



An das
Rektorat der Universität Konstanz
über den
Ausschuss für Lehre und Weiterbildung

Antrag auf Hilfskraft- und Sachmittel aus Mitteln des Projekts „b³ - beraten, begleiten, beteiligen“

Datum: 24.11.2017

Antragsteller/-in

Name	Dr. des Jan Behnstedt-Renn, Lecturer Medien & Geschichte
Tel. Nr.	883365
Email-Adresse:	Jan.Behnstedt@uni-konstanz.de
Fachbereich:	Geschichte und Soziologie
Thema des Freiraumprojekts:	Unterstützung eines anwendungsorientierten Lehrformats im Fach Geschichte
Zeitraum (max. 2 Semester):	SoSe 2018 – WS 2018/19
Reduktion des Lehrdeputats:	Keine

Kurze Zusammenfassung der geplanten Maßnahme:

‚Public History‘, ‚Angewandte Geschichte‘ oder ‚History Marketing‘ – außerhalb der klassischen Berufe hat sich in den letzten Jahren ein expandierendes Tätigkeitsfeld für Historikerinnen und Historiker entwickelt, das besondere Anforderungen an die Vermittlung fachwissenschaftlicher Inhalte stellt und medienspezifische und kommunikative Kompetenzen im Umgang mit zielgruppenorientierten Präsentationsformen von Geschichte erfordert, sei es im Bereich von Kultur- und Eventmanagement, im Corporate Marketing oder in der Medienwirtschaft, in Journalismus und Kulturarbeit. Mit dem vierstündigen, auf zwei Semester angelegten ‚Praxiskurs: Heritage Marketing I + II‘ wurde im Sommersemester 2017 ein Pilotprojekt für ein anwendungsorientiertes, semesterübergreifendes Lehrformat im Fachbereich Geschichte gestartet, in dem Master- und Bachelorstudierende medien- und öffentlichkeitsadäquate Formen der Geschichtsvermittlung kennenlernen (Teil I. Sommersemester

2017) und ihre erworbenen Kenntnisse im Rahmen einer projektbasierten Partnerschaft mit Medienunternehmen, Kultureinrichtungen und öffentlich-rechtlichen Institutionen für ein spezifisches Medium umsetzen (Teil II. Wintersemester 2017/18). Wie der derzeit laufende Kurs zeigt, in dem die Studierenden ein Lichtkunstprojekt für das 600jährige Konstanzer Konziljubiläum im März 2018 entwickeln, hat sich dieses Format als erfolgreich und tragfähig erwiesen.

Um das Lehrangebot im Fachbereich Geschichte um eine solche anwendungsorientierte Lehrveranstaltung dauerhaft zu erweitern, soll das Format des praxisbezogenen Kurses in der Form eines festen, zweisemestrigen Zyklus' etabliert werden, wobei sich jeder Zyklus mit Geschichte und Geschichtsdarstellung in einem ausgesuchten Medium, bzw. Mediensetting beschäftigt. Um die anspruchsvollen, zeit- und arbeitsintensiven Aufgaben im Rahmen des laufenden Kurses, aber auch bei der Vorbereitung und Durchführung der für den nächsten Zyklus geplanten Lehrveranstaltung bewältigen zu können, soll der Kurs durch eine studentische Hilfskraft unterstützt werden. Für die beiden kommenden Semester 2018 und 2018/19 ist eine Kooperation mit dem SWR 2 angefragt, die als Medienpartner den „Praxiskurs Geschichte. Studierende entwickeln ein Radio-Feature I+II“ bei der Entwicklung und Produktion eines kulturhistorischen Radio-Features begleiten. Um dabei den Kurs von Anfang an unter reale Arbeits- und Projektbedingungen zu stellen, ist die Zusammenarbeit, der Austausch und der Kontakt mit den Redakteuren in zwei kleineren, eintägigen Workshops notwendig, die im Sommersemester und im Wintersemester hier an der Universität Konstanz stattfinden sollen.

