

Sina Jung

Hochschulkommunikation an
Kunsthochschulen. Eine empirische
Untersuchung der
Kommunikationsabteilungen

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2020 GRIN Verlag
ISBN: 9783346662101

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1239787>

Sina Jung

Hochschulkommunikation an Kunsthochschulen. Eine empirische Untersuchung der Kommunikationsabteilungen

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Master-Thesis

zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Art (M.A.)

zum Thema

Hochschulkommunikation an Kunsthochschulen

Eine empirische Untersuchung der Kommunikationsabteilungen

Sina Jung

Wissenschaft – Medien – Kommunikation

Schwerpunkt Wissenschaftskommunikation

Karlsruher Institut für Technologie

Vorwort

Die vorliegende Masterarbeit enthält Inhalte einer Befragung, die in Form von sieben Telefoninterviews und drei persönlichen Interviews mit den Presseleiterinnen und Presseleitern der Kunsthochschulen und -akademien in Deutschland durchgeführt wurden. Für deren Bereitschaft zur Teilnahme möchte ich mich an dieser Stelle herzlich bedanken.

Bei allen Kommunikationsabteilungen stieß ich auf aufgeschlossene und interessierte Gesprächspartner*innen, die sich Zeit nahmen, meine Fragen zu beantworten und mir darüber hinaus intensive Einblicke in ihren Arbeitsalltag an den Kunsthochschulen ermöglicht haben. Zudem konnte ich durch den Besuch der Jahrestagung der Hochschulkommunikatoren in Köln zusätzliche Informationen gewinnen, die sich für meine Arbeit als nützlich erwiesen haben. Besonders die Bereitschaft des Arbeitskreises der Kunst- und Musikhochschulen, mich an ihren internen Sitzungen teilnehmen zu lassen, gab mir einen umfassenderen Einblick in die aktuellen Themengebiete und Herausforderungen, mit denen sich die künstlerischen Hochschulen derzeit konfrontiert sehen.

Die Fülle der neuen Informationen, gerade in Folge der offenen Fragestellungen, zeigte deutlich, welches Interesse auch auf Seiten der Befragten herrschte, mithilfe ihres Fachwissens neue Erkenntnisse auf dem Gebiet zu generieren. Die erhobenen Inhalte und Erfahrungen aus der Befragung konnten nicht nur wesentlich zum Entstehen dieser Arbeit beitragen, sondern auch helfen, die Forschungslücke im Bereich der Kommunikationsmaßnahmen an Kunsthochschulen zu schließen.

An dieser Stelle möchte ich mich auch bei Dr. Christiane Hauser und Prof. Dr. Annette Leßmöllmann für ihre Betreuung bedanken, die durch ihre fachliche und persönliche Unterstützung zum Gelingen dieser Masterarbeit beigetragen haben.

