EUHeritage

Skills for promotion, valorisation, exploitation, mediation and interpretation of European Cultural Heritage

QUALIFIKATIONSPROFIL FÜR DAS KULTURERBE REPOR

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



materahub cultural and creative industries

M2C

HELLENIC OPEN UNIVERSITY

FITZCARRALDO FONDAZIONE

culturadata.ro

INSTITUTUL NAȚIONAL PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

la cultora

L-Università ta' Malta

CAMERA DI COMMERCIO E INDUSTRIA ITALIANA PER LA SPAGNA

ENCATC



EINLEITUNG

Die aktuelle Forschung wurde im Rahmen des Projekts “Skills for promotion, valorisation, exploitation, mediation and interpretation of European Cultural Heritage“ durchgeführt. Der Hauptzweck unserer Forschung war es, die Fähigkeiten und Bedürfnisse im Bereich des kulturellen Erbes und anderer verwandter Branchen zu identifizieren, um ein Kompetenzprofil für Kulturerbe-Manager und andere Fachleute, die in der Förderung, Aufwertung, Nutzung, Vermittlung und Interpretation des kulturellen Erbes tätig sind, zu erstellen. Ein weiterer wichtiger Zweck der Forschung war es, die aktuellen Praktiken in den Trainingsprogrammen für Kulturerbe-Fachleute, zu präsentieren und eine Liste der Bedürfnisse für zukünftige Trainingsprogramme zu erstellen. Besonderes Augenmerk wurde auf digitale und innovative Fähigkeiten sowie auf transversale Fähigkeiten gelegt. Die Ergebnisse unserer Forschung werden bei der Umsetzung anderer Aktivitäten im Projekt helfen. Die Hauptzielgruppen unserer Forschung waren die Partner des Projekts, andere Berufsbildungsanbieter und die Akteure des Sektors.

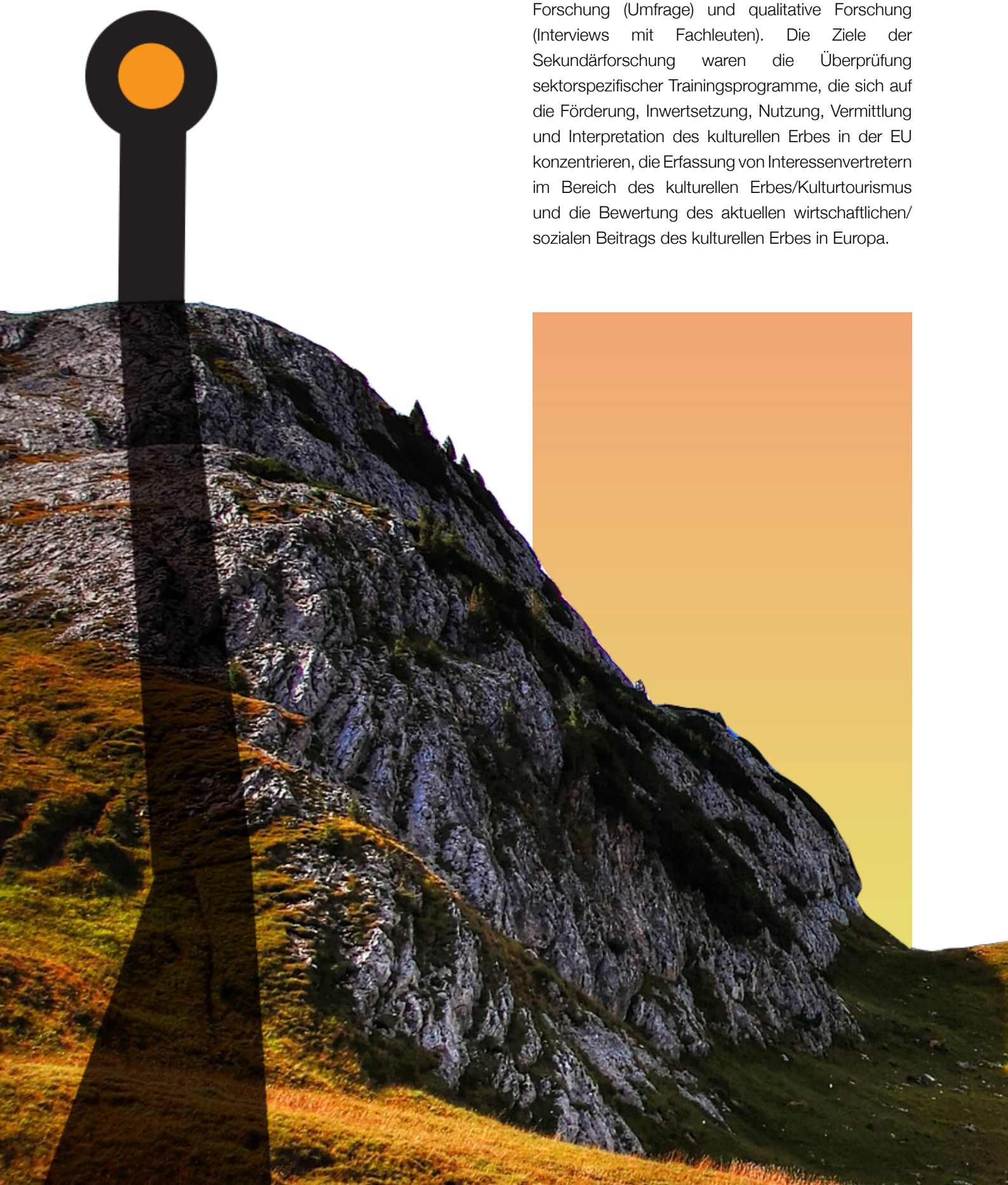
Das Europäische Kulturerbe ist Teil eines übergreifenden kulturellen und kreativen Sektors, der einen wichtigen Beitrag zum wirtschaftlichen und kulturellen Leben der Europäischen Union leistet. Bisherige Forschungen zu diesem Thema haben gezeigt, dass auf dem europäischen Arbeitsmarkt im Jahr 2018 634.000 Menschen in diesem Bereich angestellt waren. Das damit einhergehende Wachstumspotenzial kann nur dann nachhaltig genutzt werden, wenn angemessene Trainingsprogramme und Unterstützungen vorhanden sind. Die Qualifikationslücke spiegelt die Notwendigkeit wider, die Schwächen des Bildungssystems zu verbessern, aber auch die Herausforderung, mit den schnellen Veränderungen Schritt zu halten, die durch die Entwicklung von Technologie und Innovation hervorgerufen werden.

Daher zielte unsere Forschung darauf ab, das Missverhältnis zwischen den durch Bildung und Ausbildung im Bereich des kulturellen Erbes vermittelten Fähigkeiten und den für die Entwicklung des Sektors erforderlichen Fähigkeiten zu ermitteln. Die Schnittstellen zwischen Kultur- und Kreativsektor unterstreichen die Bedeutung von Querschnittskompetenzen, die die Zusammenarbeit zwischen Kulturerbe und anderen Sektoren wie Technologie, Tourismus, KMU und anderen Kreativ- und Kultursektoren erleichtern könnten.

Das Ziel unserer Forschung bestand darin, eine Reihe von Fähigkeiten zu definieren, die für den Sektor des kulturellen Erbes verbessert werden müssen und auf nationaler, aber auch auf europäischer Ebene relevant sind. Darüber hinaus sollte die Forschung dazu beitragen, innovative und bedarfsorientierte Schulungskurse zu entwickeln, um verschiedene branchenspezifische und transversale Fähigkeiten zu integrieren, darunter digitale, unternehmerische und Soft Skills. Die Ergebnisse unserer Forschung werden dazu beitragen, die Fachkräfte zu qualifizieren, die auf dem Gebiet der Förderung des Kulturerbes, seiner Aufwertung und Nutzung, sowie der Vermittlung und der Interpretation tätig sind.

KURZFASSUNG

Die Forschung wurde im Zeitraum von Februar bis September 2019 durchgeführt und umfasste drei Hauptaktivitäten: Desk Research, quantitative Forschung (Umfrage) und qualitative Forschung (Interviews mit Fachleuten). Die Ziele der Sekundärforschung waren die Überprüfung sektorspezifischer Trainingsprogramme, die sich auf die Förderung, Inwertsetzung, Nutzung, Vermittlung und Interpretation des kulturellen Erbes in der EU konzentrieren, die Erfassung von Interessenvertretern im Bereich des kulturellen Erbes/Kulturtourismus und die Bewertung des aktuellen wirtschaftlichen/sozialen Beitrags des kulturellen Erbes in Europa.



Gemäß den Projektdefinitionen haben wir berücksichtigt:

- die Förderung des Kulturerbes als die Aktivitäten zur Bewerbung der Kulturstätten und Denkmäler;
- die Aufwertung des Kulturerbes als eine Reihe von Kompetenzen zur Aufwertung eines Kulturerbes, die produktive Nutzung einer Ressource, die Verwendung oder Anwendung von etwas (ein Objekt, ein Prozess oder eine Aktivität), so dass es finanziell vergütet wird oder einen Wert erzeugt;
- die Nutzung des Kulturerbes als die Aktion, die Ressourcen des Kulturerbes zu nutzen und davon zu profitieren;
- die Kulturerbe-Mediation als Verfahren zur Beilegung von Kulturerbe-Streitigkeiten;
- die Kulturerbe-Interpretation als die Kunst, eine Beziehung zwischen den Elementen der Stätte oder Sammlung und dem Bedeutungs- und Werterahmen der Besucher herzustellen.

Die Stakeholder-Liste enthält Kontakte von 1205 Fachleuten aus fünf Kategorien:

1. Kulturerbe-Manager; Manager von UNESCO-Stätten; Museumsmanager; Manager von Kulturstiftungen; Manager von Kulturzentren und -einrichtungen;
2. Mitarbeiter aus den Bereichen Bildung, Interpretation und Öffentlichkeitsarbeit, wie z. B. Manager und Mitarbeiter aus den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Engagement; IKT- und Technologieexperten, wie z. B. Designer für digitale Erlebnisse im Bereich Kulturerbe und Kulturtourismus; Kuratoren; Mitarbeiter aus dem Besucherservice; Mitarbeiter aus den Bereichen Community und Bildungsengagement; Mitarbeiter aus den Bereichen Kommunikation und Werbung;
3. Fachleute, die in Organisationen arbeiten, die immaterielles Kulturerbe fördern (z. B. Nahrungsmittel, traditionelle Feste, traditionelle Musik, mündliche Überlieferung, traditionelles Kunsthandwerk usw.);
4. Marketing- und Fundraising-Mitarbeiter, die im Bereich des kulturellen Erbes und des Kulturtourismus arbeiten;
5. Fachleute der touristischen Wertschöpfungskette, die sich während ihrer täglichen Arbeit für das kulturelle Erbe einsetzen.