Projektskizze

Ausgangssituation

Unter dem anglo-amerikanischen Sammelbegriff der ‚Public History‘ haben sich in den letzten zehn Jahren auch an deutschen Universitäten konsekutive Masterstudiengänge erfolgreich etabliert, die unterschiedliche außerakademische Anwendungsbereiche und mediale Formate der öffentlichen Darstellung und Vermittlung historischer Inhalte zum Gegenstand haben (u.a. Humboldt-Universität Berlin; Freie Universität Berlin; Ruhr-Universität Bochum; Universität Hamburg; Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg; Universität zu Köln; Eberhard-Karls-Universität Tübingen). Diese praxisbezogenen Studiengänge tragen dem Umstand Rechnung, dass sich das Berufsfeld für angehende Historikerinnen und Historiker im Bereich der Geschichtsvermittlung im öffentlichen Raum zum einen erheblich erweitert und diversifiziert hat, aber auch die Anforderungen durch die Ausweitung des potentiellen Mediensettings durch digitale Medien, durch die Professionalisierung der Geschichtsvermittlung und die Etablierung von Qualitätsstandards zum anderen gestiegen sind.

Entsprechend stehen hier methoden- und anwendungsorientierte Lehrformen im Vordergrund, die den Studierenden die Chance eröffnen, auch abseits der klassischen Berufe an Schulen, an Universitäten, in Museen und Archiven bereits im Studium Praxiserfahrung zu erwerben und die für die öffentliche Vermittlung von Geschichte notwendigen kommunikativen und organisatorischen Kompetenzen für so unterschiedliche Bereiche wie Kultur- und Eventmanagement, Stadt- und Corporate Marketing, Tourismuswirtschaft, (Wissenschafts-)Journalismus und Medien- und Kreativwirtschaft zu vertiefen.

Das schließt zum einen die Erweiterung der Lehrinhalte auf medien-spezifische und zielgruppenorientierte Repräsentationsformen von Geschichte in unterschiedlichen Medien und ihre Funktionsweise ein. Studierende sollen hier lernen, wie fachwissenschaftliche Forschungsfragen und historische Inhalte entsprechend der jeweiligen Anforderungen und Ziele für ein außerakademisches Publikum aufbereitet und durch den gezielten und abgewogenen Einsatz klassischer und digitaler Medien zu in sich stimmigen Kommunikationskonzepten integriert werden müssen. Zum anderen wird hier bereits wertvolle transdisziplinäre Erfahrung in der Zusammenarbeit mit verschiedenen Berufs-, Interessen- und Zielgruppen und ihren unterschiedlichen Zielsetzungen und Arbeitsabläufen erworben.

Mit der aktuellen Prüfungsordnung für den Master Geschichtswissenschaft hat auch der Fachbereich Geschichte eine entsprechende Praxisorientierung im Curriculum verankert. Neben dem derzeit laufenden Berufungsverfahren für die neu eingerichtete W2-Professur „Ausstellen“, die für den gleichnamigen Schwerpunkt „Ausstellen“ das Lehrangebot im Bereich der Museumsarbeit und der musealen Vermittlung von Geschichte bereitstellen und erweitern soll, sieht auch das Modul 2: ‚Praxis Geschichtswissenschaft: Medien, Technik, Sprache‘ den zusätzlichen Besuch praxisrelevanter Lehrveranstaltungen im Umfang von 18 Credits vor. Neben punktuellen, meist auf fachwissenschaftliche Fragen und historische Hilfswissenschaften und Methoden begrenzten Übungen und Projektseminaren ist das Lehrangebot für den Bereich der angewandten Geschichte im öffentlichen Raum und in unterschiedlichen Medien allerdings gering.

Der Kurs ‚Heritage Marketing I+II‘ als Pilotprojekt und Modell

Der derzeit laufende und auf zwei Semester angelegte, vierstündige ‚Praxiskurs: Heritage Marketing I+II. Studierende entwickeln ein Lichtkunstprojekt für das Konstanzer Konziljubiläum im Jahr 2018‘ hat hier bereits versucht, eine Lücke im Lehrangebot des Fachbereichs zu schließen. Studierende der Geschichte durchlaufen und gestalten seit dem Sommersemester 2017 den gesamten Prozess von der Pre-production bis zur Postproduktion einer Lichtkunst- und Videomapping-Projektion an der historischen Architektur des ‚Hauses zur Katz‘ in der Konstanzer Altstadt, d.h. einer Projektionstechnik, die es ermöglicht, beliebige Filminhalte und Animationen auf dreidimensionale Objekte zu projizieren und Augmented Reality-Effekte zu erzielen. Neben der genuin historischen Rechercharbeit, entwickeln sie das Kommunikations- und Vermarktungskonzept für die gesamte mediale Aufbereitung und Einbettung der Projektionen in Print- und digitalen Begleitmedien, für die Standortbetreuung, Stadtführungen und das Rahmenprogramm, um die zu vermittelnden historischen Inhalte auch jenseits der Projektionen einem breiten und außerfachwissenschaftlichen Publikum zugänglich zu machen. Angeleitet und betreut werden sie durch den Dozenten, der für die Konzilstadt Konstanz vom 6.-12. Oktober 2016 das Lichtkunstprojekt ‚Illuminationen‘ an acht historischen Standorten und Wahrzeichen der Konstanzer Altstadt ausgerichtet hat (www.illuminationen.net).

