



Veranstaltungs- und Prüfungsmerkblatt Frühjahrssemester 2025

8,646: Kreativität/Creativity: Cultural Entrepreneurship

ECTS-Credits: 3

Überblick Prüfung/en

(Verbindliche Vorgaben siehe unten)

dezentral - Schriftliche Arbeit, Digital, Einzelarbeit Individualnote (50%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

dezentral - Präsentation, Analog, Gruppenarbeit Gruppennote (50%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Zugeordnete Veranstaltung/en

Stundenplan -- Sprache -- Dozent

[8,646,1.00 Kreativität/Creativity: Cultural Entrepreneurship](#) -- Deutsch -- [Schellmann Maximilian](#)

Veranstaltungs-Informationen

Veranstaltungs-Vorbedingungen

Keine

Lern-Ziele

Die Studierenden

- kennen und verstehen Theorien kulturellem Unternehmertum und Kreativwirtschaft, ihre Hintergründe sowie empirische Verankerungen;
- können auf dieser Grundlage gegenwärtige Entwicklungen kulturellen Unternehmertums analysieren,
- können eigenständig Projekte entwickeln, in denen sie die Kursinhalte in Beziehung zu eigenen Forschungsinteressen setzen.

Veranstaltungs-Inhalt

Der Kurs vermittelt den Studierenden die theoretischen und konzeptionellen Rahmenbedingungen, um kulturelles Unternehmertum zu diskutieren, zu analysieren und zu managen. Er bietet Kompetenzen, um unternehmerische Prozesse zu formulieren und zu entwickeln und diese auf empirische Fälle im Bereich Kunst und Kultur anzuwenden. Der Kurs stellt drei Ansätze des kulturellen Unternehmertums vor:

1. Kulturelles Unternehmertum als managerial gesteuerte Bestrebungen, kulturelle Institutionen zu verändern und zu erneuern.
2. Kulturelles Unternehmertum als politisch und wirtschaftlich gesteuerte Bestrebungen, urbane und regionale Entwicklung zu initiieren und zu unterstützen.
3. Kulturelles Unternehmertum als sozial gesteuerte Bestrebungen, die Identität der Gemeinschaft zu fördern und die Vielfalt künstlerischer und kultureller Ausdrucksformen zu erhöhen.

Zu Beginn des Seminars werden den Studierenden die erforderlichen Kenntnisse vermittelt, um kulturelles Unternehmertum anhand der drei vorab beschriebenen Ansätze zu verstehen und zu analysieren. In einem zweiten Seminarteil dann sind die Studierenden aufgefordert, kulturellem Unternehmertum selbst empirisch zu begegnen und dieses zu erforschen. Hierbei wenden wir uns verschiedenen kulturellen Unternehmungen in St. Gallen (und Umgebung) zu und forschen vor Ort zu Praktiken, Strategien und Herausforderungen unternehmerischer Praktiken im Kultursektor (so etwa bezgl. Museen, Theatern, Künstler:innen, oder Kinos).



Die Studierenden sollen hierbei selbst einen eigenen Blick auf die momentane Situation kulturellen Unternehmertums in ihrem unmittelbaren Umfeld (HSG, St. Gallen, Schweiz) erarbeiten: In Gruppen sollen sie sich dem Thema aus einem spezifischen Blickwinkel annähern und auf Basis der gemeinsamen Diskussion und Texte, eingeladenen Gäste und Filmausschnitten, einen eigenen Beitrag und Perspektive zu den Politiken kulturellen Unternehmertums entwickeln.

Veranstaltungs-Struktur und Lehr-/Lerndesign

Tag 1

- Kennenlernen und Vorstellung der Kursinhalte und Themen
- Zum Hintergrund des Seminars: Der Kreativitätsdispositiv
- Orte und Räume kulturellen Unternehmertums: Die (kreative) Stadt, das Museum, Digitale Räume
- Themensuche und Gruppenbildung

Tag 2

- Feldzugang und Forschung
- Gruppenarbeiten

Tag 3

- Gruppenarbeiten
- Vorstellung der Studien und Gruppenprojekte
- Besprechung der Arbeiten der Studierenden

Das Kontextstudium ist der Form nach **Kontaktstudium**; zum ordnungsgemässen Besuch der Veranstaltung gehört daher die **regelmässige Teilnahme**. Die Studierenden müssen selbst darauf achten, dass sich Veranstaltungstermine **nicht überschneiden**. Die genaue Kursplanung und alle Unterlagen werden zu Beginn der Veranstaltung auf **StudyNet** bereitgestellt. Es gelten die Termine auf **Courses**.

Veranstaltungs-Literatur

Literatur (vorläufige Liste):