Sina Jung, Karlsruhe, den 29. September 2020

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	4
1. Ausgangssituation und Problemstellung	4
1.2 Forschungs- und Diskussionsstand	5
1.2.1 Forschungssituation zu Kunsthochschulen	6
1.2.2 Forschungssituation zur Hochschulkommunikation	8
1.2.3 Studie <i>Hochschulkommunikation erforschen</i>	9
1.3 Anliegen und Aufbau der Arbeit	12
II. Theoretischer Teil	14
2. Hochschulkommunikation	14
2.1 Begriffsbestimmung: Hochschulkommunikation und ihre Akteur*innen	14
2.2 Hochschulkommunikation im zeitgeschichtlichen Entwicklungsprozess	17
3. Kunsthochschulen und Akademien in Deutschland	21
3.1 Die Institution Kunsthochschule und ihre Sonderstellung	21
3.1.1 Differenzierung im Fach Kunst	26
3.1.2 Die (individual-)rechtliche Stellung der Kunsthochschulen	28
3.1.3 Abgrenzung der Kunsthochschulen zu anderen Kulturbetrieben	31
III. Empirischer Teil	33
4. Methodische Vorgehensweise und Auswahlverfahren	33
4.1 Wahl der Methodik: Qualitative Sozialforschung	33
4.2 Wahl der Erhebungsform: Leitfadengestütztes Experteninterview	34
4.3 Begründung des Interviewleitfaden	35
4.4 Identifizierung und Auswahl der Expert*innen	38
4.5 Auswahl der Expert*innen	40
4.6 Durchführung und Auswertung der Interviews	42
IV. Ergebnisse, Diskussion und Ausblick	45
5. Darstellung der Ergebnisse	45
5.1 Kommunikator*innen an Kunsthochschulen: Rolle und Selbstverständnis ...	45
5.2 Ausstattung, Strukturen und Profil der Kommunikationsabteilungen	54
5.3 Kommunikationsfelder: die interne Kommunikation	64
5.4 Austauschbeziehungen und Zusammenarbeit mit den internen Akteursgruppen der Kunsthochschulen	70
5.4.1 Die Beziehung der Kommunikator*innen zu den Professor*innen	71
5.4.2 Die Beziehung der Kommunikator*innen zu den Studierenden	74
5.4.3 Die Beziehung der Kommunikator*innen zur Hochschulleitung	75

5.5 Kommunikationsfelder: die externe Kommunikation.....	79
5.6 Sonderstellung gegenüber anderen Hochschulen und Kultureinrichtungen...	88
5.7 Arbeitskreis der Kunst- und Musikhochschulen.....	89
6. Beantwortung der Leitfragen	94
7. Schlussbetrachtung und kritische Würdigung.....	97
V. Literaturverzeichnis.....	101
VI. Abkürzungsverzeichnis.....	110
VII. Abbildung- und Tabellenverzeichnis	111
VIII. Anhang	112
Anhang 1: Anschreiben per E-Mail	112
Anhang 2: Dokumentation der geführten Interviews.....	113
Anhang 3: Rollenbilder	113
Anhang 4: Leitfaden der Interviews.....	114
Anhang 5: Kategoriensystem	117

I. Einleitung

1. Ausgangssituation und Problemstellung

Die Politik und die Gesellschaft fordern von den Hochschulen zunehmend mehr Klarheit und Offenheit, wenn es um ihre gesellschaftliche Verantwortung in Bezug auf ihren Bildungsauftrag geht. Solchen Erwartungen können die Hochschulen mit einer transparenten und ehrlichen Kommunikation begegnen. Diese Art von Kommunikation ist nicht nur ein wichtiger Bestandteil des alltäglichen Lebens, sondern es kommt ihr auch im institutionellen Kontext eine große Bedeutung zu, indem sie das Bild und das Selbstverständnis von Hochschulen mitgestaltet. Wird die Kommunikationskultur und der Transfer von Wissen innerhalb einer Hochschule offen und transparent praktiziert, kann ein Grundgefühl von Vertrauen und Zugehörigkeit entstehen. Dieses ist entscheidend für eine glaubhafte Außendarstellung und ihren „unternehmerischen“ Erfolg. Wie die jüngsten Beispiele im Zuge der #MeToo-Debatte zeigen, sind auch die künstlerischen Hochschulen nicht vor den Folgen negativer Außenwahrnehmung gefeit und müssen sich vermehrt gegen Sexismusvorwürfe, Machtmissbrauch und einen dadurch hervorgerufenen Reputationsschaden behaupten. Sie, die sich seit jeher auf ihren alten Akademiagedanken berufen und traditionell ein sehr enges Meister-Schüler-Verhältnis pflegen, werden seitdem pauschal als Orte, an denen sexualisierte Diskriminierung stattfindet, wahrgenommen. In diesem Kontext spielt die Hochschulkommunikation eine entscheidende Rolle und ist für viele Hochschulen der Schlüssel zu einer erfolgreichen Außenwirksamkeit. Gerade wenn es, wie im Fall der #MeToo-Debatte darum geht, innerhalb und außerhalb der Hochschulen für das Thema zu sensibilisieren, Stellung dazu zu beziehen und solchen Entwicklungen frühzeitig offen und klar zu begegnen. Hochschulkommunikation ist ein wichtiges Instrument, um sich in Krisensituationen und im Wettbewerb zu behaupten. Mit ihr können sie sowohl auf regionaler als auch auf überregionaler Ebene gezielt öffentliche Aufmerksamkeit generieren und sich auch vor dem Hintergrund negativer Presse eine glaubhafte, vertrauenswürdige Außenwirkung verschaffen. Die Kommunikation von Hochschulen hat sich dahingehend entwickelt, dass sie sich von einer „eher singulären Pressearbeit [...] zu einer umfassenden, diversifizierten und strategisch aufgestellten Kommunikation“ (Renkes, 2019, S. 4) verändert hat. Der Blick in die Abteilungen für Hochschulkommunikation offenbart jedoch, dass trotz des vorgenommenen Ausbaus der Kommunikationsabteilungen, auch heute noch gravierende Unterschiede zwischen den einzelnen Lehranstalten vorhanden sind. Kleine Hochschulen mit Ein-Personen-

