

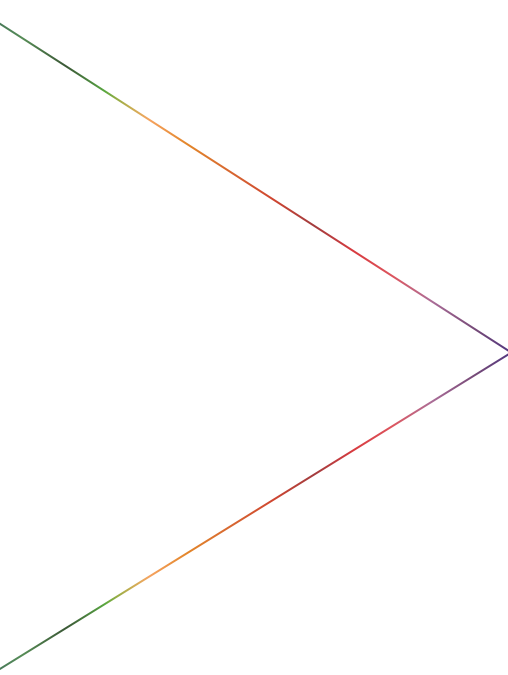
---

# Lessons Learned aus der Weiter- bildungspraxis

---

Wie KUBUZZ Künstler\*innen und Kulturschaffende unterstützt

*Ein Beitrag von Johannes Maria Gerlitz, Zora Luhnau und Elisabeth Strobel*



In den Jahren 2020 und 2021 konnten viele freischaffende Künstler\*innen ihren Beruf durch die Auswirkungen der Pandemie nicht mehr oder nur eingeschränkt ausüben: Aufträge und Auftritte wurden auf unbestimmte Zeit verschoben oder abgesagt. Die verschlechterte Einkommenssituation gefährdete dadurch schnell die finanzielle und damit auch die künstlerische Existenz der Solo-Selbstständigen. Um die Berufsperspektiven von freischaffende Künstler\*innen und Kulturschaffenden künftig zu verbessern und den Austausch untereinander zu fördern, startete im Juli 2021 in Baden-Württemberg mit KUBUZZ<sup>1</sup> ein kostenfreies Weiterbildungs- und Coachingprogramm mit dem Ziel, die Managementkompetenzen der Zielgruppe zu stärken. Gleichzeitig sollte das Bewusstsein gesteigert werden, dass eine erfolgreiche Selbstständigkeit als Künstler\*in eine unternehmerische Haltung voraussetzt.

Am 14. November 2022 wurde mit der Veranstaltung „Einblick – Weitblick – Ausblick“ in Stuttgart, gemeinsam mit dem Projektteam von KuLO<sup>2</sup> der offizielle Schlusspunkt für die Pilotphase des Projekts KUBUZZ gesetzt. Diesem Dreiklang folgend, soll in diesem Beitrag zunächst ein Einblick in die 1,5 Jahre des Projekts gegeben werden. Mit einem Weitblick werden die Erfahrungen der Teilnehmenden und des Team aufgezeigt und in einem Ausblick wird abschließend dargelegt, wie die Motivation für Veränderungen aufrechterhalten oder verstärkt werden kann.

Die Basis für die Konzeption des KUBUZZ-Programms waren die Ergebnisse einer eigens mit der Zielgruppe durchgeführte Bedarfsanalyse.<sup>3</sup> Das daraus entwickelte Programmangebot enthielt vier Bausteine:

<sup>1</sup> KUBUZZ steht für Kultur Business Zukunft – Support für Künstler\*innen. Initialzündung für das Projekt war das Förderprogramm REACT-EU des Europäischen Sozialfonds zur Abfederung der wirtschaftlichen und sozialen Folgen der Covid-19-Pandemie. Dem Institut für Kulturmanagement der PH Ludwigsburg wurde die Projektleitung übertragen, die Dr. Petra Schneidewind (Leiterin des Kontaktstudiums) übernahm.

<sup>2</sup> KuLO steht für Kunst- und Kultureinrichtungen als lernende Organisationen; KuLO wurde ebenso durch das Förderprogramm REACT-EU finanziert. Mehr Infos unter <https://kulo.info/>.