- Beyes, Timon (2016) 'Art, Aesthetics and Organization'. In Barbara Czarniawska (ed.), *A Research Agenda for Management and Organization Studies*. Cheltenham: Edward Elgar
- Erdem, E. (2014) Reading Foucault with Gibson-Graham: The Political Economy of "other Spaces" in Berlin
- Groys, B. (2018). Curating in the Post-Internet Age. In: e-flux Journal #94
- Hetherington, K. (2019). Museums. In: *Theory, Culture and Society*, 23 (2-3). Michels, C.; Beyes, T. & Steyaert, C. Another new museum. In: *Scandinavian Journal of Public Administration* 18(3): 9-28
- Holt, R. & Hjorth, D. (2016). It's entrepreneurship, not enterprise: Ai Weiwei as entrepreneur. *Journal of Business Venturing Insights* (5): 50 – 54
- Jørgensen, L., & Holt, R. (2019). Organization, atmosphere, and digital technologies: Designing sensory order. *Organization* 26(5): 673- 695.
- McRobbie, Angela (2002) 'Clubs to Companies: Notes on the decline of political culture in speeded up creative worlds'. *Cultural Studies* 16(4): 516-531.
- Neelands, J. & Choe, B. (2010) The English Model of Creativity: Cultural Politics of an Idea
- Orlikowski, W. J. (2010). The Sociomateriality of Organisational Life: Considering Technology in Management Research. *Cambridge Journal of Economics* 34 (1): 125– 41.
- Osborne, T. (2003). Against creativity: A philistine rant, in: *Economy and Society*, 32 (4): 507-525.
- Parry, R. (2013). The End of the Beginning. Normativity in the Postdigital Museum. In: *Museum Worlds: Advances in Research* 1 (2013): 24–39
- Reckwitz, Andreas (2014) 'Creativity as Dispositif'. In Hubert Knoblauch et al. (eds.), *Culture, Communication and Creativity*, Peter Lang.
- Ullrich, W. (2018) Museum. In: "The Creativity Dispositive" [Eds.: T. Beyes & J. Metelmann]. Transcript

Veranstaltungs-Zusatzinformationen



Maximilian Schellmann, PhD, is currently PostDoc at the Leuphana University Lüneburg and Lecturer at the Copenhagen Business School, Department for Management, Politics and Philosophy. His research interests include Creativity an Culturel Entrepreneurship, Museum Studies, Migration Studies, Urban Studies, Organization Theory, and Aesthetics. Last publications: "The Politics of Organizing Refugee Camps", CBS [PhD]; "Stage" , in: The Creativity Complex, T. Beyes & J. Metelmann [Eds.]. Transcript.

Prüfungs-Informationen

Prüfungs-Teilleistung/en

1. Prüfungs-Teilleistung (1/2)

Prüfungsmodalitäten

Prüfungstyp	Schriftliche Arbeit
Verantwortung für Organisation	dezentral
Prüfungsform	Schriftliche Arbeit
Prüfungsart	Digital
Prüfungszeitpunkt	Vorlesungszeit
Prüfungsdurchführung	Asynchron
Prüfungsort	Off Campus
Benotungsform	Einzelarbeit Individualnote
Gewichtung	50%
Dauer	--

Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch
Antwortsprache: Deutsch

Bemerkungen

--

Hilfsmittel-Regelung

Freie Hilfsmittelregelung

Die Hilfsmittel sind durch die Studierenden grundsätzlich frei wählbar. Allfällige Einschränkungen werden im Hilfsmittelzusatz durch die zuständigen Dozierenden definiert.

Hilfsmittel-Zusatz

--

2. Prüfungs-Teilleistung (2/2)

Prüfungsmodalitäten

Prüfungstyp	Präsentation
Verantwortung für Organisation	dezentral
Prüfungsform	Mündliche Prüfung
Prüfungsart	Analog
Prüfungszeitpunkt	Vorlesungszeit
Prüfungsdurchführung	Asynchron
Prüfungsort	On Campus
Benotungsform	Gruppenarbeit Gruppennote
Gewichtung	50%
Dauer	--

Prüfungs-Sprachen



Fragesprache: Deutsch
Antwortsprache: Deutsch

Bemerkungen

--

Hilfsmittel-Regelung

Freie Hilfsmittelregelung

Die Hilfsmittel sind durch die Studierenden grundsätzlich frei wählbar. Allfällige Einschränkungen werden im Hilfsmittelzusatz durch die zuständigen Dozierenden definiert.

Hilfsmittel-Zusatz

--

Prüfungs-Inhalt

Die relevanten Prüfungskriterien bezüglich der studentischen **Hausarbeiten** (12'000 Zeichen inkl. Leerzeichen) und **Präsentationen** sind:

- Analytische Tiefe und Qualität der Arbeiten,
- Eigenständigkeit und Innovationskraft der Arbeiten, sowie
- Einbezug der relevanten Literatur und der Unterrichtsinhalte.

Prüfungs-Literatur

Die Prüfungs-Literatur hängt von der jeweiligen Themenwahl ab.

Wichtige Hinweise

Bitte beachten Sie, dass nur dieses Merkblatt, sowie der bei Biddingstart veröffentlichte Prüfungsplan verbindlich sind und anderen Informationen, wie Angaben auf StudyNet (Canvas), auf Internetseiten der Dozierenden und Angaben in den Vorlesungen etc. vorgehen.

Allfällige Verweise und Verlinkungen zu Inhalten von Dritten innerhalb des Merkblatts haben lediglich ergänzenden, informativen Charakter und liegen ausserhalb des Verantwortungsbereichs der Universität St.Gallen.

Unterlagen und Materialien sind für zentrale Prüfungen nur dann prüfungsrelevant, wenn sie bis spätestens Ende der Vorlesungszeit (KW 21) vorliegen. Bei zentral organisierten Mid-Term Prüfungen sind die Unterlagen und Materialien bis zur KW 13 (Montag, 24. März 2025) prüfungsrelevant.

Verbindlichkeit der Merkblätter:

- Veranstaltungsinformationen sowie Prüfungszeitpunkt (zentral/dezentral organisiert) und Prüfungsform: ab Biddingstart in der KW 04 (Donnerstag, 23. Januar 2025);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für dezentral organisierte Prüfungen: in der KW 12 (Montag, 17. März 2025);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Mid-Term Prüfungen: in der KW 14 (Montag, 31. März 2025);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Prüfungen: zwei Wochen vor Ende der Prüfungsabmeldephase in der KW 15 (Montag, 07. April 2025).