Die Sekundärforschung umfasste 384 Fälle aus 28 europäischen Ländern, die von April bis Juni 2019 erhoben wurden. Die gesammelten Daten waren: der Name der Organisation, die Schulungsprogramme anbietet, das Land, die Zielgruppen, die Art der Organisation, die Art der Schulung, das Thema der Ausbildung, der besondere Schwerpunkt, die Sprache der Ausbildung, das Ausbildungsniveau, die Ausbildungsgebühr, die Art der Unterrichtsmethoden, die Art der Lernmaterialien, die unterrichteten Fähigkeiten und Kompetenzen und die Art der Zertifizierung. Die meisten Anbieter von kulturellen Ausbildungsprogrammen sind Bildungseinrichtungen oder Partnerschaften zwischen Hochschuleinrichtungen und internationalen Instituten und NGOs. Die meisten dieser Institutionen sind öffentlich und nur einige von ihnen sind private Unternehmen. Die meisten Kurse wurden für Studenten oder sowohl für Studenten als auch für Fachkräfte organisiert und befassten sich insbesondere mit Themen im Zusammenhang mit Management und Organisation oder dem Kommunikations- und Medienbereich. Mehr als ein Viertel der Schulungsanbieter bot Lehrpläne für die Kultur- und Kreativwirtschaft (CCI) an, andere für den Tourismus und einige für den Digital- / IKT-Sektor. Die meisten Schulungsprogramme verwendeten Vorlesungen und nur ein kleiner Teil von ihnen verwendete Workshops und Fallstudien. In Bezug auf die Zahlung war für die meisten Schulungsprogramme eine Teilnahmegebühr erforderlich, und nur wenige Veranstalter boten kostenlose Kurse an. Die meisten Schulungsanbieter bieten Kurse an, in denen Fähigkeiten, Kompetenzen und Fertigkeiten in den Bereichen Management, Branchen- und Innovationskompetenz sowie digitale



Kompetenzen entwickelt werden. Mehr als die Hälfte der Organisationen, die Kurse anbieten, bieten eine Abschlusszertifizierung an.

Die Untersuchung umfasste auch eine Studie, die darauf abzielte, einige wirtschaftliche und soziale Indikatoren im Zusammenhang mit dem kulturellen Erbe für den Zeitraum von drei Jahren (2015-2017) zu identifizieren: Umsatzentwicklung; Beschäftigungsentwicklung; Gewinnentwicklung; Entwicklung der Arbeitsproduktivität; Anzahl der Unternehmen; Bruttoinlandsprodukt (BIP) oder Bruttowertschöpfung (BWS), abhängig davon, welcher Indikator verfügbar war. Die Ergebnisse zeigen, dass Griechenland im Sektor des kulturellen Erbes eine konstante Beschäftigungsquote verzeichnete, in Höhe von rund 3% der gesamten nationalen Beschäftigung. In Italien stieg die Zahl der im Kulturerbe tätigen Unternehmen von 904 im Jahr 2015 auf 1.116 im Jahr 2017. In Malta hat sich der Sektor Kulturerbe in den letzten vier Jahren mit einem Anstieg von fast 20% des Umsatzes vergrößert. Rumänien verzeichnete mit über 1.800 Mitarbeitern und 257 Unternehmen im Jahr 2017 einen allgemeinen Anstieg des Sektors des Kulturerbes.

Die quantitative Forschung umfasste eine Befragung von Managern und Kulturerbe-Mitarbeitern hauptsächlich in den Projektländern, um angemessene Daten zu generieren, die sicherstellen, dass die Projektprozesse/-ergebnisse den tatsächlichen Qualifikationsanforderungen für die Arbeit im Bereich Kulturerbe und Kulturtourismus entsprechen. Das Ziel dieser Aktivität war es, mindestens 200 über Google-Formulare ausgefüllte Fragebögen zu erreichen und eine Datenbank und einen Forschungsbericht zu erstellen.
Die Umfrage wurde zwischen Mai und Juli 2019 durchgeführt und die Fragebögen waren in allen Sprachen der Partner einschließlich einer englischen Version verfügbar. Es wurden 271 Fragebögen gesammelt, die meisten davon aus Belgien, Rumänien, Griechenland und Italien. Die meisten Befragten haben in den letzten 3 Jahren nicht an einem Schulungsprogramm im Bereich des Kulturerbes teilgenommen. Die Haupthindernisse für die Nichtteilnahme an einem Schulungsprogramm waren: Zeitmangel, Mangel an detaillierten Informationen zu Kursen und Schulungsprogrammen, Geldmangel oder mangelndes Wissen darüber, wo nach diesen Kompetenzen gesucht werden kann. Die meisten Befragten nahmen an persönlichen Schulungsprogrammen in ihrer eigenen Stadt, ihrem Land oder ihrer Region teil. Die Mehrheit der Befragten gab an, dass sie es schätzen, mit Experten zu sprechen, ihr Fachwissen mit Gleichaltrigen zu teilen, Fallstudien zu bearbeiten und Studienbesuche durchzuführen. Als beste Optionen bezogen auf die Art des Lernens gaben die meisten Befragten Seminare, Fernunterricht und Blended Learning an. Für die Mehrheit der Befragten sind Leitfäden für bewährte Verfahren oder Fallstudien und Treffen mit Experten die effizientesten Möglichkeiten, um mehr Informationen zu erhalten. Die wichtigsten Kompetenzen für ihre Aktivitäten waren: Kommunikationsfähigkeiten, Fähigkeiten zur Problemlösung, Flexibilität und Anpassung sowie Kreativität und konzeptionelle Kompetenz. Im Bereich der Förderung des Kulturerbes müssen die meisten Befragten ihre Fähigkeiten in Bezug auf Öffentlichkeitsarbeit und Engagement in der Gemeinde, Kompetenzen zum Aufbau von Netzwerken, Marketingfähigkeiten und Fähigkeiten in sozialen Medien verbessern. Für den Bereich der Aufwertung des Kulturerbes sind die am meisten benötigten Fähigkeiten Kompetenzen zum Engagement in der Gemeinde, die Fähigkeit zur Gestaltung von Bildungsprozessen, an denen Menschen unterschiedlichen Alters und unterschiedlicher Fähigkeiten beteiligt sind, Fähigkeiten zum Sammeln von Spenden sowie Präsentationsfähigkeiten. Im Bereich der Verwertung des Kulturerbes möchten die meisten Befragten ihr Know-how im Bereich der Gemeindearbeit und Kuratortätigkeiten verbessern und sich in den Bereichen Management und Finanzierung weiterbilden. Im Bereich Mediation und Interpretation sind die am meisten benötigten Fähigkeiten digitale Kompetenzen, Fähigkeiten zur Interessensvertretung und Ansprache von Entscheidungsträgern sowie Miteigentum an Standorten

Der Hauptzweck der qualitativen Phase dieser Forschung bestand darin, die Umfragedaten zu ergänzen und ein tieferes Wissen über die im Sektor des kulturellen Erbes erforderlichen Fähigkeiten zu generieren, wobei der Schwerpunkt auf zukünftig aufkommenden Bedürfnissen und Trends lag.

Die qualitative Forschung umfasste 53 Interviews mit Expert*innen/Entscheidungsträger*innen im Bereich des kulturellen Erbes, um den Qualifikationsbedarf des Sektors zu ermitteln und die Grundlage für das Mainstreaming/die Nachhaltigkeit des Projekts zu schaffen.

Die von den Befragten am häufigsten benötigten Fähigkeiten waren Kommunikationsfähigkeiten, Fähigkeiten zum Engagement in der Gemeinde, digitale und Medienkompetenzen, Managementfähigkeiten sowie administrative und finanzielle Fähigkeiten.



DIE ÜBERPRÜFUNG DER AUSBILDUNGSPROGRAMME ZUR FÖRDERUNG UND AUFWERTUNG DES KULTURELLEN ERBES IN DER EU



EINLEITUNG

Das folgende Kapitel stellt die Ergebnisse des „Desk Research“ vor, die von den Konsortiumslpartnern 2019 in 28 europäischen Ländern durchgeführt wurde. Diese Recherche umfasst Daten über die Art der Organisationen, die Schulungen anbieten, das Thema und die Sprache der Schulungen, die vorgeschlagenen Lehrpläne und die Dauer, die Art der Lehrmethoden und Lernmaterialien sowie die Art der angebotenen Zertifizierung.

METHODIK

Die EUHeritage Desk Research basiert auf 384 Fällen aus 28 Ländern. Die Daten wurden mittels Online-Recherche im Zeitraum April-Juni 2019 in 28 Ländern von den 7 am EuHeritage-Projekt beteiligten Partnerländern (Rumänien, Italien, Deutschland, Malta, Spanien, Griechenland und Belgien) erhoben. Jeder am Projekt beteiligte Partner übernahm die Verantwortung für die Auswahl und Sammlung von Informationen über die Anbieter von Trainingsprogrammen und über die Hauptmerkmale der Trainings aus einer bestimmten Anzahl von EU-Ländern, die entsprechend der sprachlichen und kulturellen Nähe zugeordnet wurden. Die Daten wurden unter Berücksichtigung mehrerer relevanter Punkte und der Projektziele und entsprechend vier Bereichen, die in Bezug auf die Zielgruppen definiert wurden, gesammelt.

Liste der Elemente:

1. Bereich Management und Organisation: Geschäftsplanung; Organisationsentwicklung; Professionelle Entwicklung von Mitarbeitern.
2. Bereich Kommunikation und Medien: Publikumsentwicklung; Bedarfsanalyse von Kunden;- Medien-/Kommunikationsstrategie;
3. Bereich Innovation: Umsetzung der IT-Strategie; Interne Entwicklung von Systemen, Anwendungen, Fähigkeiten; Bildungsabteilung
4. Sektorenübergreifend: Kreativwirtschaft; Künstler; Kulturtourismusanbieter; andere KMU oder Start-ups; Bildungsanbieter

Die Zielgruppen, Bereiche und Items wurden von allen am Projekt beteiligten Partnern gemeinsam ausgewählt. Die Menge der gesammelten Daten wurde in einigen Fällen durch die Sprachbarrieren und die Datenverfügbarkeit beeinträchtigt, insbesondere aus den anderen EU-Ländern, wo die Projektpartner keine Fachleute finden konnten, die Informationen zur Verfügung stellen konnten.