Das derzeit stattfindende 600jährige Jubiläum des Konstanzer Konzils bietet für die Entwicklung eines eigenständigen Kulturprojekts die besten Voraussetzungen, um Geschichtsvermittlung, Event- und Kulturmanagement, aber auch Kultursponsoring und Marketing bei historischen Jubiläen in der Praxis selbst kennenzulernen.

Im ersten Teil des Kurses haben sich die Studierenden im Sommersemester mit Grundlagen der Geschichtsvermittlung in Jubiläen beschäftigt. In der Form von dreiviertelstündigen Inputs hat der Dozent in der ersten Hälfte des Semesters zugleich in die medialen, ästhetischen, technischen, rechtlichen und marketingspezifischen Grundlagen von Lichtkunst und Videomapping eingeführt und an ausgesuchten Beispielen die unterschiedlichen Gestaltungs- und Einsatzmöglichkeiten von Projektionen an historischen Fassaden im Zusammenspiel von Content, Projektionstechnik und Projektionsfläche aufgezeigt. In der Mitte des Semesters fand ein Workshop mit Ruth Bader, der Geschäftsführerin der Konzilstadt Konstanz GmbH statt, die das insgesamt vierjährige Jubiläumsprogramm im Rahmen eines ausgegründeten Eigenbetriebes der Stadt organisiert. Die Studierenden hatten hier unter anderem auch die Gelegenheit, das Vermarktungs- und Kommunikationskonzept der Konzilstadt an vier ausgesuchten Beispielen kennenzulernen und mit den MacherInnen zu diskutieren. Der Workshop bildete zugleich den Startschuss für die Konzeption und Entwicklung eines eigenständigen Lichtkunstprojekts der Studierenden, das im Jubiläumsjahr 2018 die Nachwirkungen und Folgen des Konzils an einem historischen Standort visuell inszenieren und die historischen Zusammenhänge medial aufbereiten soll. Ab der zweiten Hälfte des Semesters wurden ebenfalls in Form von halb- bis dreiviertelstündigen Inputs im wöchentlichen Turnus zentrale Aspekte bei der Entwicklung, Einbettung und Vermarktung des Projekts vertieft, wobei die Studierenden dann die Aufgabe hatten, in arbeitsteiligen Teamsitzungen außerhalb der Lehrveranstaltung ihr Projektions- und Kommunikationskonzept um diesen jeweiligen Aspekt zu erweitern und zu verfeinern. In den wöchentlichen Sitzungen wurden die Ergebnisse zu Beginn dann in ca. 10-15minütigen Präsentationen durch die Studierenden vorgestellt und mit dem Dozenten, aber auch mit gezielt eingeladenen Kunst- und Kulturschaffenden diskutiert, so dass sich das anfängliche Rohkonzept bis zum Ende des Semesters zu einem Gesamtkonzept weiterentwickeln konnte. Das Ergebnis wurde nach den Richtlinien der Förderanträge des Konstanzer Kulturfonds schriftlich zusammengefasst. Den vorläufigen Höhepunkt bildete dann zum Abschluss des Semesters eine Präsentation der Studierenden in der Drucksituation eines realen Pitching vor einer Jury aus potentiellen Förderern und Sponsoren. Die erfolgreiche Präsentation hat dazu geführt, die Konzilstadt Konstanz GmbH und das Kulturamt als Förderer zu gewinnen. Über den Sommer bis zum Oktober des laufenden Jahres fanden weitere, ebenfalls erfolgreiche Präsentationen statt, so dass nun auch der VEUK e.V., die a2r:media GbR, die Stadtwerke Konstanz GmbH und der Lions Club Konstanz ‚Zur Katz‘ e.V. als Partner für die Realisierung gewonnen werden konnten.