<sup>3</sup> vgl. Kultur Management Network Magazin Nr. 164: Freischaffender Kulturbetrieb, Jan./Feb. 2022.

- > KUBUZZ Workshops,
- > KUBUZZ Coachings,
- > KUBUZZ E-Learning und
- > KUBUZZ Connects.

Die Teilnehmenden konnten die Angebote einzeln nutzen, aber auch verschiedene Bausteine miteinander kombinieren, um sich so noch umfassender mit einzelnen Themen auseinanderzusetzen. Die ersten KUBUZZ-Angebote starteten im Januar 2022.

## Einblick

### **KUBUZZ Workshops**

Bis zum Jahresende organisierte das KUBUZZ-Team 144 Workshops zu relevanten Themen der künstlerischen Selbstständigkeit, die erfahrene und renommierte Referent\*innen praxisnah vermittelten. Etwa 75 Prozent der Angebote fand im Online-Format statt und 25 Prozent der Angebote in Präsenz an unterschiedlichen Orten im Land, darunter Ludwigsburg, Mannheim, Karlsruhe, Stuttgart, Heidelberg und Freiburg. Die Bandbreite an Workshop-Inhalten war groß – besonders nachgefragt waren Themen wie digitales Marketing und Social Media sowie Projektförderung und Antragsstellung. Aber auch Angebote zur eigenen Positionierung, der Entwicklung von Geschäftsmodellen, betriebswirtschaftlichen Werkzeugen, Altersvorsorge, Selbstorganisation und Kooperationen standen hoch im Kurs. Neben den klassischen kulturmanagerialen Inhalten gab es beispielsweise auch Angebote zu Resilienz und Stressbewältigung, NFTs, Nachlassverwaltung, Programmieren und Design Thinking. Das Workshop-Programm wurde stetig inhaltlich und organisatorisch entlang den Wünschen, Bedürfnissen und Lernfortschritten der Teilnehmer\*innen weiterentwickelt. Die Workshops variierten in Länge, Tageszeiten und Wochentagen. Ziel war es, durch gegenseitigen Austausch zwischen Teilnehmenden und Referent\*innen und durch eine praxisnahe Wissensvermittlung die Künstler\*innen zu einer aktiven Umsetzung der Inhalte zu motivieren.

„Ich finde es toll, dass es KUBUZZ gibt! Das habe ich als Berufseinsteigerin immer gesucht, aber 2008 nur Angebote aus anderen Bereichen gefunden und da hat immer die künstlerisch-kulturelle Seite gefehlt.“

*KUBUZZ-Teilnehmerin*

### **KUBUZZ Coachings**

Auch das Netzwerk an hochkarätigen Berater\*innen für Einzelberatungen wurde fortwährend erweitert und wuchs auf 30 Expert\*innen an, bei denen im Laufe des Jahres mehr als 650 Coachings gebucht wurden. In diesen Einzelberatungen konnten individuelle Problemlagen und Fragestellungen der Teilnehmer\*innen geklärt werden. Die in Workshops vermittelte Theorie konnte damit in der individuellen Situation angewendet und erprobt werden. Besonders nachgefragt waren Themen rund um die strategische Ausrichtung der Selbstständigkeit und die eigene Positionierung. Wie schon bei den Workshops konnte ein gesteigertes Interesse an digitalen Strategien verbunden mit der Analyse und Optimierung von Social-Media-Kanälen und der eigenen Website festgestellt werden. Die Coachings waren in der Regel mehrteilig: Sofern ein Anliegen in einem ersten Gespräch noch nicht ausreichend geklärt werden konnte, bestand die Möglichkeit für ein Follow-up-Coaching, die schriftliche Beantwortung kleinerer Folgefragen oder ein späteres Feedback-Gespräch. Durch diese Flexibilität konnte sowohl eine intensive Auseinandersetzung als auch eine Prozessbegleitung geboten werden, die zu einer nachweislichen Wirkung beitragen sollten.