Daher sammelten wir Daten zum Namen der Organisation, die Trainingsprogramme anbietet, zum Land, zu den Zielgruppen, zur Art der Organisation, zur Art des Trainings, zum Thema/Thema des Trainings, zum speziellen Fokus, zur Trainingssprache, zum Trainingsniveau, zur Trainingsgebühr, zur Art der Lehrmethoden, zur Art der Lernmaterialien, zum Bereich der Fähigkeiten/Kompetenzen/Fähigkeiten/Einstellungen und zur Art der Zertifizierung.



TABELLE 1. *Die Verteilung der Ausbildungsprogramme nach Land*

LAND	ÖSTERREICH	BELGIEN	BULGARIEN	ZYPERN	DÄNEMARK	ESTLAND	FINNLAND	FRANKREICH	DEUTSCHLAND	GRIECHENLAND	IRLAND	ITALIEN	LETTLAND	LITAUEN	LUXEMBURG	MALTA	UK	NIEDERLANDE	POLEN	PORTUGAL	TSCHECHISCHE REPUBLIK	RUMÄNIEN	SLOWAKEI	SLOWENIEN	SPANIEN	SCHWEDEN	UNGARN	KROATIEN	
ANTWORTEN	5	11	14	6	3	4	4	32	7	13	6	64	19	5	5	3	16	7	20	20	5	26	11	22	21	4	20	11	GESAMT 384

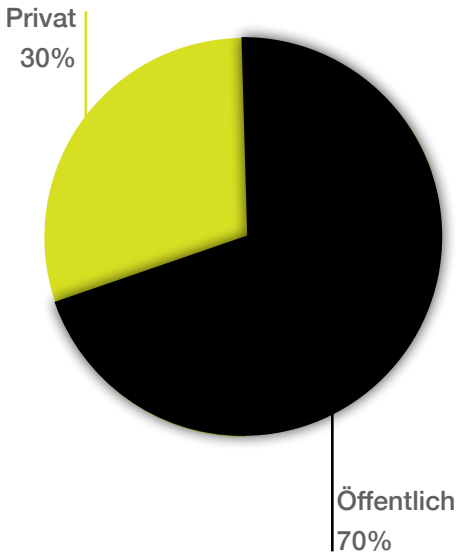
PROFIL DER INSTITUTIONEN, DIE TRAININGSPROGRAMME ZU CH

Hinsichtlich der Art der Organisation, die Trainingsprogramme zum kulturellen Erbe anbietet, ist die häufigste die Bildungseinrichtung (82%) - Universitäten, Hochschulen, usw. Die Organisationen, die Training in Partnerschaft anbieten, sind nur in 7% der Fälle zu finden. Im Allgemeinen werden Partnerschaften zwischen Hochschuleinrichtungen und öffentlichen oder privaten Organisationen, internationalen Instituten und NGOs gegründet. Die meisten Fälle von Partnerschaften, die in unserer Untersuchung identifiziert wurden, betreffen Bildungseinrichtungen.

GRAFIK 1. *Die Art der Organisationen*



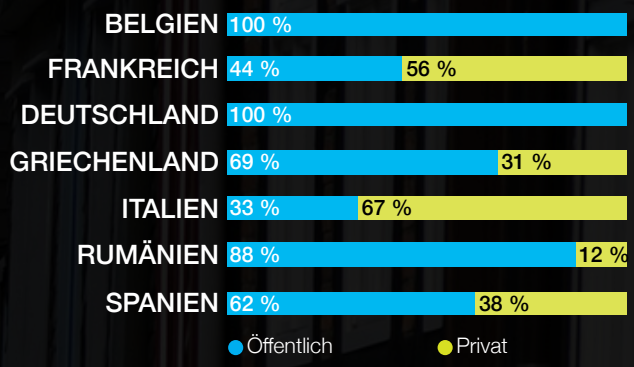
GRAFIK 2. *Die Verteilung der Schulungsanbieter nach der Art der Organisation*



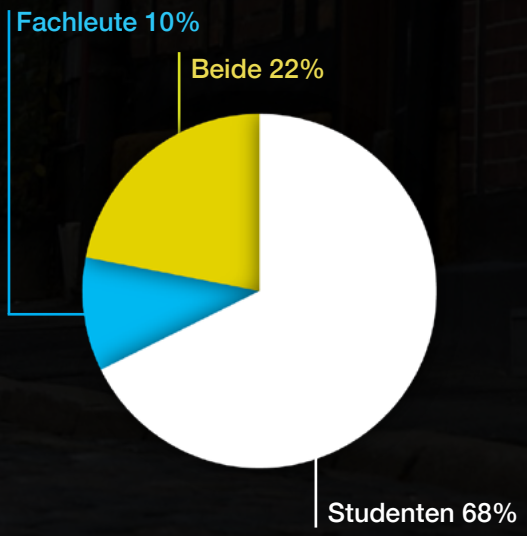
Was die Art der Organisationen betrifft, die Schulungen anbieten, so gehören über 70 % dem öffentlichen Sektor an, während 30 % private Unternehmen sind.



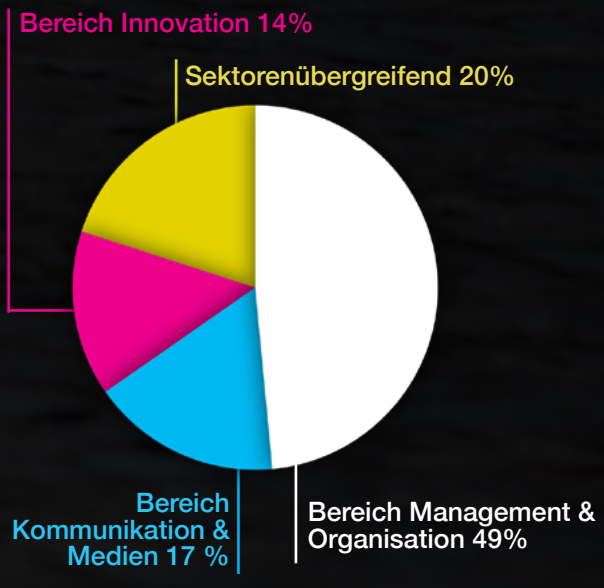
GRAFIK 3. *Die Verteilung der Art der Organisation nach Land*



GRAFIK 4. *Die Zielgruppen (Begünstigte)*



GRAFIK 5. *Die Verteilung der Schulungsprogramme nach Zielgruppen (Bereich)*



Betrachtet man die Art der Organisation in Bezug auf die Partnerländer, so weisen Italien und Frankreich im Gegensatz zu den übrigen Partnerländern die meisten privaten Bildungsanbieter auf.

Diese Daten bieten Informationen und Erklärungen über die Vielfalt der zuvor identifizierten Kurse in diesen beiden Ländern. Höchstwahrscheinlich kam der private Sektor, um einen Ausbildungsbedarf zu erfüllen, der vom öffentlichen Sektor nicht vollständig befriedigt wurde.

Abgesehen von Belgien und Deutschland, wo 100 % der Ausbildungsanbieter dem öffentlichen Sektor angehören, hat Rumänien (88 %) den höchsten Prozentsatz an Ausbildungsprogrammen, die nur von öffentlichen Einrichtungen organisiert werden. Private Organisationen, die Schulungen anbieten, sind vor allem in Italien (67 %), Frankreich (56 %) und Spanien (38 %) zu finden.

PROFIL VON SCHULUNGSPROGRAMMEN ZUM KULTURELLEN ERBE

Zu den von den Schulungsanbietern anvisierten Zielgruppen gehören Studenten und Berufstätige. Im Allgemeinen werden die Kurse in 68 % der Fälle für Studenten organisiert. Gleichzeitig richten sich die Kurse in 22 % der Fälle sowohl an Studenten als auch an Fachleute. Schließlich gibt es eine Minderheit von 10 % der Fälle, in denen sich die Schulungen nur an Fachleute richten. Die meisten Fälle von Schulungen für Fachleute wurden in Rumänien (26% - 10 Fälle), Italien (21% - 8 Fälle), Ungarn (11% - 4 Fälle), der Slowakei (11% - 4 Fälle), der Tschechischen Republik (8% - 3 Fälle) und Griechenland (8% - 3 Fälle) festgestellt.

Ungefähr die Hälfte (49%) der Trainingsprogramme betrifft die Kategorie Bereich Management und Organisation, 20% der Programme zielen auf die spartenübergreifende Gruppe (Combined Art Studies, Contemporary Art Practices, Tour Guide Certification Program, MA in Tourism, Research and Exploitation of Cultural Heritage), während 17% auf den Bereich Kommunikation und Medien zielen. Die verbleibenden 14% zielen auf die Kategorie Area Innovation.

TABELLE 2. *Die Verteilung der Zielgruppen nach Gebiet und nach Land*

LAND	ZIELGRUPPENPROJEKT				
Häufigkeiten/ Fälle	BEREICHSLEITUNG UND ORGANISATION	BEREICH KOMMUNIKATION UND MEDIEN	BEREICH INNOVATION	BRANCHENÜB ERGREIFEND	GESAMT
Österreich	100% (5)				100% (5)
Belgien	64% (7)	27% (3)		9% (1)	100% (11)
Bulgarien	21% (3)	29% (4)	21% (3)	29% (4)	100% (14)
Zypern	33% (2)		50% (3)	17% (1)	100% (6)
Dänemark	100% (3)				100% (3)
Estland	50% (2)		50% (2)		100% (4)
Finnland	50% (2)		50% (2)		100% (4)
Frankreich	53% (17)	9% (3)	16% (5)	22% (7)	100% (32)
Deutschland	100% (7)				100% (7)
Griechenland	39% (5)	23% (3)	15% (2)	23% (3)	100% (13)
Irland	67% (4)	33% (2)			100% (6)
Italien	43% (27)	9% (6)	23% (15)	25% (16)	100% (64)
Lettland	26% (5)	32% (6)	21% (4)	21% (4)	100% (19)
Litauen	60% (3)			40% (2)	100% (5)
Luxemburg		40% (2)		60% (3)	100% (5)
Malta	33% (1)	67% (2)			100% (3)
UK	81% (13)	19% (3)			100% (16)
Niederlande	57% (4)			43% (3)	100% (7)
Polen	15% (3)	25% (5)	25% (5)	35% (7)	100% (20)
Portugal	80% (16)	20% (4)			100% (20)
Tschechische Republik		20% (1)	20% (1)	60% (3)	100% (5)
Rumänien	43% (11)	15% (4)	15% (4)	27% (7)	100% (26)
Slowakei	73% (8)	27% (3)			100% (11)
Slowenien	32% (7)	23% (2)	18% (4)	27% (6)	100% (19)
Spanien	75% (16)	5% (1)	10% (2)	10% (2)	100% (21)
Schweden	100% (4)				100% (4)
Ungarn	40% (8)	30% (6)	15% (3)	15% (3)	100% (20)
Kroatien	36% (4)	18% (2)		46% (5)	100% (11)

**Die rot markierten Daten entsprechen den EU Heritage "Partner"-Ländern*

Hinsichtlich der Verteilung der Zielgruppen nach der Art der Organisation kann man feststellen, dass der Bereich Management und Organisation hauptsächlich vom öffentlichen Sektor abgedeckt wird. In der Kategorie Bereich Kommunikation und Medien finden wir eine Gleichverteilung (17%) von öffentlichem und privatem Sektor. Der Bereich Innovation und die branchenübergreifende Kategorie werden hingegen mehrheitlich von der Privatwirtschaft abgedeckt.