Im derzeit laufenden Wintersemester geht es um die arbeitsteilige Umsetzung des Projekts, das am 8. März 2018 im Rahmen des ‚Minne meets Poetry‘-Festivals in der Stadt Premiere feiern wird und an insgesamt drei Abenden bis zum 10. März jeweils ab 19 Uhr an der historischen Fassade des ‚Hauses zur Katz‘ zu sehen sein wird.

Der Kurs findet im Wintersemester als Kooperationsveranstaltung mit der Hochschule für Wirtschaft und Gestaltung Konstanz unter Leitung von Prof. Andreas Bechtold statt, der im Rahmen seines parallel stattfindenden Projektseminars ‚Time Based Design‘ rund 25 Studierende des Kommunikationsdesigns bei der Entwicklung der Animationen und Movie-Files für die Projektion anleitet. Die Kooperation führt Studierende der Geschichte und Kommunikationsdesigner an ausgesuchten Terminen (‚Meilensteine‘) bis zur gemeinsamen Premiere zusammen.

Die Studierenden der Geschichte haben seit Beginn des Wintersemesters die historische Rechercharbeit vertieft und ihre Ergebnisse in der Zusammenarbeit mit einem externen Kommunikationsdesigner in einer Kommunikationsmatrix des Projekts aufbereitet, die Inhalte und Medien des Kommunikations- und Vermarktungskonzeptes aufeinander abstimmt. Diese Kommunikationsmatrix ist ein Tool, wie es bei der Gestaltung von komplexen Ausstellungen verwendet wird und dazu dient, die im Rahmen eines Gesamtnarrativs einer Ausstellung zu vermittelnden Inhalte den jeweils zum Einsatz kommenden Medien und Räumen zuzuordnen und im Sinne der didaktischen und ästhetischen Ziele einzusetzen. Der erste Meilenstein in der Zusammenarbeit mit der HTWG ist der 1. Dezember, bei dem die Studierenden der Geschichte diese Kommunikationsmatrix und das Skript für die Projektion übergeben. Am 5. Dezember findet eine gemeinsame Standortbegehung und Laservermessung des Gebäudes statt, die die Daten für die Erstellung eines digitalen Modells liefert, das die Grundlage für die Entwicklung der Animationen bildet.

Parallel zur Erstellung der Movie-Files durch die Kommunikationsdesigner bis zum 15. Februar 2018 arbeiten die Studierenden der Geschichte bis zur Eröffnungsfeier am 8. März in drei Projektteams an den unterschiedlichen Aufgaben im Bereich ‚Presse- und Öffentlichkeitsarbeit‘, ‚Content und Medien‘ und ‚Organisation und Eventmanagement‘.

Ziele der Maßnahme

Das Ziel des Praxiskurses ist es, Studierenden in der Zusammenarbeit und mit der Unterstützung der beteiligten Partnerinstitutionen und Medienunternehmen in einem realen Projekt unmittelbare Praxiserfahrung zu ermöglichen und die in ihrer fachwissenschaftlichen Ausbildung erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten anzuwenden. Sie sollen dabei nicht nur potentielle zukünftige Arbeitsfelder und divergierende Produktionsabläufe und Arbeitsprozesse außerhalb der akademischen Welt kennenlernen, sie sollen aber auch die Medien- und Kommunikationskompetenzen erwerben, die für die nachhaltige Vermittlung geschichtswissenschaftlicher Erkenntnisse und Forschungsfragen für ein breiteres Publikum notwendig sind. Wie der derzeit stattfindende Kurs gezeigt hat, ist diese Übersetzungsleistung nicht selbstverständlich und verlangt neben der Auseinandersetzung mit didaktischen, marketing- und zielgruppenspezifischen Methoden der Wissens- und Contentvermittlung auch die Einarbeitung in Grundlagenkenntnisse über Funktionsweise, ästhetische Gestaltungsmöglichkeiten und Rezeptionsbedingungen der jeweils zum Einsatz kommenden Medien.