„Ich kenne nun eher die Vorlieben meiner potenziellen Kunden, wo sie sich Bilder anschauen, wo ich sie ansprechen kann und nun auch noch gezielter, wie diese Ansprache gestaltet sein sollte.“

*KUBUZZ-Teilnehmerin*

### **KUBUZZ E-Learning**

Die im Monatsrhythmus veröffentlichten E-Learning-Angebote von KUBUZZ ermöglichten den Interessierten sich flexibel und eigenständig weiterzubilden, unabhängig von Ort und Zeit. Insgesamt entstanden 12 Einheiten zu Themen wie Künstlersozialkasse, Business Model Canvas, PR, Finanzplanung und -steuerung, Rechtsformen oder Körper- und Sprechausdruck. Diese wurden leicht verständlich und interaktiv mit verschiedenen Methoden aufbereitet und vermitteln grundständige Inhalte und Kompetenzen, die auch mittelfristig nicht an Aktualität und Relevanz verlieren. So wurden zum Beispiel digitale Lernprogramme, Videos, Podcasts, individualisierbare Formularvorlagen und vieles mehr entwickelt, die auch über die Pilotphase hinaus bestehen bleiben und genutzt werden

können. In Summe haben dieses Jahr über 300 Teilnehmer\*innen mit mehr als 1.500 Zugriffsklicks das E-Learning genutzt.

### **KUBUZZ Connects**

Der vierte Baustein stand ganz im Zeichen der Vernetzung und lud zum Austausch, Ideen-Schmieden und voneinander Lernen ein. Dafür wurden die KUBUZZ Connects Künstler\*innengespräche und die KUBUZZ Connects Dialoge als Begegnungs- und Austauschformate im digitalen und analogen Raum konzipiert. Die Künstler\*innengespräche fanden immer digital in einer vertrauten Runde von maximal 15 Teilnehmer\*innen statt und beinhalteten einen thematischen Input aus der Praxis einer Künstlerin bzw. eines Künstlers mit dem Ziel, die Diskussion und das Gespräch darüber zu öffnen. Die besprochenen Themen reichten von der Schnittstelle zwischen Design und Kunst, über die Bedeutung von Musiker\*innengesundheit bis hin zum Thema Nachtkultur.

Bei den KUBUZZ Connects Dialogen traf man sich in Präsenz, um verstärkt individuelle Gespräche und Kennenlernen zu ermöglichen. So konnten im Laufe der Projektdauer drei tagesfüllende Formate in Ludwigsburg, Karlsruhe und Stuttgart mit fachlichen Inputs, moderierten Gesprächen und Diskussionen von und mit überregional und international renommierten Künstler\*innen und Kulturschaffenden realisiert werden. Außerdem konnten alle Gäst\*innen in gelöster Atmosphäre bei musikalischer und kulinarischer Untermalung ins Gespräch kommen und neue Netzwerke knüpfen.

### **Wer nahm an KUBUZZ teil?**

Über 750 Künstler\*innen und Kulturschaffende aus Baden-Württemberg nahmen KUBUZZ-Angebote in 2022 wahr. Rund 66 Prozent aller Personen haben mindestens an zwei Workshops, Coachings oder einer Kombination daraus teilgenommen. Bei einigen intensivierte sich über das Jahr die KUBUZZ-Nutzung deutlich und sie meldten sich immer wieder an. 15 Prozent aller Teilnehmer\*innen investierten mehr als 20 Stunden bei KUBUZZ in ihre Professionalisierung. In Einzelfällen gab es Künstler\*innen und Kulturschaffende mit einer KUBUZZ-Teilnahme von mehr als 100 Stunden.

Grundsätzlich lässt sich bei den KUBUZZ-Teilnehmer\*innen ein starker Frauenanteil feststellen: 73 Prozent der Teilnehmenden identifizieren sich mit dem weiblichen Geschlecht. Es ist allerdings nicht so, dass es allgemein deutlich mehr Künstlerinnen als Künstler gibt. Blickt man ver-

<sup>4</sup> vgl. Schulz/ Zimmermann 2020: 261.

<sup>5</sup> vgl. Statista 2022.

<sup>6</sup> vgl. Sandforth/ Wapler 2016: 365f.