Bezüglich des Themas und der Thematik der Ausbildung finden wir heraus, dass 42% der Programme das kulturelle Erbe betreffen, 12% den Tourismus und 12% die Vermittlung, 11% die Kategorie Sonstiges (Audiovisuelle und darstellende Kunst, Musik als Erbe: von der Tradition zum Produkt, Strategie, Programm- und Projektmanagement, Master of Arts in Bühnenbild & Modedesign, Event- und Projektmanagement), 7% Digital/ICT und 6% die Kategorie Verwertung.

Bezüglich des Themas und der Thematik der Trainingsprogramme, bezogen auf die Partnerländer, hat der Fall Belgiens die meisten (36% - 4 Fälle) Trainingsanbieter im Bereich Tourismus und andere Themen, während das kulturelle Erbe 27% (3 Fälle) erreicht.

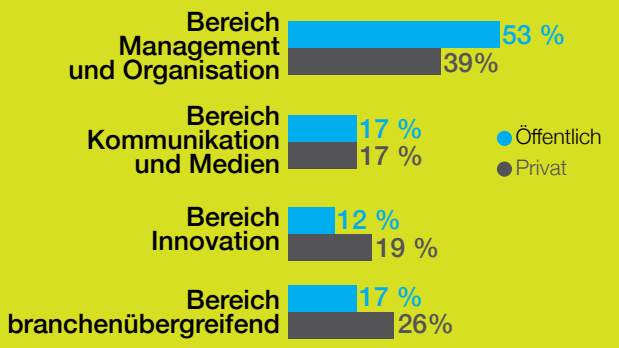
In Deutschland bieten die meisten Bildungsanbieter Programme zum kulturellen Erbe an (71% - 5 Fälle), aber im Gegensatz zu Belgien auch Kurse zur Inwertsetzung.

Die Situation in Griechenland scheint im Vergleich zu den anderen Partnerländern eher untypisch zu sein. Die Schulungsanbieter haben Programme, die den Schwerpunkt auf Mediation legen (31 % - 4 Fälle).

Unter allen Partnern ist die Situation von Frankreich und Italien am interessantesten. Frankreich und Italien decken fast alle Themen eines Trainingsprogramms ab, einschließlich Dolmetschen, wo nur Zypern im Vergleich zu allen anderen Ländern prozentual übertrifft.

Rumänien ist das Land, in dem die meisten Schulungsprogramme das kulturelle Erbe betreffen, mit einem Prozentsatz von 92 % (24 Fälle). Diese Situation deutet darauf hin, dass in Rumänien die Vielfalt der von den Bildungsanbietern vorgeschlagenen Themen eher reduziert ist.

GRAFIK 6. *Die Verteilung der Schulungsprogramme nach Zielgruppen (Bereich)*



GRAFIK 7. *Das Thema/Thema der Schulungen*

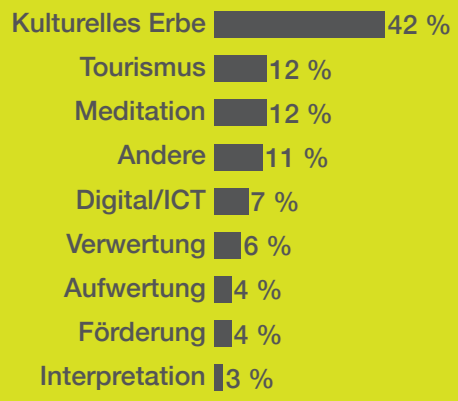




TABELLE 3. *Die Verteilung des Themas/Themas der Schulung nach Land*

LAND	THEMA/THEMA DER SCHULUNG									
Häufigkeiten/ Fälle	Aufwertung	Digital /ICT	Kulturelles Erbe	Tourismus	Förderung	Verwertung	Mediation	Interpretation	Andere	GESAMT
Österreich									100% (5)	100% (5)
Belgien			27% (3)	36% (4)					36% (4)	100% (11)
Bulgarien		14% (2)	57% (8)	7% (1)	7% (1)	14% (2)				100% (14)
Zypern		17% (1)	17% (1)			17% (1)		17% (1)	33% (2)	100% (6)
Dänemark		33% (1)	33% (1)	33% (1)						100% (3)
Estland			75% (3)						25% (1)	100% (4)
Finnland			100% (3)							100% (3)
Frankreich	13% (4)	3% (1)	28% (9)	16% (5)	6% (2)	9% (3)	19% (6)	6% (2)		100% (32)
Deutschland	14% (1)		71% (5)			14% (1)				100% (7)
Griechenland			15% (2)		15% (2)	15% (2)	31% (4)	15% (2)	8% (1)	100% (13)
Irland			50% (3)						50% (3)	100% (6)
Italien	5% (3)	11% (7)	47% (30)	14% (9)	5% (3)	6% (4)	11% (7)		2% (1)	100% (64)
Lettland	6% (1)	18% (3)	18% (3)	12% (2)	6% (1)		35% (6)		6% (1)	100% (17)
Litauen			100% (5)							100% (5)
Luxemburg			100% (2)							100% (2)
Malta				100% (3)						100% (3)
UK			19% (3)					6% (1)	75% (12)	100% (16)
Niederlande			50% (3)	33% (2)					17% (1)	100% (6)
Polen		15% (3)	15% (3)	20% (4)	5% (1)	5% (1)	20% (4)	10% (2)	10% (2)	100% (20)
Portugal			55% (11)	25% (5)	5% (1)		10% (2)	5% (1)		100% (20)
Tschechische Republik		20% (1)	40% (2)				40% (2)			100% (5)
Rumänien		4% (1)	92% (24)		4% (1)					100% (26)
Slowakei	13% (1)		88% (7)							100% (8)
Slowenien	14% (3)	19% (4)	14% (3)	5% (1)		29% (6)	19% (4)			100% (21)
Spanien			75% (15)		10% (2)	5% (1)		5% (1)	5% (1)	100% (20)
Schweden		25% (1)	75% (3)							100% (4)
Ungarn	11% (2)		16% (3)	11% (2)		16% (3)	42% (8)		5% (1)	100% (19)
Kroatien			9% (1)	45% (5)					45% (5)	100% (11)

**Die rot markierten Daten entsprechen den Ländern der EU-Erbepartner*



GRAFIK 8.

Die Verteilung des Themas/Themas der Ausbildung in Belgien

Aufwertung	0 %
Digital/ICT	0 %
Kulturelles Erbe	27 %
Tourismus	36 %
Förderung	0 %
Verwertung	0 %
Meditation	0 %
Interpretation	0 %
Andere	36 %



GRAFIK 9.

Die Verteilung des Themas/ Themas der Ausbildung in Deutschland

Aufwertung	14 %
Digital/ICT	0 %
Kulturelles Erbe	71 %
Tourismus	0 %
Förderung	0 %
Verwertung	14 %
Meditation	0 %
Interpretation	0 %
Andere	0 %



GRAFIK 10.

Die Verteilung des Themas/ Themas der Ausbildung in Griechenland

Aufwertung	0 %
Digital/ICT	0 %
Kulturelles Erbe	15 %
Tourismus	0 %
Förderung	15 %
Verwertung	15 %
Meditation	31 %
Interpretation	15 %
Andere	8 %



GRAFIK 11.

Die Verteilung des Themas/Themas der Ausbildung in Italien

Aufwertung	5 %
Digital/ICT	11 %
Kulturelles Erbe	47 %
Tourismus	14 %
Förderung	5 %
Verwertung	6 %
Meditation	11 %
Interpretation	0 %
Andere	2 %



GRAFIK 12.

Die Verteilung von Thema/Thema der Ausbildung in Rumänien

Aufwertung	0 %
Digital/ICT	4 %
Kulturelles Erbe	92 %
Tourismus	0 %
Förderung	4 %
Verwertung	0 %
Meditation	0 %
Interpretation	0 %
Andere	0 %



GRAFIK 13.

Die Verteilung des Themas/Themas der Ausbildung in Spanien

Aufwertung	0 %
Digital/ICT	0 %
Kulturelles Erbe	75 %
Tourismus	0 %
Förderung	10 %
Verwertung	5 %
Meditation	0 %
Interpretation	5 %
Andere	5 %

Bei den Schulungsprogrammen, die von europäischen Organisationen angeboten werden, finden wir in 85 % der Fälle hauptsächlich den Face-to-Face-Ansatz. In 9 % der Fälle werden die Schulungsprogramme sowohl persönlich als auch online organisiert, während nur 6 % der Programme online verfügbar sind.

Hauptsächlich bieten die Organisationen, die Schulungen anbieten, Offline-Lernmaterialien an (69 %). Gleichzeitig bieten 23 % sowohl Offline- als auch Online-Lernmaterialien an. Nur 8% haben die Online-Lernmaterialien für ihre Kurse und Schulungen gewählt.

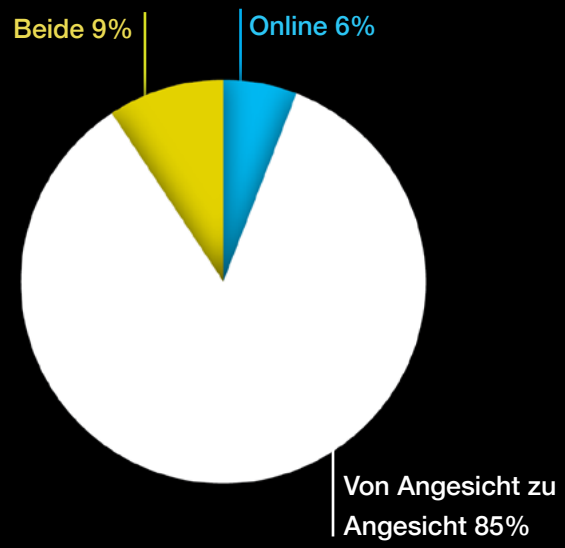
Die meisten Schulungsanbieter (31%) nutzen Bibliographie als Unterstützung für ihre Kurse. Dann werden am häufigsten Lehrbücher (16%) und audiovisuelle Materialien (16%) verwendet. Gleichzeitig bieten die Schulungsveranstalter Übungen (10%), Tests (10%) und Simulationen (10%) an.