Neben diesen eher inhaltlich-methodischen Fragen hat sich auch gezeigt, dass die intensive Teamarbeit für die bislang eher auf individuelle Studien- und Prüfungsleistungen fokussierten Studierenden eine Herausforderung darstellt, die durch den Dozenten begleitet, unterstützt und auch für den zukünftigen Praxiskurs berücksichtigt werden muss. Zwei Beratungsgespräche mit Melanie Mossbuchner vom Academic Staff Development im Vorfeld und im Verlauf des Kurses und der Besuch der hochschuldidaktischen Veranstaltung ‚Fit für die Lehre‘ waren sehr hilfreich, um sowohl Hilfsmittel zum Projektmanagement und zur Motivation von Teams an die Hand zu bekommen, aber

auch, um in den unterschiedlichen Phasen eines Projekts auf latente Konfliktpotentiale angemessen zu reagieren.

Die Durchführung einer solchen Lehrveranstaltung mit Realprojektcharakter ist bislang nur durch einen erheblichen Mehraufwand außerhalb der regulären Semester-, Arbeits- und Tageszeiten zu stemmen. Um diese vielfältigen Aufgaben bewältigen zu können, soll eine –zunächst geprüfte- studentische Hilfskraft gewonnen werden, die den Dozenten ab Januar 2018 bei der organisatorischen Durchführung und bei administrativen Aufgaben im laufenden Kurs und ab dem nächsten Semester bei der Vorbereitung des nächsten Zyklus' unterstützt.

Um den nächsten Zyklus mit einem konkreten Anwendungsfall in der tatsächlichen Praxis zu verankern, ist es zugleich notwendig, außeruniversitäre Projektpartner zu gewinnen, die den Gesamtprozess von der Entwicklung bis zur Produktion als Ansprechpartner beratend begleiten und über die erforderliche Infrastruktur und die Kompetenz für die Produktion eines jeweiligen Medienformates verfügen. Wie die Erfahrung aus der laufenden Lehrveranstaltung zeigt, waren kürzere Treffen, aber auch eintägige Workshops mit auswärtigen Expertinnen und Experten sehr hilfreich, um in den unterschiedlichen Phasen eines Projekts Beratung und Anleitung in praktischen Fragen zu geben. Der Austausch und die Kooperationstreffen mit Praktikerinnen und Praktikern schafft nicht nur Motivationsanreize für Studierende und verankert den Kurs von Anfang in reale Produktionsbedingungen mit einer klaren Zielsetzung, es trägt auch erheblich zur Motivation der beteiligten Partnerinstitutionen bei, sich für die Realisierung eines studentischen Projektes zu engagieren. Für Reisekosten, Unterbringung und Verpflegung der auswärtigen Gäste bei zwei Workshops –je einer pro Semester– werden daher Sachmittel in Höhe von 800,00 € beantragt.

Eckpunkte und Meilensteinplanung

Für die beiden kommenden Semester 2018 und 2018/19 ist eine Kooperation mit dem SWR 2 angefragt, die als Medienpartner den „Praxiskurs Geschichte. Studierende entwickeln ein Radio-Feature I+II“ bei der Produktion einer historischen Kultursendung bis zur Abnahme, potentiellen Ausstrahlung und Weiterverwendung im Webradio-Programm von SWR und Deutschlandfunk unterstützen. Für den Kurs sind zwei eintägige Workshops geplant. Ein erster zur Mitte des Sommersemesters, bei dem die Studierenden in einen ersten Austausch mit den Redakteuren der Kulturredaktion des SWR treten und ihre im Kurs bereits erworbenen Grundlagenkenntnisse bei der Entwicklung und Konzeption eines historischen Radio-Features vertiefen können. Ein zweiter, der – nach Rücksprache mit der Redaktion- spätestens zum Beginn des Wintersemesters stattfindet und in dessen Rahmen die Studierenden in einem Pitching vor den Redakteuren ein vollständiges Konzept und Manuskript für die Produktion des Features präsentieren.