<sup>7</sup> vgl. Schulz/ Zimmermann 2020: 302.

gleichsweise auf die Zahlen der Versicherten in der Künstlersozialkasse von 2019, liegt der Frauenanteil bei 48 Prozent, also sogar leicht unterhalb einer ausgeglichenen Verteilung.<sup>4</sup> Wodurch ist zu erklären, dass freischaffende Künstlerinnen um einiges mehr Weiterbildungsangebote nutzen als Künstler? Im Bundesdurchschnitt zur Weiterbildungsbeteiligung ist hier keine geschlechterspezifische Auffälligkeit festzustellen.<sup>5</sup> Für den Kunst- und Kulturbereich liegen hier zwei Gründe nahe: Zum einen ist die finanzielle Lage der freien Künstlerinnen häufig besonders prekär und ihr Verdienst liegt unter dem der Männer. Zum anderen bewegen sich Frauen in einem traditionell von Männern dominierten Kulturleben, in dem Werke der weiblichen Kulturschaffenden noch immer einen minderen Wert bekommen.<sup>6</sup> Künstlerinnen sehen daher womöglich in dem Weiterbildungsangebot stärker die Chance als Männer, sich selbst zu ermächtigen und eigene Freiräume zu schaffen. Weitere Forschungen sollten dieser Fragestellung nachgehen. KUBUZZ hat in diesem Zusammenhang auch Coachings im Bereich Empowerment für Künstlerinnen, Pay und Show Gap angeboten und kommunikativ mit Initiativen wie musicbwwomen zusammengearbeitet.

„Ich hatte das Gefühl, in meinen beruflichen Aktivitäten ein ‚Update‘ zu brauchen, steckengeblieben zu sein. Es gab auch ein Bedürfnis nach Neuorientierung, Vernetzung, Expertenaustausch, Kompetenzgewinn, Reflexion mit sich und anderen.“

*KUBUZZ-Teilnehmerin*

Hinsichtlich der Altersverteilung liegt ein Schwerpunkt auf der Alterskohorte zwischen 50 und 59 Jahren, die ein Drittel ausmacht. Jeweils gut 20 Prozent befinden sich in den Altersgruppen zwischen 30 und 39 Jahren und zwischen 40 und 49 Jahren. Diese Zahlen gleichen stark der Altersverteilung der Versicherten in der Künstlersozialkasse.<sup>7</sup>

Mit Blick auf die künstlerischen Sparten, in denen die Teilnehmer\*innen berufstätig sind, kommen die meisten aus den Sparten Bildende Künste (26 Prozent) und Musik (18 Prozent), gefolgt von Design bzw. Angewandte Künste (13 Prozent). Aber auch Vertreter\*innen der Darstellenden Künste (10 Prozent), Film/Medien (8 Prozent), Kulturvermittlung (8 Prozent) und Wort (7 Prozent) buchten Angebote bei KUBUZZ.

## Weitblick

### **Welche Wirkungen zeigten sich bei den Teilnehmenden?**

Rund ein halbes Jahr nach dem Angebotsstart von KUBUZZ erfolgte eine Online-Befragung unter allen Personen, die sich bis dato bei KUBUZZ angemeldet hatten. Insgesamt konnten 138 Datensätze bei einer Grundgesamtheit von damals rund 800 registrierten Interessent\*innen erhoben werden. Dabei wurde unter anderem abgefragt, was den Künstler\*innen durch ihre KUBUZZ-Teilnahme bewusst wurde.

In den Workshops und Coachings realisierten viele Teilnehmende ihre eigenen Wissenslücken, die ihre alltägliche Arbeit und auch die strategische Ausrichtung ihrer Selbstständigkeit erschweren und behindern. Für manche ist es etwa der Mangel an Kenntnissen über Strategien der Öffentlichkeitsarbeit für eine neue Ausstellung, für andere gleichen die Projektfördermöglichkeiten und das Prozedere der Antragsstellung einem Dschungel. Teilweise wissen die Künstler\*innen nicht, dass sie berechtigtes Mitglied für die KSK wären und manchmal fehlten auch einfach nur grundlegende Skills in Excel. Viele der Teilnehmenden erkannten einen Professionalisierungsbedarf bei sich und verstanden, dass ein unternehmerisches Denken und Handeln als Selbstständige\*r unverzichtbar ist.

„Es wurde mir bewusst, wie wichtig es ist, auch während des Berufslebens Fortbildung und Austausch zu bekommen. Das Gefühl von Teilhabe und auch sozialem Kulturschaffen hat mir ein ganz anderes Lebensgefühl gegeben.“

*KUBUZZ-Teilnehmer*

Ein Großteil der Befragten nahm zum ersten Mal an einer Weiterbildung zu kulturmanagerialen Themen teil und freute sich – auch in zum Teil fortgeschrittenem Alter –, sich weiterzubilden, von Fachexpert\*innen beraten zu werden und externes Feedback zu ihrem Schaffen zu erhalten.