In Bezug auf die Lernmaterialien, die zusammen mit den Trainingsprogrammen angeboten werden, stellen wir im Folgenden die Art der Materialien dar, die in jedem Partnerland verwendet werden, sowie verfügbare (gesammelte) Daten für die anderen Länder, die aus der Sekundärforschung stammen. In Belgien zum Beispiel verwenden 46 % (5 Fälle) der Schulungsanbieter Übungen und 45 % (5 Fälle) andere Arten von Materialien. Nur 9% (1 Fall) setzen Simulationen ein.

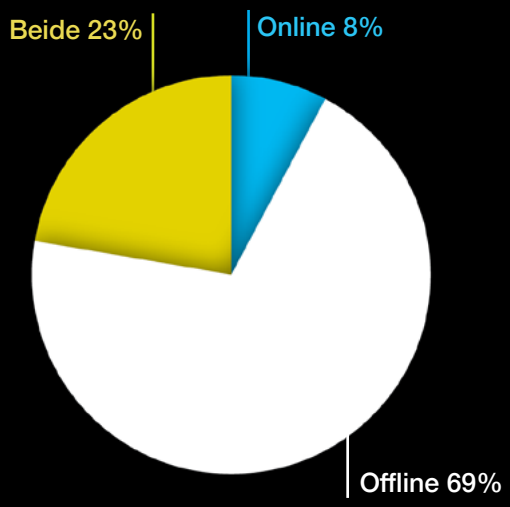
In Frankreich verwenden 32 % (10 Fälle) audiovisuelle Materialien und 31 % (10 Fälle) setzen Tests ein. Wir haben auch die Verwendung von Simulationen (19% - 6 Fälle) und Lehrbüchern (6% - 2 Fälle) festgestellt. Nur 9% (3 Fälle) der Schulungsanbieter nutzen andere Lernhilfen, in Griechenland am häufigsten die Verwendung von Literatur (54% - 7 Fälle) und von audiovisuellen Materialien (38% - 5 Fälle). Die verbleibenden 8% (1 Fall) setzen andere Lernmaterialien ein.

In Italien scheint die Verteilung der Lernmaterialien ausgewogen zu sein: Die

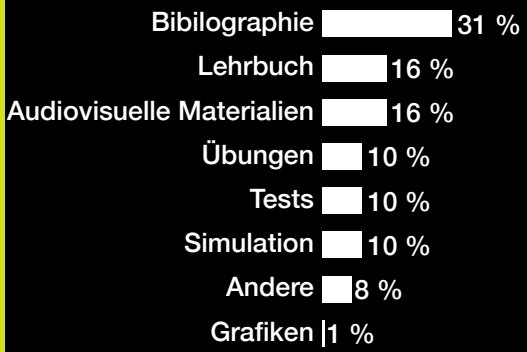
GRAFIK 14. *Die Art der Lehrmethoden*



GRAFIK 15. *Der Kanal der Lernmaterialien*



GRAFIK 16. *Die Art der Lernmaterialien*



Schulungsanbieter verwenden Simulationen (28% - 17 Fälle), Lehrbücher (20% - 12 Fälle), Tests (20% - 12 Fälle), audiovisuelle Materialien (17% - 10 Fälle), Übungen (8% - 5 Fälle) und Bibliographie (2% - 1 Fall).In Rumänien verwenden 69% (18 Fälle) Bibliographie, während 19% (5 Fälle) Übungen und 4% (1 Fall) Simulationen einsetzen. Nur 8% (2 Fälle) verwenden andere Lernmaterialien.

In Spanien bestehen die Lernmaterialien aus Bibliographie (56% - 12 Fälle), Übungen (10% - 2 Fälle), audiovisuellen Materialien (29% - 6 Fälle) und Simulationen (5% - 1 Fall).

Im Falle Belgiens sind die Lernmaterialien in allen Fällen offline aufgebaut, im Gegensatz zu Finnland, wo alle Kurse online sind.

In Frankreich stellen wir fest, dass 44 % (14 Fälle) der Programme sowohl einen Online- als auch einen Offline-Ansatz beinhalten und 9 % (3 Fälle) ausschließlich online organisiert sind. Die restlichen 47 % (15 Fälle) der Schulungen werden nur offline organisiert.

Die meisten der in Griechenland beobachteten Kurse (82 % - 9 Fälle) haben einen Offline-Ansatz und bevorzugen die persönliche Schulung.

TABELLE 4. *Die Art der Lernmaterialien nach Land*

LAND / FREQUENZEN/FÄLLE	BIBLIOGRAPHIE	ÖFFNUNGEN	AUDIOVISUELLES MATERIAL	TESTS	SIMULATION	TEXTBUCH	GRAFIKEN	SONSTIGES	GESAMT
Österreich	0%	100% (1)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100% (1)
Belgien	0%	46% (5)	0%	0%	9% (1)	0%	0%	45% (5)	100% (11)
Bulgarien	29% (4)	50% (7)	0%	0%	0%	0%	0%	21% (3)	100% (14)
Zypern	33% (2)	0%	67% (4)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (6)
Finnland	0%	0%	100% (1)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (1)
Frankreich	0%	3% (1)	32% (10)	31% (10)	19% (6)	6% (2)	0%	9% (3)	100% (32)
Griechenland	54% (7)	0%	38% (5)	0%	0%	0%	0%	8% (1)	100% (13)
Irland	100% (6)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100% (6)
Italien	2% (1)	8% (5)	17% (10)	20% (12)	28% (17)	20% (12)	0%	5% (3)	100% (60)
Lettland	0%	0%	0%	0%	6% (1)	89% (16)	0%	6% (1)	100% (18)
Malta	100% (3)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100% (3)
UK	75% (12)	19% (3)	6% (1)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (16)
Niederlande	0%	0%	0%	0%	0%	50% (2)	0%	50% (2)	100% (4)
Polen	0%	10% (2)	35% (7)	40% (8)	10% (2)	5% (1)	0%	0%	100% (20)
Portugal	95% (19)	0%	5% (1)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (20)
Tschechische Republik	60% (3)	0%	40% (2)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (5)
Rumänien	69% (18)	19% (5)	0%	0%	4% (1)	0%	0%	8% (2)	100% (26)
Slowenien	40% (8)	0%	0%	0%	5% (1)	40% (8)	10% (2)	5% (1)	100% (20)
Spanien	56% (12)	10% (2)	29% (6)	0%	5% (1)	0%	0%	0%	100% (21)
Ungarn	18% (3)	0%	12% (2)	0%	0%	53% (9)	0%	18% (3)	100% (17)

**Die rot markierten Daten entsprechen den Ländern der EU-Erbepartner*

In Italien stellen wir außerdem fest, dass 61 % (38 Fälle) der Schulungen offline organisiert werden, während 31 % (19 Fälle) sowohl den Online- als auch den Offline-Ansatz betreffen.

Die in Rumänien organisierten Kurse sind fast ausschließlich offline (96 % - 25 Fälle), was auf eine geringere Vielfalt hinweist.

TABELLE 5. *Der Kanal der Lernmaterialien nach Land*

LAND *Häufigkeiten/ Fälle*	ONLINE	OFFLINE	BOTH	GESAMT
Belgien	0%	100% (11)	0%	100% (11)
Bulgarien	0%	86% (12)	14% (2)	100% (14)
Zypern	33% (2)	67% (4)	0%	100% (6)
Finnland	100% (1)	0%	0%	100% (1)
Frankreich	9% (3)	47% (15)	44% (14)	100% (32)
Griechenland	18% (2)	82% (9)	0%	100% (11)
Irland	0%	100% (6)	0%	100% (6)
Italien	8% (5)	61% (38)	31% (19)	100% (62)
Lettland	6% (1)	78% (14)	17% (3)	100% (18)
Malta	0%	100% (3)	0%	100% (3)
UK	7% (1)	67% (10)	27% (4)	100% (15)
Niederlande	0%	40% (2)	60% (3)	100% (5)
Polen	0%	25% (5)	75% (15)	100% (20)
Portugal	5% (1)	95% (18)	0%	100% (19)
Tschechische Republik	0%	60% (3)	40% (2)	100% (5)
Rumänien	4% (1)	96% (25)	0%	100% (26)
Slowenien	0%	91% (19)	10% (2)	100% (21)
Spanien	33% (7)	48% (10)	19% (4)	100% (21)
Ungarn	5% (1)	74% (14)	21% (4)	100% (19)

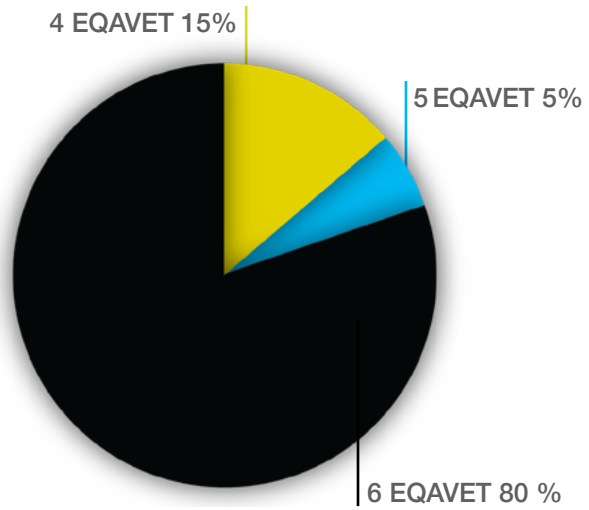
**Die rot markierten Daten entsprechen den Ländern der EU-Erbepartner*

In der Mehrheit der Fälle (80 %) ist das Niveau der angebotenen Schulung 6 EQAVET, während 15 % 4 EQAVET und 5 % 5 EQAVET sind.

