene kreative Storytelling mit Anleitungen und Tipps aus der Praxis, wie das Geschichten Erzählen am besten geht.

Ob klassisch-konservativ, ob wild-experimentierfreudig, ob Openend- oder Happyend-Geschichte: Das Seminar vermittelt ein Gefühl für passende und unpassende Geschichten. Was macht eine gute Geschichte aus? Erzählen und zuhören – mit dem Dialogpotenzial des Storytelling lässt sich Öffentlichkeitsarbeit nachhaltig gestalten.

kommunikation medien ideen kunst, Kassel | CHRISTOPH BAUMANN'S

» Gute Geschichten sind Grundnahrungsmittel. Wie Kultur überhaupt. Es ist also nicht Frage, ob gegessen wird, sondern wie gut! «



VON Freitag, 01.07.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 03.07.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 13.06.2011 KURSGEBÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Bitter und tränenreich sind unerwartete Bußgeldbescheide der KSK gegenüber Kulturschaffenden und Verwertern. Flächendeckend unter der Mithilfe der 3600 Prüfer der Deutschen Rentenversicherung setzt die KSK seit 2007 mit stärkeren Kontrollen und turnusmäßigen Betriebsprüfungen die Abgabepflicht zur KSV durch.

Neben einer ausgewogenen Vertragsgestaltung ist die versicherungsrechtliche Absicherung eines Events nicht zu vernachlässigen. Die Auswahl der richtigen Versicherungen ist im Regelfall erst nach einer eingehenden Risikoanalyse möglich. Im Vortrag werden die wichtigsten Versicherungen der Eventbranche unter Beachtung der Neuerungen des VVG praxisnah anhand von Beispielen vorgestellt.

Frau Risch-Kerst verschafft einen Überblick über die gegenwärtig in Deutschland bestehenden Verwertungsgesellschaften sowie die relevanten Rechtsgrundlagen. Daneben führt sie unter Zugrundelegung der gängigen Tarife am Beispiel der GEMA auf, unter welchen Voraussetzungen für Verwerter beispielsweise der Abschluss von Pauschalverträgen wirtschaftlich sinnvoll ist.

MANDY RISCH-KERST | Event Lawyers, Berlin



» GEMA, KSK und Risikomanagement mit eventspezifischen Versicherungen – Luxus oder Notwendigkeit? «

Kleines Budget – große Wirkung. (Wie) Funktioniert Guerilla-Marketing im Kulturbetrieb?

K09/
2011

VON Freitag, 02.09.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 04.09.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 15.08.2011 KURS GEBÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Mit unkonventionellen Ideen und Maßnahmen kann selbst mit geringem Budget eine große Wirkung erzielt werden. Gravierende Veränderungen der Zielgruppen und Medienlandschaft, die jeden Kulturbetrieb einholen, zwingen förmlich, Wege zu denken, die in Lehrbüchern so nicht zu finden sind.

Sind Sie bereit zu überraschen, zu provozieren, zu rebellieren? Wollen Sie für Gesprächsstoff sorgen? Möchten Sie den AHA-Effekt auslösen, der noch lange in den Köpfen ihrer Zielgruppe nachhallt?

Das Seminar wird aufzeigen, dass Guerilla Marketing die effektive Aktionswerbung ist, die gerade in kleineren und mittleren Unternehmen, wie es Kulturbetriebe ja meist sind, gut funktioniert. Es vermittelt ein Gespür für neue, ungewöhnliche Wege und Techniken und zeigt, dass Werbung Spaß machen kann. Schon mit einer Visitenkarte können Sie spontan, von ihrem Gegenüber nicht erwartet, ihre Botschaft punktgenau hinterlassen und das aufmerksame Herz des Kunden stürmen.

Guerilla Marketing hebt sich von anderen Marketing-Maßnahmen deutlich ab!