Außerdem wollte das KUBUZZ-Team erfahren, ob die Teilnehmenden die Tipps und Erkenntnisse aus dem KUBUZZ-Programm gut in die eigene Selbstständigkeit transferieren konnten. Über Dreiviertel stimmten dem zu oder gaben an, dass sie gerade in der Umsetzungsphase seien. Grundvoraussetzung für den Transfer der Lehrinhalte in den eigenen Arbeits-

<sup>8</sup> Dazu zählten Vereine, Verbände, Interessensvertreter\*innen verschiedener künstlerischer Sparten wie z. B. Berufsverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Baden-Württemberg, Freie Tanz- und Theaterszene Stuttgart, Tonkünstlerverband, Literaturhäuser u.v.a.m.

alltag und die Implementierung der KUBUZZ-Impulse in eine veränderte Haltung der Selbstständigkeit ist jedoch der Eigenantrieb und der Mut zur Weiterentwicklung jeder Teilnehmerin bzw. jedes Teilnehmers.

Die Anwendung des KUBUZZ E-Learnings war für die Benutzer\*innen klar strukturiert und verständlich aufgebaut und es stellte für sie eine gute Ergänzung zu einem Workshop oder Coaching dar. Das KUBUZZ-Team sah bereits zu Projektbeginn bei diesem Baustein die größte Herausforderung darin, die Zielgruppe an diese Art der Weiterbildung heranzuführen. Es wurde daher ein Erklärvideo für das KUBUZZ E-Learning erstellt und in den anderen KUBUZZ Formaten wurde zum Ausprobieren und Hineinschnuppern angeregt. Obwohl das E-Learning-Angebot also stark kommuniziert wurde, klickten sich nur circa 20 Prozent aller KUBUZZ-Teilnehmenden mindestens einmal durch eine E-Learning-Einheit. Da diese Angebote jedoch auch zukünftig zur Verfügung stehen wird, können sie noch von einer breiten Nutzer\*innenschaft aufgerufen werden.

„E-Learning ermöglicht, im eigenen Tempo, zur selbstgewählten Zeit und mit selbstgesetzten Schwerpunkten zu lernen. Das kommt gerade Individualisten entgegen, wie es Künstler und Kulturschaffende häufig sind.“

*KUBUZZ-Teilnehmer*

Auch den Nicht-Nutzer\*innen war der Mehrwert von E-Learning sehr wohl bewusst, wie etwa die zeitlich und örtlich flexible Nutzungsmöglichkeit, und sie hielten die digitale Aufbereitung von Themen zur künstlerischen Selbstständigkeit auch grundsätzlich für sinnvoll. Sie gaben aber zu 41 Prozent an, dass sie bisher keine Zeit für ein E-Learning hatten und zu 29 Prozent nicht wussten, dass KUBUZZ dies überhaupt anbietet. Die Vielzahl an Workshops und Coachings scheint in der selektiven Wahrnehmung der Zielgruppe deutlich stärker herausgestochen zu sein. Zudem gab es von den Künstler\*innen die Rückmeldung, dass die Vermittlungsformate mit zwischenmenschlichem Austausch als attraktiver empfunden wurden und man sich hierbei einen größeren Erkenntnisgewinn versprach als im Selbststudium. Hier bedarf es weiterhin Aufklärungsarbeit, um mögliche Nutzungsbarrieren abzubauen, einen vertrauten Umgang mit E-Learning und eine wirkungsvolle Verzahnung der Bausteine zu erreichen.