Der auf zwei Semester angelegte, insgesamt vierstündige Kurs folgt in seiner Struktur dem Modell des derzeit laufenden Kurses, d.h. dem Prozessverlauf einer realen Medienproduktion und gliedert sich entsprechend in zwei gesonderte Phasen:

Teil 1, Sommersemester 2018: Preproduction. Grundlagen, Historische Recherche und Konzeption

Im Sommersemester werden die Besonderheiten der Geschichtsvermittlung im Radio, Grundlagen der Produktion eines ca. 30-50minütigen Radiofeatures erarbeitet und einzelne Aspekte wie Struktur und Aufbau, Narrativentwicklung und Dramaturgie, Akustik/Ton und Atmo', Schnitt und Blenden, Archivaufnahmen, O-Ton, Voice over, Moderation, Interviewtechnik und Zielgruppenanalyse durch Inputs, Beispiele und Übungen vertieft. Parallel findet die Einarbeitung und Recherche zu einem ausgesuchten kulturhistorischen Gegenstand statt, der in Absprache mit dem SWR bis zum Beginn des Semesters final geklärt werden muss.

Der Workshop mit Experten zur Mitte des Semesters bildet wiederum den Ausgangspunkt für die Konzeptentwicklung eines eigenständigen Features bis zum Ende des Semesters.

Teil 2, Wintersemester: Produktion Content, Premiere und Postproduktion.

Nach der Präsentation des Features und der Einarbeitung des Feedbacks durch die Redakteure geht es im Wintersemester um die Realisierung der Konzeptidee. Dazu wird auf der Grundlage der historischen Recherchen und des ausgearbeiteten Konzepts ein Produktionsplan erstellt, der alle Verfahrensschritte für die Produktion der akustischen, narrativen und dramaturgischen Bestandteile des Features enthält und im Wintersemester umgesetzt wird, d.h. Tonarchivmaterial wird gesichtet, Interviews werden geführt, Schnittstrukturen festgelegt und Text für die Moderation geschrieben, bis zur endgültigen Erstellung und Übergabe des Manuskripts für die Radioproduktion durch den SWR. Notwendige Vorarbeiten wie Interviewanfragen müssen im Sommersemester bereits erfolgen.

Angaben zur Nachhaltigkeit

Die Verankerung des Kursformats in der Praxis trägt dazu dabei, dass die Studierenden grundlegende Erfahrungen im Bereich der öffentlichen Geschichtsvermittlung sammeln, die sie auch über das Studium hinaus begleiten und für unterschiedliche Tätigkeiten und Berufsfelder qualifizieren. Dazu zählt neben der praktischen Einarbeitung in die grundlegenden Eigenschaften und Einsatzmöglichkeiten von unterschiedlichen Medien bei der Vermittlung und Darstellung von Geschichte, auch der Lernprozess, historische Inhalte und Spezialfragen für ein außerakademisches Publikum übersetzen zu müssen. Diese transdisziplinäre Erfahrung im Umgang mit vollständig divergierenden Relevanzkriterien schließt nicht nur die adressierten Rezipienten der entwickelten Medienprodukte am Ende des Projekts ein, sondern ist von Anfang an Bestandteil des gesamten Kurses, sei es bei der Präsentation vor potentiellen Sponsoren oder bei der Organisation, der Kommunikation und Zusammenarbeit mit den Ämtern der städtischen Verwaltung, der Veranstaltungstechnik, den beteiligten Kommilitonen und Kommilitoninnen aus Kommunikationsdesign oder Kunst- und Kulturschaffenden der Region. Studierende erhalten hier in der Praxis selbst einen Einblick in andersgeartete Arbeits- und Produktionsprozesse. Wie der laufende Kurs gezeigt hat, sind die Erfolgserlebnisse für die Studierenden bei der unmittelbaren und öffentlichkeitswirksamen Anwendung der Studieninhalte kaum zu überschätzen. Das Lehrformat will dafür auch in Zukunft die Rahmenbedingungen schaffen.

Zeit- und Finanzierungsplan

Siehe Anhang ,Behnstedt Antrag auf Hilfskraft- und Sachmittel 2018_19'

Bitte nutzen Sie für Ihre Kostenkalkulation die auf der folgenden Webseite bereitgestellte

Excel-Tabelle: <http://www.lehre.uni-konstanz.de/portal/ausschreibungen/freiraeume/>

Von der zuständigen Sektion auszufüllen:

Der Antrag ist mit dem Fachbereich und der zuständigen Studienkommission abgestimmt? ja

Der beantragte Freiraum kann aus Sicht der Sektion gewährt werden? -----