Nordkolleg Rendsburg | GUIDO FROESE

» Guerillamarketing beschreibt neue ungewöhnliche Wege. Das weckt Interesse bei werbeverdrossenen Konsumenten und schont das Budget. «



VON Freitag, 14.10.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 16.10.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 26.09.2011 KURSgebühr 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Kultureinrichtungen wenden gerade im Servicebereich das Qualitätsmanagement nicht in der Selbstverständlichkeit an, die wünschenswert wäre. Dabei verstehen sich die Kulturkonsumenten längst als Kunden, die im Umgang die gleiche Professionalität wie im Dienstleistungsgewerbe erwarten. Umso wichtiger ist es, im Umgang mit den Besuchern höhere Servicestandards einzuführen. Dementsprechend vermittelt das Seminar die wesentlichen Grundlagen, um Leistungsqualität zu analysieren, zu planen und umzusetzen. Die Seminarthemen:

- Kultureller und gesellschaftlicher Wertewandel als Katalysator für Service- und Qualitätsorientierung
- Serviceleistungen am Beispiel des Theaterbetriebs
- Definition von Qualität
- Das Leitbild des Qualitätsmanagements
- Die Messverfahren zur Qualitätsanalyse
- Planung des QM
- Umsetzung und Steuerung des QM
- Change Management als Begleitprozess der Umsetzung
- Managementdarlegung

DR. JOCHEN ZULAUF | Kultur / Kommunikation, Frankfurt



» Die Qualität von Kulturveranstaltungen definiert sich durch die Urteile aller Beteiligten. Nur wenn ich alle Beurteilungen kenne und berücksichtige, kann ich die Qualität eines Kulturbetriebs effizient verbessern. «

VON Freitag, 21.10.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 23.10.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 04.10.2011 KURSGEBÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Das Seminar möchte in das wirtschaftliche Denken und Handeln einführen, monetäre und nichtmonetäre Zielsetzungen vorstellen, die wichtigsten Grundbegriffe klären und systematisieren sowie die betrieblichen Prozesse herausarbeiten und auf Kulturbetriebe übertragen.

Das Rechnungswesen ist die zentrale Informationsquelle für Steuerungsinformationen in einem Betrieb und Schwerpunkt dieses Seminars. Es wird ein Gesamtüberblick über den Aufbau des Rechnungswesens gegeben und analysiert, welche Informationen die einzelnen Teilrechnungen für die Führung und Steuerung des Betriebes liefern. Der Weg führt vom Jahresabschluss (Bilanz und GuV) über die Kosten- und Leistungsrechnungen hin zu Berichten und Planungsrechnungen.

Die vermittelten betriebswirtschaftlichen Grundlagen sollen sicherstellen, dass der betriebswirtschaftliche Service effektiv genutzt werden kann. Auch Existenzgründer können sich mit dem notwendigen betriebswirtschaftlichen Rüstzeug ausstatten, welches bereits bei der Erstellung eines Business-Planes benötigt wird.

Literaturhinweise: Schneidewind, Petra (2006): Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement, Bielefeld.

Pädagogische Hochschule Ludwigsburg | DR. PETRA SCHNEIDEWIND

» Betriebswirtschaftlichen Service nutzen heißt, Abläufe und damit Ergebnisse optimieren! «



VON Freitag, 04.11.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 06.11.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 17.10.2011 KURSGEBÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

Erfolgreiche besucherorientierte Kultureinrichtungen kennen ihr Publikum – sie unterziehen ihre Angebote regelmäßigen Bewertungen, wissen über Erwartungen und Bedürfnisse der Nutzer Bescheid und beziehen diese bereits in Planungsprozesse ein.

Das Seminar stellt anhand von Praxisbeispielen die zahlreichen Einsatzmöglichkeiten von Besucherstudien im Kulturbereich (nicht nur zur abschließenden Bewertung eines fertigen Angebots) vor. Ablauf und Methoden empirischer Untersuchungen werden geklärt und erprobt, wobei ein Schwerpunkt auf der Methode der Befragung liegt. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, selbst Erhebungsinstrumente zu erstellen und zu analysieren. Weiterhin werden Grundlagen zur Auswertung empirischer Untersuchungen erläutert.

NORA WEGNER | Besucherforschung, Evaluation, Kulturmanagement, Fellbach



» Nur mit Hilfe von Kenntnissen über die (potenziellen) Nutzer von Kulturangeboten ist besucherorientiertes Kulturmarketing möglich. «

Gutes Marketing verkauft nicht die Kultur, sondern Eintrittskarten.