I. Einleitung

Kommunikationsabteilungen stehen großen Hochschulen mit zentralen Stabstellen und Unterabteilungen bei geringeren Kapazitäten und gleichbleibender Aufgabenfülle gegenüber (vgl. ebd., S. 3). Von einem flächendeckenden Ausbau der Abteilungen kann bisher nicht die Rede sein, davon ist man noch weit entfernt. Obwohl viele Hochschulen mittlerweile die Notwendigkeit einer strategischen Kommunikation und PR erkannt haben, fehlen den meisten die Gelder, um ihre Abteilungen entsprechend des Bedarfs ausbauen und budgetieren zu können. Dies lässt sich vor allem für die Pressestellen der Kunst- und Musikhochschulen feststellen, die seit Jahren über Etatmangel und Renovierungsbedürftigkeit ihrer Gebäude klagen und angesichts der wachsenden Herausforderungen stellenweise eklatant unterbesetzt sind (vgl. Kappel, 2019). All diesen Veränderungsprozessen und den damit einhergehenden Erwartungen an die Kommunikations-abteilungen, steht ein bemerkenswerter Mangel an verlässlichen Daten gegenüber, den es zu minimieren gilt. Obwohl Themen aus den Kunsthochschulen und -akademien ihren Weg in die Medien und die Öffentlichkeit finden, sind die tatsächlichen Arbeitsbedingungen dieser Hochschulgruppe bisher weder hinreichend theoretisch noch empirisch untersucht. Zwar hat das Thema Hochschulkommunikation in den letzten Jahren auch in der Hochschulforschung vermehrt Aufmerksamkeit erhalten (vgl. hierzu Bühler et al., 2007; Fähnrich et al., 2019a; Höhn, 2011; Leßmöllmann et al., 2017), doch bei den bisher vorgenommenen Untersuchungen stehen zumeist die Universitäten oder die Fachhochschulen und deren Situierung als die großen deutschen Bildungs- und Wissenschaftsorganisationen im Fokus der Betrachtung. Kunsthochschulen werden meist ausgeklammert oder lediglich in einem beiläufigen Satz erwähnt. Folglich können bislang nur wenige bis gar keine Aussagen über den Arbeitsalltag der Kommunikator*innen an Kunsthochschulen getroffen werden. Fundierte Daten und Informationen stehen nur sehr eingeschränkt zur Verfügung. Daher erscheint ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand sinnvoll, um ein differenzierteres Bild der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dieser Thematik zu erhalten.