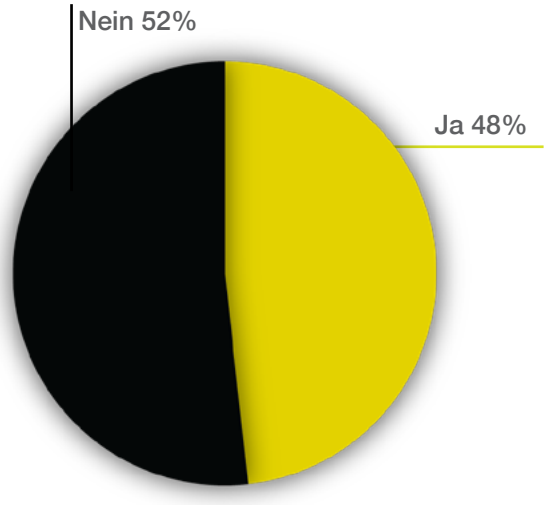
Die Grafik 18 zeigt die Verteilung der Organisationen, die in ihren Studiengängen eine Praktikumsphase anbieten bzw. nach Abschluss des Studiums ein Diplom anbieten, das die Teilnahme an einem Praktikum bescheinigt.

Mehr als ein Viertel (27 %) der Schulungsanbieter bieten Lehrpläne an, die sich auf die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKI) konzentrieren, 19 % auf den Tourismus und 17 % auf den Digital-/ICT-Sektor. Allerdings organisieren 37% der Fälle Kurse, die sich von denen unterscheiden, die direkt durch das EUHeritage-Projekt angestrebt werden.

GRAFIK 17. *Das Niveau der Ausbildung*



GRAFIK 18. *Die Praktikumsbescheinigung*



GRAFIK 19. *Die Verteilung der Trainingsprogramme nach dem speziellen Fokus*

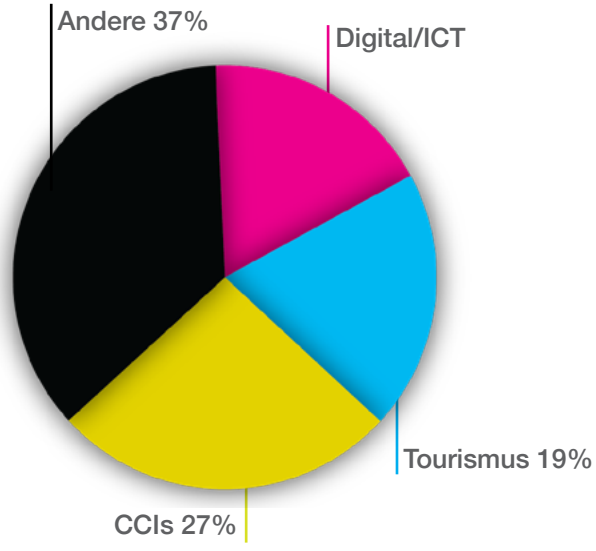
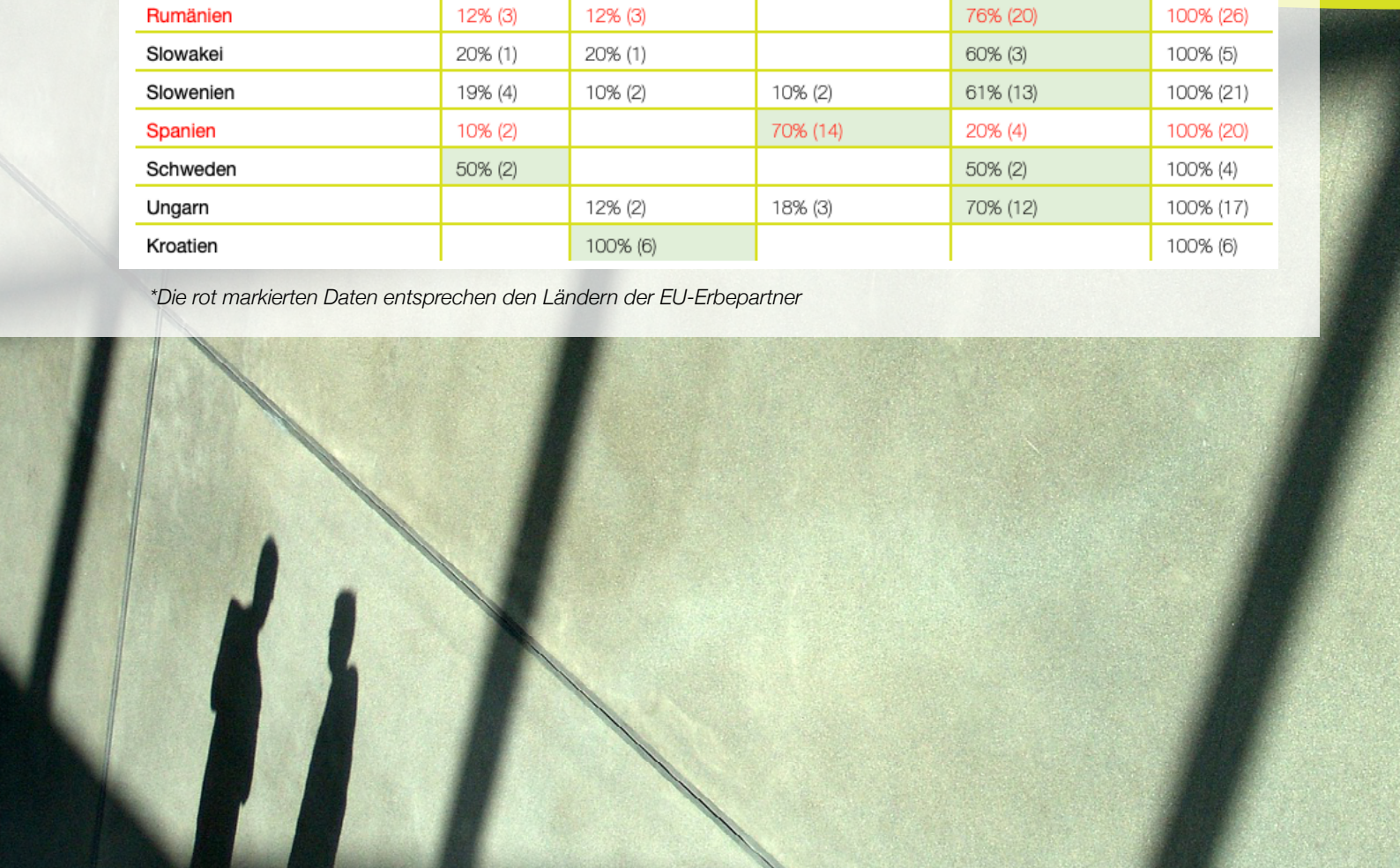


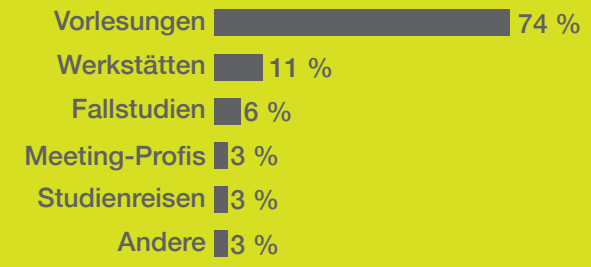
TABELLE 6. *Die Verteilung der Trainingsprogramme nach dem speziellen Fokus und nach Land*

LAND	SPEZIAL FOKUS				
Häufigkeiten/ Fälle	Digital/ICT	Tourismus	CCIs	Andere	Gesamt
Belgien		36% (4)		64% (7)	100% (11)
Bulgarien	14% (2)	21% (3)		65% (9)	100% (14)
Zypern	17% (1)		50% (3)	33% (2)	100% (6)
Dänemark	33% (1)	34% (1)		33% (1)	100% (3)
Estland	33% (1)			67% (2)	100% (3)
Finnland	50% (1)			50% (1)	100% (2)
Frankreich	22% (7)	41% (13)	31% (10)	6% (2)	100%
Deutschland	25% (1)	25% (1)		50% (2)	100% (4)
Griechenland	15% (2)	9% (1)	38% (5)	38% (5)	100% (13)
Irland		17% (1)	83% (5)		100% (6)
Italien	28% (17)	20% (12)	31% (19)	21% (13)	100% (61)
Lettland	27% (4)	13% (2)	13% (2)	47% (7)	100% (15)
Litauen		100% (2)			100% (2)
Luxemburg				100% (1)	100% (1)
Malta		33% (1)	33% (1)	34% (1)	100% (3)
UK		6% (1)	94% (15)		100% (16)
Niederlande		40% (2)		60% (3)	100% (5)
Polen	40% (8)	15% (3)	35% (7)	10% (2)	100% (20)
Portugal		25% (5)	5% (1)	70% (14)	100% (20)
Tschechische Republik	20% (1)		60% (3)	20% (1)	100% (5)
Rumänien	12% (3)	12% (3)		76% (20)	100% (26)
Slowakei	20% (1)	20% (1)		60% (3)	100% (5)
Slowenien	19% (4)	10% (2)	10% (2)	61% (13)	100% (21)
Spanien	10% (2)		70% (14)	20% (4)	100% (20)
Schweden	50% (2)			50% (2)	100% (4)
Ungarn		12% (2)	18% (3)	70% (12)	100% (17)
Kroatien		100% (6)			100% (6)

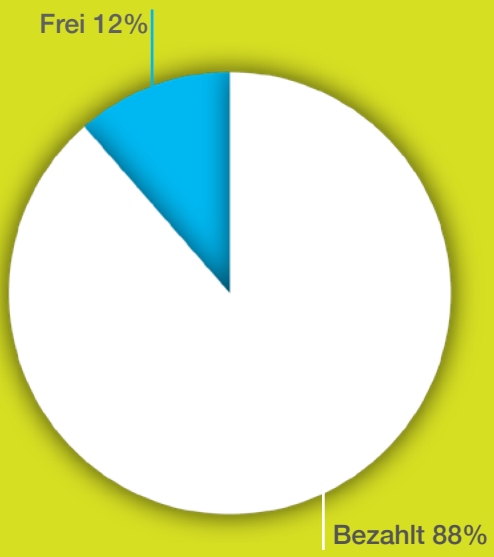
**Die rot markierten Daten entsprechen den Ländern der EU-Erbepartner*



GRAFIK 20. *Die Art der Lehrmethoden*



GRAFIK 21. *Die Art der Schulungsgebühr*



Die meisten Trainingsprogramme verwenden Vorträge (74%) und nur ein kleiner Teil Workshops (11%) und Fallstudien (6%).