Vertriebsmarketing im Kulturbetrieb

K13/
2011

VON Freitag, 02.12.2011, 18.00 Uhr BIS Sonntag, 04.12.2011, 17.00 Uhr
ANMELDESCHLUSS 14.11.2011 KURSGEBÜHR 190,00 € | zzgl. 80,00 € Ü/VP
TEILNEHMER mindestens 7, höchstens 12

»Bitte holen Sie Ihre Karten spätestens 30 Minuten vor Beginn der Vorstellung ab« gehört zu den Sätzen, die Besucher von Kulturveranstaltungen immer seltener hören (wollen). Kunden einer serviceorientierten Gesellschaft erwarten beim Erwerb von Eintrittskarten eine einfache, schnelle und problemlose Handhabung.

Die kontinuierlich wachsende Konkurrenzsituation im Markt der Anbieter, die Vielzahl technischer Möglichkeiten sowie das zunehmende Anspruchsverhalten auf Kundenseite erfordern mittlerweile auch von Theatern, Opernhäusern, Museen, Bibliotheken und Volkshochschulen eine hohe Effizienz und gesteigerte Nähe zum Kunden. Sind Kulturbetriebe darauf vorbereitet und ziehen sie daraus Konsequenzen? Verfügten sie neben ausführlichen inhaltlich-programmatischen Aussagen auch über eine Vertriebsstrategie; wenn ja, welche?

TUCHMANN Kulturberatung, Münster | BERNWARD TUCHMANN

» Gutes Marketing verkauft nicht die Kultur, sondern Eintrittskarten. «



Partner

Kulturpartner

NDRkultur

Projektpartner



**Landeskulturverband
Schleswig-Holstein e.V.**



Vereinigung der Unternehmensverbände
in Hamburg und Schleswig-Holstein e.V.

BDI-Landesvertretung Schleswig-Holstein

Gefördert von



ZUKUNFTSprogramm
Wirtschaft

Investition in Ihre Zukunft

Land
Schleswig-Holstein



Nordkolleg-Stiftung »Wir bauen Zukunft!«

Unter dem Motto »**Wir bauen Zukunft**« hat sich das Nordkolleg einem ganz besonderen »Bauprojekt« gewidmet: der Errichtung einer **Gemeinschafts-Stiftung für kulturelle Bildung in Schleswig-Holstein**.

Aufgabe dieser Stiftung soll die Unterstützung von besonderen Projekten der kulturellen Bildung am Nordkolleg sein. Hierzu können Projekte des gemeinsamen Lernens von jungen und alten Menschen ebenso gehören, wie die Ermöglichung kultureller Weiterbildung in Einzelfällen.

Jeder Euro, der in die kulturelle Bildung unserer Gesellschaft investiert wird, zahlt sich mit der Zeit vielfach aus! Die individuelle wie auch die gesellschaftliche Entwicklung wird gestärkt. Dafür reichen oftmals schon kleine Maßnahmen aus.

Tragen Sie mit uns zu dieser Entwicklung bei und unterstützen Sie uns bei der Gründung eines Stiftungsfonds mit einem Betrag Ihrer Wahl. Viele kleine Beträge bilden mit der Zeit ein großes Stiftungskapital. Dies zeigen die vielerorts entstandenen Bürger- und Gemeinschaftsstiftungen. Jeder gestiftete Euro bleibt erhalten – eine Projektförderung erfolgt ausschließlich aus den mit der Zeit erwirtschafteten Zinsen.

Herr Guido Froese, Leiter des Nordkollegs, steht Ihnen gern persönlich für Rückfragen und weitere Informationen zur Verfügung. Sie erreichen Herrn Froese unter der Nummer 04331/1438-12.

Das Kontaktbüro agiert als Mittler an der Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft.

Kultureinrichtungen, freie KünstlerInnen und Kreative können sich über die Themen Fundraising und kulturelles Engagement der Wirtschaft informieren und in diesen Bereichen von uns begleiten lassen. Bei Bedarf stellen wir den Kontakt zu engagierten Wirtschaftsunternehmen her. UnternehmerInnen und Unternehmen beraten wir über Möglichkeiten und Formen des kulturellen Engagements. Außerdem unterstützen wir Sie bei der Erstellung einer unternehmenseigenen Corporate Cultural Responsibility Strategie, suchen für Sie attraktive Kooperationspartner aus der Kulturszene und begleiten diese bei Bedarf.