1.2 Forschungs- und Diskussionsstand

Das folgende Kapitel gibt eine Übersicht über den aktuellen Stand der Forschung zu Kunsthochschulen und Hochschulkommunikation und dient dazu, die Forschungslücke aufzuzeigen, die mit Hilfe dieser Arbeit geschlossen werden soll. Hierzu werden zunächst beide Bereiche getrennt voneinander betrachtet. Im Anschluss erfolgt ein Exkurs zu der Studie

I. Einleitung

*Hochschulkommunikation erforschen*¹, durch die, die beiden Disziplinen wieder zusammengeführt werden sollen. Das Ziel dieses Kapitels ist es, den Stand der Forschung darzulegen und die vorliegende Arbeit wissenschaftstheoretisch einzuordnen.

1.2.1 Forschungssituation zu Kunsthochschulen

Die meiste Literatur im Kunstsektor gibt es bislang zur Beschreibung von Kunstwerken, der sich wandelnden Stile der Kunst oder zu bestimmten Künstler*innen. Verhältnismäßig gering ist dagegen der Literaturbestand zu institutionellen Bereichen, wie den (Organisations-) Strukturen, Kommunikationsmaßnahmen und Abläufen an Kunsthochschulen. Auch der Arbeitsalltag der verantwortlichen Kommunikator*innen wurde in der bestehenden Forschung noch nicht ausreichend beleuchtet. Ergänzend ist anzumerken, dass es sich bei dem Forschungsfeld "Kunsthochschulen" um ein bisher sehr fragmentiertes Feld handelt, dessen Auseinandersetzung mit seiner Geschichte und wichtiger institutioneller Bereiche nur unvollständig oder lediglich in Teilbereichen stattgefunden hat. So lassen sich nur wenige deutsche Arbeiten als Referenzen auf diesem Gebiet nennen. Neben Joachim von Sandrarts *Teutschen Akademie*² (1675), ist dies vor allem die Arbeit des Kunsthistorikers Nikolaus Pevsner zur *Geschichte der Kunstakademien* (1986). Sie zählt bis heute zu den bekanntesten und umfassendsten Werken der Akademieforschung. Der Autor zeichnet die Entwicklung der europäischen Kunstakademien von ihren Anfängen im sechzehnten Jahrhundert über den Barock und die Klassik bis in die dreißiger Jahre des neunzehnten Jahrhunderts nach. Daran anknüpfend hat sich, fast siebenzig Jahre später, Ekkehard Mai in seiner Monographie *Die deutschen Kunstakademien im 19. Jahrhundert* (2010) erneut mit der Entwicklungsthematik auseinandergesetzt und Pevsners Überblick um die Zeitabschnitte des 17. bis 20. Jahrhunderts ergänzt. Dabei stellt er die Geschehnisse an Kunstakademien in Städten, wie Berlin, Düsseldorf, München, Karlsruhe, Dresden, Weimar und Wien heraus und gibt einen Einblick in inhaltliche Aspekte zu Strukturen, Lehrangeboten, ebenso zu künstlerischen Aufnahme- und Auswahlprozessen, wenn auch nur partiell und exemplarisch (vgl. dazu Gerstl 2010, S. 119). Dennoch stellt das Werk eine umfangreiche Basis für künftige Forschungsvorhaben dar und lässt auf eine Fort- und Weiterentwicklung im 21. Jahrhundert hoffen. Auch die Doktorarbeit der Kunstwissenschaftlerin Katja Tangian mit dem Titel *Spielwiese Kunstakademie* (2010) setzt sich mit dem Habitus, Selbstbild und Diskurs von Kunsthochschulen auseinander und

¹ Im Folgenden werden alle Titel kursiv geschrieben.

² Dabei handelt es sich um das erste bekannte deutsche Werk, das sich im deutschsprachigen Raum mit der Geschichte von Kunsthochschulen auseinandergesetzt hat.