**Welche Erfahrungen ergaben sich aus der Projektorganisation?**

Eine der wohl größten Herausforderungen für das KUBUZZ Team war die enorm kurze Projektlaufzeit von 1,5 Jahren. In dieser Zeit mussten nicht nur Strukturen, Konzepte und Ideen entwickelt werden, sondern es galt auch, das neue Programm schnellstmöglich an viele Künstler\*innen und Kulturschaffende in Baden-Württemberg zu kommunizieren. Dabei war es von Vorteil, dass KUBUZZ als Verbundprojekt konzipiert wurde: Neben dem projektleitenden Institut für Kulturmanagement der PH Ludwigsburg waren auch das Kunstbüro der Kunststiftung Baden-Württemberg, die Staatliche Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Mannheim, die Popakademie Baden-Württemberg, die Akademie der Bildenden Künste Stuttgart, die Hochschule der Medien Stuttgart und das Zentrum für Kulturelle Teilhabe Teil des Konsortialverbunds. So erfuhren viele Teilnehmende über die Kanäle dieser Projektpartner von KUBUZZ. Zudem baute das Team Netzwerke und Kooperationen mit zahlreichen Multiplikator\*innen<sup>9</sup> auf und informierte darüber regelmäßig über KUBUZZ-Aktivitäten. In den Verteiler wurden auch die Kulturämter und Kreativzentren vieler Städte aufgenommen, die zum Teil in Kooperation mit KUBUZZ Workshops anboten, wie etwa in Karlsruhe mit dem K<sup>3</sup> Kultur- und Kreativwirtschaftsbüro oder in Heidelberg mit der Stabstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft. Unter allen späteren Teilnehmenden gaben 36 Prozent an, über diese Multiplikator\*innen auf KUBUZZ aufmerksam geworden zu sein. Während des Projekts wurden auch die Social-Media-Kanäle von KUBUZZ ausgebaut und es konnte eine stetig wachsende Community gebildet werden (z.B. über 800 Follower\*innen auf Instagram). Ein weiteres wichtiges Kommunikationsinstrument stellte der KUBUZZ-Newsletter dar, mit einer Leser\*innenschaft von aktuell fast 750 Personen.

Innerhalb der enorm kurzen Projektlaufzeit von 1,5 Jahren mussten nicht nur Strukturen, Konzepte und Ideen entwickelt werden, sondern es galt auch, das neue Programm schnellstmöglich an viele Künstler\*innen zu kommunizieren.

Im Rahmen des Programmaufbaus wurde die Zielgruppe in der bereits erwähnten Bedarfsanalyse auch nach den Rahmenbedingungen und Formaten für die Weiterbildung gefragt. Die Teilnehmenden gaben vor Projektstart an, dass sie zu 73 Prozent Angebote in Präsenz und zu 62 Prozent digitale Angebote wahrnehmen würden. Auf Basis dieser Er-



gebnisse begann das KUBUZZ-Team rund die Hälfte der Workshops der ersten Monate als Präsenz-Veranstaltungen an verschiedenen Standorten in Baden-Württemberg zu planen. Es zeigte sich anhand des Anmeldeverhaltens der Teilnehmenden recht schnell, dass die Nachfrage nach den digitalen Workshops um ein Vielfaches größer war als nach den analogen Formaten. Dies lag zu Beginn des Jahres 2022 sicherlich an der Corona-Situation, als zwar Präsenz-Veranstaltungen wieder möglich waren, aber grundsätzlich nur sehr zögerlich in Anspruch genommen wurden. Im Laufe des Jahres änderte sich daran allerdings kaum etwas, sodass es weiterhin eine deutliche Präferenz für die digitalen Workshops gab. Für die Teilnehmenden liegen die Vorteile der digitalen Weiterbildungsformate klar auf der Hand: Sie können sich ortsunabhängig in ein ZOOM-Meeting einwählen und teilnehmen, wobei sie sich Zeit und Kosten für die Anfahrt sparen. Insbesondere für Teilnehmende aus dem ländlichen Raum war es so auch leicht möglich die KUBUZZ Angebote wahrzunehmen. Außerdem lassen sich digitale Formate einfacher mit Care-Aufgaben vereinen. Das KUBUZZ-Team reagierte darauf und stellte die Workshops fast gänzlich auf Online-Formate um. Es konnten dadurch auch Referent\*innen aus dem In- und Ausland gewonnen werden. Die Reduzierung von Reisen und Übernachtungen trug zudem zu einer aus ökologischer Perspektive ressourcenschonenden Veranstaltungsdurchführung bei.

Das Gelingen von Weiterbildungsprogrammen hängt vom Mitwirken der Künstler\*innen und Kulturschaffenden ab. Hier wünscht sich KUBUZZ eine noch größere Zuverlässigkeit und Verbindlichkeit von den Teilnehmenden.