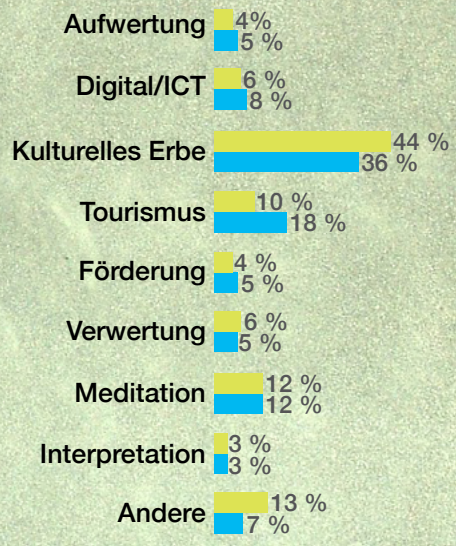
Was die Bezahlung angeht, verlangen die meisten Organisationen, die Trainingsprogramme anbieten (88 %), eine Teilnahmegebühr. Nur 12 % bieten kostenlose Schulungen oder Kurse an.

Betrachtet man das Thema und den Gegenstand der Schulung in Bezug auf die Art der Organisation, so stellt man fest, dass die Kategorien Kulturerbe, Nutzung und Sonstiges zu einem höheren Prozentsatz von den öffentlichen Organisationen abgedeckt werden. Die Situation ist ähnlich für die Kategorien Aufwertung, Förderung und Tourismus. Im Fall von Digital/ICT deckt der private Sektor mehr ab als die öffentlichen Einrichtungen.

Qualifikationsprofil von Trainingsprogrammen zum Kulturerbe

Weiterbildungsanbieter bieten Kurse zur Entwicklung von Fähigkeiten, Kompetenzen und Fertigkeiten in den Bereichen Management (31 %), branchenübergreifend (26 %), Innovation und Digitales (16 %), Kommunikation und Medien (14 %) und in anderen Bereichen (13 %) an.

GRAFIK 22. *Die Verteilung des Themas/der Themen der Schulung nach Art der Organisation*



GRAFIK 23. *Der Bereich der Fertigkeiten/ Kompetenzen/Fähigkeiten/Einstellungen*

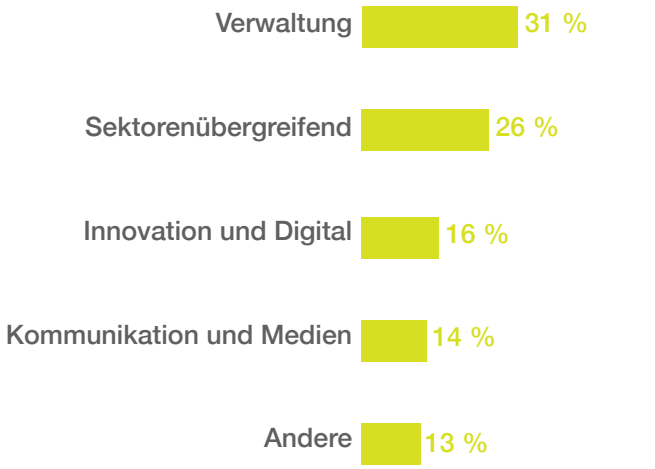
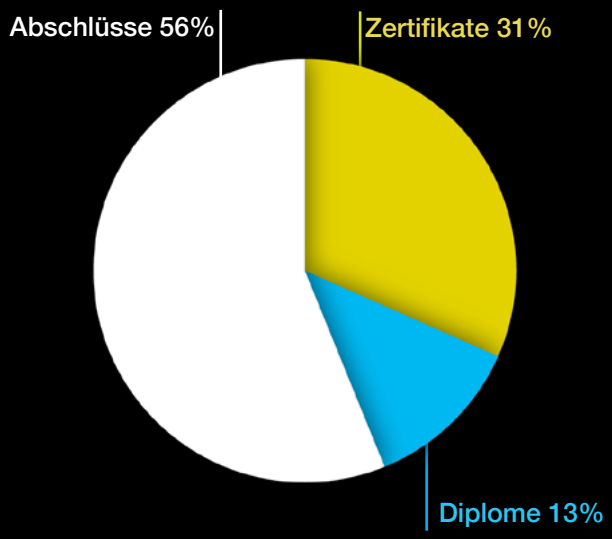


TABELLE 7. *Die Verteilung der Trainingsprogramme nach dem Bereich der Fertigkeiten/Kompetenzen/ Fähigkeiten/Einstellungen und nach Land*

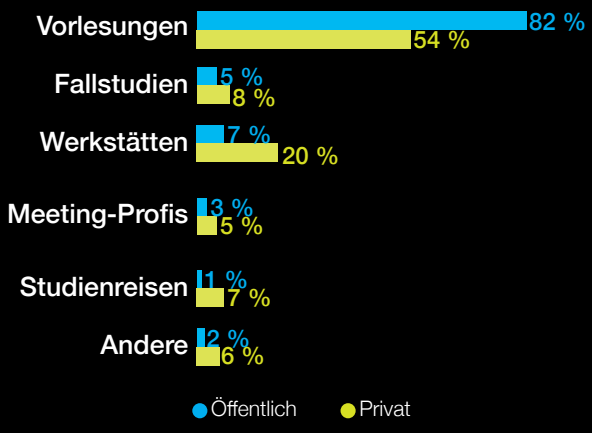
LAND	BEREICH DER FERTIGKEITEN/KOMPETENZEN/FÄHIGKEITEN/EINSTELLUNGEN					
Häufigkeiten/ Fälle	Verwaltung	Kommunikation und Medien	Innovation und Digital	Sektorenüber greifend	Andere	Gesamt
Österreich				80% (4)	20% (1)	100% (5)
Belgien	64% (7)	18% (2)		9% (1)	9% (1)	100% (11)
Bulgarien	29% (4)	14% (2)	14% (2)		43% (6)	100% (14)
Zypern			67% (4)	33% (2)		100% (6)
Dänemark	34% (1)		33% (1)	33% (1)		100% (3)
Estland			50% (1)	50% (1)		100% (2)
Finnland			100% (1)			100% (1)
Frankreich	38% (12)	6% (2)	34% (11)	13% (4)	9% (3)	100% (32)
Deutschland	43% (3)		14% (1)	43% (3)		100% (7)
Griechenland		8% (1)	8% (1)	84% (11)		100% (13)
Irland	66% (4)	17% (1)		17% (1)		100% (6)
Italien	32% (20)	16% (10)	29% (18)	18% (11)	5% (3)	100% (62)
Lettland	26% (5)	32% (6)	21% (4)	21% (4)		100% (19)
Litauen				100% (4)		100% (4)
Malta	34% (1)			33% (1)	33% (1)	100% (3)
UK	37% (6)	25% (4)		25% (4)	13% (2)	100% (16)
Niederlande	40% (2)			20% (1)	40% (2)	100% (5)
Polen	25% (5)	20% (4)	25% (5)	30% (6)		100% (20)
Portugal	60% (12)	10% (2)		15% (3)	15% (3)	100% (20)
Tschechische Republik			20% (1)	40% (2)	40% (2)	100% (5)
Rumänien	4% (1)		8% (2)		88% (23)	100% (26)
Slowakei		50% (3)		50% (3)		100% (6)
Slowenien	38% (8)	19% (4)	19% (4)	24% (5)		100% (21)
Spanien	56% (12)	10% (2)		29% (6)	5% (1)	100% (21)
Schweden			100% (1)			100% (1)
Ungarn	42% (8)	21% (4)		37% (7)		100% (19)
Kroatien		18% (2)		82% (9)		100% (11)

**Die rot markierten Daten entsprechen den Ländern der EU-Erbepartner*

GRAFIK 24. *Die Art der Zertifizierung*



GRAFIK 25. *Die Verteilung der Art der Lehrmethoden nach der Art der Organisation*



Mehr als die Hälfte (56 %) der Organisationen, die Kurse anbieten, bieten eine Zertifizierung mit Abschluss an. Weitere 31% der Ausbildungsprogramme folgen mit Zertifikaten und nur 13% mit Diplomen. Man kann feststellen, dass die meisten Organisationen Zertifikate anbieten, die vom Arbeitsmarkt anerkannt sind und als lebenslanges Lernen betrachtet werden.

Als nächstes haben wir es als relevant erachtet, die Art der Lehrmethoden nach der Art der Organisation zu identifizieren. Wir finden, dass die Kategorie Vorlesungen am häufigsten (82 %) im öffentlichen Sektor genannt wird. Alle anderen Lehrmethoden werden eher von den privaten Schulungsanbietern verwendet, wie z. B. die Workshops (20 %), gefolgt von Fallstudien und Studienreisen.

Betrachtet man die Art der Lernmaterialien, die zusammen mit den Kursen angeboten werden, so werden Bibliographie (44%), Tests (57%) und Lehrbücher (36%) eher für die Erlangung von Managementfähigkeiten verwendet, die audiovisuellen Materialien (49%) werden in der Kategorie Innovation und Digitales verwendet, Übungen werden zu einem höheren Prozentsatz für die Erlangung von anderen als den genannten Fähigkeiten verwendet, Simulationen (43%) und Grafiken (100%) werden hauptsächlich für die Entwicklung von bereichsübergreifenden Fähigkeiten verwendet.

Die Organisationen entwickeln die Managementfähigkeiten, indem sie hauptsächlich Offline-Lernmaterialien verwenden, während die Fähigkeiten in den Bereichen Innovation sowie digital und bereichsübergreifend hauptsächlich mit Online-Materialien und -Ressourcen verbessert werden.

Im Allgemeinen bieten die öffentlichen Schulungsanbieter mehr Kurse von Angesicht zu Angesicht an, während die privaten Organisationen den Online-Ansatz bevorzugen.