Die Reihe »**Kultur kreativ finanzieren!**« informiert Kulturschaffende und Kulturinstitutionen über alternative Möglichkeiten der Kulturfinanzierung. Die Veranstaltungen der Reihe behandeln u.a. die Themen öffentliche Förderprogramme, unternehmerisches Kulturengagement, Stiftungen, private Investoren, Mitgliedschaften und Spenden, Freiwilligenmanagement und eigenwirtschaftliche Tätigkeiten.

Die »**Kultur Fundraising Werkstatt**« unterstützt Sie in Zusammenarbeit mit dem Beratungshaus Spendwerk bei der erfolgreichen Umsetzung von Fundraising in Ihrer Institution oder für Ihr Kulturprojekt. Ein Jahr lang werden Sie in Kleingruppen oder Einzelcoachings bei der Planung und Umsetzung Ihrer Fundraising-Strategie begleitet.

Wenn Sie über die Tätigkeiten, Veranstaltungen und Weiterbildungsangebote des »Dialog: KulturWirtschaft« informiert werden möchten, melden Sie sich gerne auf der Homepage www.kulturwirtschaft-nord.de für den Newsletter an oder schreiben Sie uns. Für inhaltliche Fragen steht Ihnen Lena Mäusezahl unter der Telefonnummer 04331-143824 als Ansprechpartnerin zur Verfügung.

Programm Fachbereich Musik

21.01.–23.01.	Viola da Gamba-Consort: »For saeverall Freinds«
ab 21.02.	Start des B-Kurses »Populärmusik in der Kirche«
25.02.–27.02.	»Frischer Saitenwind«
02.03.–04.03.	Anti-Aging für die Stimme Fitnesstraining auf Funktionsbasis
04.03.–06.03.	Vokaltechnik Obertongesang
11.03.–13.03.	Mit Stimme improvisieren Hören – Wahrnehmen – Gestalten
25.03.–26.03.	»Mit Musik geht Plattdüütsch beter«
27.03.–30.03.	Endlich Musik! Ein musikalischer Kurzurlaub für »best-ager« ab 55 Jahren
01.04.–03.04.	ChorKolleg: Kinderchorleitung
01.04.–03.04.	HÖRkolleg: Dadaismus in der Musik
20.05.–22.05.	Rund ums Xylophon
27.05.–29.05.	Kontrabass für Nichtkontrabassisten

Das Programm für das 2. Halbjahr 2011 erscheint im Mai 2011.

Programm

Fachbereich Sprachen & Kommunikation

JANUAR

10.01.–14.01.	Dänisch I
10.01.–14.01.	Finnisch I
10.01.–14.01.	Isländisch I
10.01.–14.01.	Norwegisch I
17.01.–21.01.	Dänisch I HWK
17.01.–21.01.	Färöisch I
17.01.–21.01.	Norwegisch I HWK
17.01.–21.01.	Schwedisch I
31.01.–04.02.	Lettisch I

FEBRUAR

07.02.–11.02.	Dänisch II
07.02.–11.02.	Englisch I HWK
07.02.–11.02.	Finnisch II
07.02.–11.02.	Schwedisch I HWK
21.02.–25.02.	Norwegisch II HWK
14.02.–18.02.	Norwegisch II
21.02.–25.02.	Dänisch II HWK
21.02.–25.02.	Englisch I HWK
21.02.–25.02.	Schwedisch II
28.02.–04.03.	Polnisch I
28.02.–04.03.	S. Konversation

MÄRZ

05.03.–09.03.	Estnisch II
07.03.	English Module I
14.03.	English Module II
14.03.–18.03.	Dänisch III

14.03.–18.03.	Isländisch II
14.03.–18.03.	Norwegisch III
21.03.	English Module IIIa
21.03.–25.03.	Finnisch III
21.03.–25.03.	Isländisch IV
28.03.	English Module IIIb
28.03.–01.04.	Schwedisch III

APRIL

04.04.	English Module IV
04.04.–08.04.	Finnisch V
08.04.–10.04.	Schweden von A–Ö
11.04.	English Module V
11.04.–15.04.	Dänisch IV
11.04.–15.04.	Norwegisch IV
25.04.–29.04.	Isländisch VI