Da die Anmeldung für ein KUBUZZ-Angebot kostenfrei und sehr niederschwellig war, meldeten sich viele KUBUZZ-Interessent\*innen auf der Webseite gleich für mehrere Workshops an. Bei den Veranstaltungen erschien dann jedoch rund ein Fünftel der angemeldeten Personen nicht. Auch wenn von den Teilnehmenden viel Lob und Dank an das Team herangetragen wurde, hängt das Gelingen von Weiterbildungsprogrammen wie KUBUZZ vom Mitwirken der Künstler\*innen und Kulturschaffenden ab. Hier wünscht sich KUBUZZ eine noch größere Zuverlässigkeit und Verbindlichkeit von den Teilnehmenden. Es ist davon auszugehen, dass sich mit einer kleinen Teilnahmegebühr die Verbindlichkeit steigern würde.

Dies hätte jedoch die Konsequenz, dass die Teilnahme nicht mehr ganz so niederschwellig und flexibel wäre und auch einen enormen Verwaltungsmehraufwand bedeuten würde.

## Ausblick

Die vielen positiven Stimme der Teilnehmenden zeigen auf, welche Lücke KUBUZZ in Baden-Württemberg geschlossen hat. Eine feste Anlaufstation für Künstler\*innen und Kulturschaffende ist daher sinnvoll und wirkungsvoll, um sich umfassend über Themen der künstlerischen Selbstständigkeit zu informieren und weiterzubilden. KUBUZZ möchte zukünftig zu einer Weiterbildungsplattform wachsen, die die zahlreichen Angebote auch anderer Akteur\*innen auf dem Gebiet bündelt und in ansprechender Weise darstellt. Die Pilotphase hat dafür die grundlegenden Strukturen geschaffen. Nun kann und soll sich KUBUZZ aus dem Projektstadium hinauslösen und zu einer festen Marke weiterentwickeln. Es lohnt sich daher weiterhin, auf [kubuzz.de](http://kubuzz.de) zu schauen und die Angebote zu nutzen.

## LITERATUR

**Sandforth, Ruth/ Friederike Wapler (2016):** *Rechtliche Instrumente der Gleichstellungspolitik und ihre Anwendung im Kulturbereich.* In: Schulz, Gabriele / Carolin Ries / Olaf Zimmermann (Hrsg.): *Frauen in Kultur und Medien*, Berlin, S. 363–392.

**Schulz, Gabriele/ Olaf Zimmermann (2020):** *Frauen und Männer im Kulturmarkt. Bericht zur wirtschaftlichen und sozialen Lage*, Berlin.

**Statista (2022):** *Teilnahmequoten an Weiterbildung in Deutschland nach Geschlecht von 1991 bis 2020.* In: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1093062/umfrage/weiterbildungsbeteiligung-in-deutschland-nach-geschlecht/> (letzter Zugriff: 27.10.2022).



**Johannes Maria Gerlitz** (M. A.) kümmerte sich um die Programmkonzeption sowie das Angebots- und Teilnehmendenmanagement im Projekt KUBUZZ. Zuvor war er bei der Stuttgarter Agentur Kulturgold und im Theaterhaus Stuttgart tätig. Er studierte Musiktheaterwissenschaft, Kulturwissenschaft und Kulturmanagement in Bayreuth und Ludwigsburg.



**Zora Luhnau** (M. A.) war bei KUBUZZ für die Programmkonzeption sowie das Angebots- und Teilnehmendenmanagement verantwortlich. Sie ist als Produktionsleitung für das Junge Nationaltheater Mannheim tätig. Sie studierte Theater- und Medienwissenschaften, Kulturgeographie, Kulturwissenschaft und Kulturmanagement in Erlangen, Madrid und Ludwigsburg.



**Elisabeth Strobel** (M. A.) war für die Kommunikation und Konzeption von KUBUZZ am Institut für Kulturmanagement zuständig. Zuvor war sie mehrere Jahre in der Abteilung Presse & Kommunikation der Pinakotheken sowie am Museum Brandhorst in München tätig. Sie studierte Kulturwissenschaft und Kulturmanagement in Passau, Perugia (IT) und Ludwigsburg.