I. Einleitung

kann als Ergänzung zu den beiden vorangegangenen Werken verstanden werden. Im Unterschied zu ihren männlichen Vorgängern nimmt sie, neben einem historischen Rückblick, erstmals eine Gegenwartsbetrachtung der Akademien vor und beschreibt damit auch vorhandene Probleme und Konflikte im Hochschulsystem. Allerdings bleiben auch hier die Strukturen und Rahmenbedingungen des Institutionstypus im Hintergrund. Der Jurist und Hochschullehrer Peter Michael Lynen hat sich am ausführlichsten mit der Thematik auseinandergesetzt und dabei den Schwerpunkt vor allem auf kunst-rechtliche Aspekte sowie das Management von Kunst und Wissenschaft gesetzt.³ Damit endet allerdings die bisher vorgenommene Auseinandersetzung mit den Kunsthochschulen im deutschsprachigen Raum.⁴ Zwar existieren einige Beiträge in Sammelwerken, (Künstler*innen-) Monographien und Einzelstudien, die sich punktuell mit institutionellen Aspekten von Kunstakademien auseinandersetzen (vgl. hierzu bspw. Müller-Jentsch 2011, Hausmann 2014 oder Schürkmann 2017), doch können diese die Informationslücke nicht schließen, die hinsichtlich der strukturellen und organisatorischen Arbeit von Kommunikationsverantwortlichen an Kunsthochschulen existiert. Eine internationale Ausnahme auf dem Gebiet der soziologischen Forschung bildet eine Untersuchungsreihe, die an Kunsthochschulen in Großbritannien und der Schweiz durchgeführt wurden. Sie nehmen dabei das künstlerische Zulassungsverfahren in Bezug auf soziale Ungleichheiten in den Blick (*Widening Participation* sowie *Making Differences: Schweizer Kunsthochschulen*). Bislang lässt eine umfassende, die Geschichte sowie die organisatorischen Strukturen an deutschen Kunsthochschulen analysierende Darstellung aber noch auf sich warten (vgl. Walczak 2010). Aus diesem Grund stellen Festschriften⁵, ebenso wie Symposien aus den Akademien selbst, eine sinnvolle und notwendige Ergänzung zur heutigen Institutionsforschung dar, da sie einen Einblick in wesentliche Aspekte des Kunsthochschul-betriebes ermöglichen. Weiterhin ist anzumerken, dass Forschungsliteratur, die sich ausschließlich der Hochschulkommunikation an Kunsthochschulen widmet, sowohl im deutschsprachigen als auch in internationalen Raum bislang so gut wie nicht existent ist, außer, man sieht von einigen, wenigen Studien der Hochschulforschung ab (Leßmöllmann et

³ Um nur einige seiner Schriften zu nennen: *Kunst ist nicht lehrbar – oder doch?; Kunstrecht als Disziplin – Stand, Inhalte, Methoden, Entwicklungen; Freie Kunst à la Bolognese. Die Tauglichkeit des Bachelor-Master-Systems für Studiengänge der Freien Bildenden Kunst*. Eine vollständige Publikationsliste kann der folgenden Seite entnommen werden: <https://www.mahmoudi-rechtsanwaelte.de/publikationen#nmahmoudi>

⁴ Im Vergleich dazu ist der Forschungsstand zu französischen Kunstakademien weitaus umfangreicher. Vor allem dem französischen Vorbild der *Académie Royale de peinture et de sculpture* und ihrer Institutionsgeschichte sind inzwischen eine Reihe von Arbeiten gewidmet. Eine Bestandsaufnahme dazu liefert Markus A. Castor (2015).

⁵ Als eine der jüngsten Arbeiten lässt sich hier der Frontbericht des Kunstprofessors und Malers Werner Büttner (2018) anführen, der anlässlich des Symposiums *Überlebensrate 4 %* herausgebracht wurde und auf den Missstand hinsichtlich der Erfolgsquote nach Beendigung des Kunststudiums aufmerksam macht.