MAI

09.05.–13.05.	Estnisch I
09.05.–13.05.	Finnisch IX
09.05.–13.05.	Isländisch III
09.05.–13.05.	Norwegisch I
09.05.–13.05.	Schwedisch IV
16.05.–20.05.	Filmübersetzung
23.05.–27.05.	Finnisch XIV
23.05.–27.05.	Isländisch I

JUNI

06.06.–10.06.	N. Konversation
06.06.–10.06.	S. Refresher

AUGUST

23.08.–27.08.	Estnisch I
29.08.–02.09.	Finnisch I
29.08.–02.09.	S. Konversation

SEPTEMBER

05.09.–09.09.	Dänisch I
05.09.–09.09.	Isländisch I
12.09.–16.09.	Lettisch I
12.09.–16.09.	Norwegisch I
12.09.–16.09.	Polnisch I
12.09.–16.09.	Schwedisch IV
19.09.–23.09.	I. Konversation
19.09.–23.09.	Norwegisch II
19.09.–23.09.	Schwedisch I
26.09.–30.09.	Finnisch II

OKTOBER

03.10.–07.10.	Polnisch II
10.10.–14.10.	Dänisch II
10.10.–14.10.	Estnisch II
10.10.–14.10.	Isländisch II
10.10.–14.10.	Norwegisch III
24.10.	English Module I
24.10.–28.10.	Isländisch VII
24.10.–28.10.	Schwedisch II
31.10.	English Module II
31.10.–04.11.	Finnisch III
31.10.–04.11.	Norwegisch IV

NOVEMBER

07.11.	English Module IIIa
07.11.–11.11.	Dänisch III
14.11.	English Module IIIb
14.11.–18.11.	Isländisch V
14.11.–18.11.	Lettisch II
21.11.	English Module IV
21.11.–25.11.	Schwedisch III
28.11.	English Module V
28.11.–02.12.	Dänisch IV
28.11.–02.12.	Isländisch III
28.11.–02.12.	N. Konversation

Programm Fachbereich Literatur & Medien

20.01.	Liebesschmerzen Liebesszenen von Heinrich v. Kleist (Premiere)
21.01.–23.01.	»Drehbuch Schreiben«
28.01.–30.01.	CrimeTime. Ein Schreibseminar für Krimiautoren
05.02.	LeseCafé »Der Glückspilz« von Ephraim Kishon
11.02.	Lange Lesenacht »Moby Dick« von Herman Melville
24.02.	Liebesschmerzen Liebesszenen von Heinrich v. Kleist
11.03.–13.03.	Leere Blätter Schreibblockaden. Erkennen, wahrnehmen und lösen
13.03.	Liebesschmerzen Liebesszenen von Heinrich v. Kleist
25.03.–27.03.	Textwerkstatt Nordtext VIII
25.03.–27.03.	Hörbuch leicht gemacht! Wie konzipiert und produziert man Hörbücher?
01.04.–03.04.	Selbst ist der Autor! Buchgestaltung und -herstellung
08.04.–10.04.	Die Kür spannenden Erzählens: Der geschriebene Dialog
06.05.–08.05.	Das Radiofeature. Praktisches Vademecum für alle, die es lernen wollen
13.05.–15.05.	Freies Lektorat
30.05.–03.06.	Ein Roman wird nicht an einem Tag gebaut. Ein Coaching- und Schreibseminar

Das Programm für das 2. Halbjahr 2011 erscheint im Mai 2011.

EiderEnergie 

ein Produkt der Stadtwerke Rendsburg GmbH

Eider Öko

ökologische **Energie** aus Wasserkraft



www.eider-energie.de
www.stadtwerke-rendsburg.de
Service-Rufnummer 04331/209-333

Stadtwerke
Rendsburg



Nordkolleg Rendsburg
Kompetenzzentrum KulturWirtschaft Nord
Am Gerhardshain 44
D-24768 Rendsburg

Tel. +49 (0) 4331 14 38 21
Fax+ 49 (0) 4331 14 38 20

www.nordkolleg.de
www.kulturwirtschaft-nord.de
stefanie.kruse@nordkolleg.de

gefördert von:

Ministerium für
Bildung und Kultur
des Landes
Schleswig-Holstein