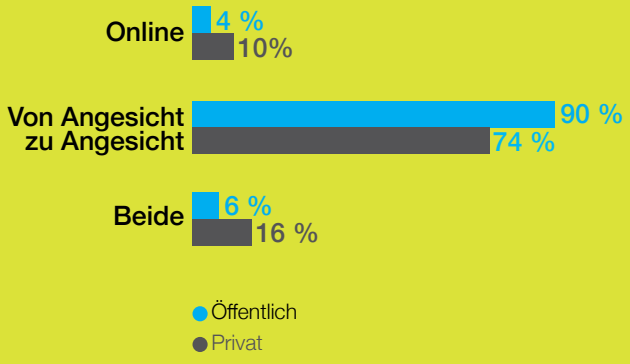
TABELLE 8. *Die Verteilung des Bereichs der Fertigkeiten/Kompetenzen/Fähigkeiten/Einstellungen nach Art der Lernmaterialien 1*

ART DER LERNMITTEL 1	Verwaltung	Kommunikation und Medien	Innovation und Digital	Sektorenübergreifend	Andere	Gesamt
Bibliographie	45%	7%	2%	22%	24%	100%
Übungen	26%	23%	6%	13%	32%	100%
Audiovisuelle Materialien	10%	8%	49%	27%	6%	100%
Tests	56%	17%	17%	7%	3%	100%
Simulation	17%	17%	13%	43%	10%	100%
Lehrbuch	36%	18%	24%	16%	6%	100%
Grafiken	0%	0%	0%	100%	0%	100%
Andere	32%	17%	17%	21%	13%	100%

TABELLE 9. *Die Verteilung des Bereichs der Fertigkeiten/Kompetenzen/Fähigkeiten/Einstellungen nach Art der Lernmaterialien 2*

ART DER LERNMITTEL 2	Verwaltung	Kommunikation und Medien	Innovation und Digital	Sektorenübergreifend	Andere	Gesamt
Online	20%	4%	28%	36%	12%	100%
Offline	36%	13%	10%	22%	19%	100%
Beide	28%	19%	34%	15%	4%	100%

GRAFIK 26. *Die Verteilung des Typs der Ausbildung nach der Art der Organisation*



KONLUSIONEN

Die meisten Schulungsanbieter sind Bildungseinrichtungen, Universitäten und Fachhochschulen. Zu den Zielgruppen der Schulungsanbieter gehören in der Regel Studenten und Berufstätige, wobei die Kurse in den meisten Fällen für Studenten organisiert werden. Ungefähr die Hälfte der Trainingsprogramme betrifft die Kategorie Bereichsmanagement und Organisation. Hinsichtlich des Themas und der Thematik der Ausbildung haben wir herausgefunden, dass die meisten Programme das kulturelle Erbe, den Tourismus und die Mediation betreffen. Die Trainingsprogramme werden von europäischen Organisationen angeboten, die hauptsächlich den Face-to-Face-Ansatz verwenden, und die meisten Anbieter nutzen Bibliographie als Unterstützung für den Unterricht. In der Mehrzahl der Fälle ist das Niveau der Ausbildung, die durch spezialisierte Programme angeboten wird, 6 EQVET. Die Institutionen, die Kurse anbieten, verlangen in den meisten Ländern eine Studiengebühr für ihre Ausbildungspakete. Im Allgemeinen entwickeln die Kurse Fähigkeiten und Fertigkeiten in den Bereichen Management, branchenübergreifend, Innovation und digital, Kommunikation oder Medien.





IDENTIFIZIERUNG VON FÄHIGKEITEN UND BEDÜRFNISSEN IN DEN BEREICHEN KULTURERBE UND TOURISMUS

EINLEITUNG

Der Hauptzweck der quantitativen Untersuchung war es, den Qualifikationsbedarf der Fachkräfte zu ermitteln, die in den Bereichen Kulturerbe/Kultur und Tourismus tätig sind. Die Umfrage umfasste vier Hauptabschnitte: allgemeine persönliche Daten, Erfahrungen im Bereich Kultur/Kulturerbe/Tourismus, Fähigkeiten/Kompetenzen, die im Bereich des kulturellen Erbes benötigt werden, und frühere Schulungen im Bereich Kulturerbe und Kulturtourismus.

METHODIK

Die Umfrage wurde zwischen Mai und Juli 2019 durchgeführt. Der Fragebogen wurde auf der Online-Plattform www.googleforms.com hochgeladen und war in allen Sprachen der Partner verfügbar, auch in der englischen Version. Die Befragten wurden aus einer Liste von Stakeholdern aus den Bereichen Kultur/Tourismus und Kulturerbe ausgewählt und erhielten eine individuelle Einladung zum Ausfüllen unseres Fragebogens.

Die Spezialisten-Datenbank umfasste Stakeholder-Kontakte aus den folgenden relevanten Bereichen: Management- und Organisationsbereich (Geschäftsplanung; Organisationsentwicklung; berufliche Entwicklung von Mitarbeitern), Kommunikations- und Medienbereich (Publikumsentwicklung; Bedarfsanalyse von Kunden; Medien-/Kommunikationsstrategie), Innovationsbereich (Umsetzung der IT-Strategie; interne Entwicklung von Systemen, Anwendungen, Fähigkeiten; Bildungsabteilung) und branchenübergreifender Bereich (Kreativwirtschaft, Künstler, Kulturtourismus-Betreiber, andere KMU oder Start-ups, Bildungsanbieter).

Der Link mit dem Fragebogen wurde von jedem Projektpartner an die entsprechenden Befragten aus den EU-28-Ländern verteilt, entsprechend den Hauptzielen des Projekts und den Diskussionen im Team.

Die Antworten wurden aus den folgenden Ländern wie folgt gesammelt:

TABELLE 10. *Die Verteilung der Antworten nach Land (Fragebögen)*

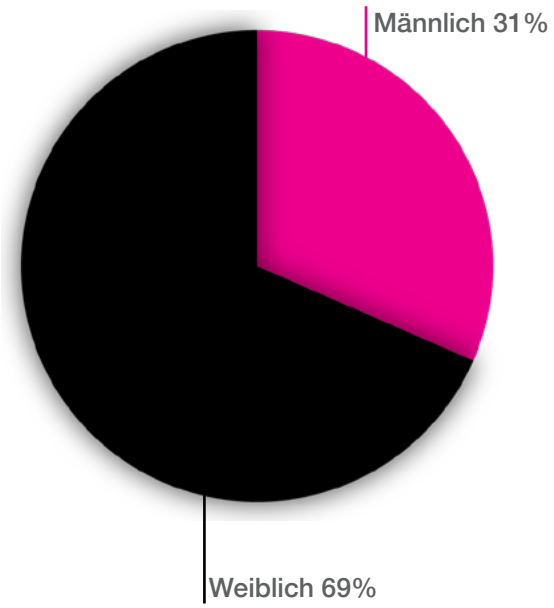
LAND	BELGIEN	RUMÄNIEN	GRIECHENLAND	ITALIEN	SPANIEN	DEUTSCHLAND	NIEDERLANDE	MALTA	ÖSTERREICH	FINNLAND	SLOWAKEI	UK	BULGARIEN	
ANTWORTEN	95	40	36	30	26	23	10	5	3	2	2	1	1	GESAMT 271

BERUFLICHER HINTERGRUND IN CH

Von allen Befragten unserer Studie sind mehr als die Hälfte (69 %) Frauen und 31 % Männer. Im Allgemeinen sind Frauen häufiger in den Bereichen Kultur und kulturelles Erbe tätig, wie unsere Untersuchung zeigt.

Hinsichtlich des Alterssegments der Befragten sind die meisten Befragten im Alterssegment 30-39 Jahre alt (30 %) und 27 % sind im Alterssegment 40-49 Jahre alt. Nur 16 % der Befragten sind im Alterssegment 18-29 Jahre alt.

GRAFIK 27. *Die Verteilung der Befragten nach Geschlecht*



GRAFIK 28. *Die Verteilung der Befragten nach Alter*

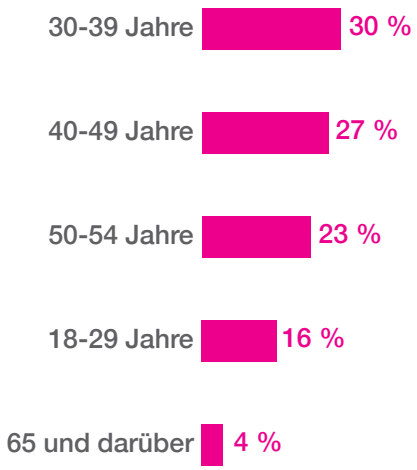
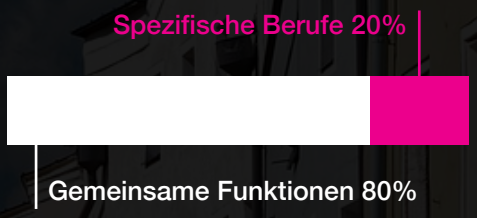




TABELLE 11. *Das Bildungsniveau der Befragten*

DAS BILDUNGSNIVEAU	
Grad	97%
Zertifikat	2%
Nichts	1%
Gesamt	100%

GRAFIK 29. *Die Verteilung der Befragten nach Berufsgruppen*



GRAFIK 30. *Die Verteilung der Befragten nach Bereich des Diploms/Abschlusses*



Bezüglich des Bildungsniveaus hat die Mehrheit der Befragten angegeben, dass sie einen Abschluss haben. Nur 1 % der Befragten hat keinen Abschluss oder eine andere Art von Zertifikat. In Bezug auf die Anbieter von Abschlüssen oder Zertifikaten gaben die Befragten an, dass sie diese an Universitäten oder anderen akkreditierten Bildungseinrichtungen erworben haben. In den meisten Fällen ist das Thema des Abschlusses oder Zertifikats in spezialisierten Bereichen (Kultur, Kulturerbe, Tourismus, Museologie und so weiter). Von denjenigen, die ein Postgraduierten-Diplom erworben haben, haben die meisten ein solches Diplom in Bereichen, die mit Kultur, Tourismus, Kommunikation, Kulturmanagement, Archäologie, Museumsstudien, Geschichte oder Kunst zu tun haben.

Was die Verteilung der Befragten nach Beruf betrifft, so sind die meisten (80 %) in der Kategorie der allgemeinen Funktionen zu finden. Zu den gemeinsamen Funktionen gehören zum Beispiel (gemäß der NACE1-Liste der Berufe): Forschungs- und Entwicklungsmanager, Geschäftsführer und leitende Angestellte, Manager für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, Universitäts- und Hochschullehrer, Werbe- und Marketingfachleute, nicht klassifizierte künstlerische und kulturelle Mitarbeiter usw. Die Liste der spezifischen Berufe umfasst unter anderem: Bildende Künstler, Archivare und Kuratoren, Reiseführer, Archivare und Kuratoren, Schauspieler, Gebäudearchitekten und so weiter.

Was die Expertise der Befragten in diesem Bereich angeht, so hat die Mehrheit von ihnen bemerkenswerte Expertise in vielen Bereichen des Kulturerbes, der Kultur und des Tourismus. Die Befragten haben Fachkenntnisse in kulturellen oder touristischen Projekten, die sich an die breite Öffentlichkeit richten, in Museumsausstellungen, im Management von Kulturprojekten, die sich an Jugendliche und andere Altersgruppen richten, in der Öffentlichkeitsarbeit, in der Leitung von Kulturreisen und im Tourismus, in museologischen Bildungsprogrammen, in der Planung von kulturellen Veranstaltungen, in der Kommunikation usw.

---

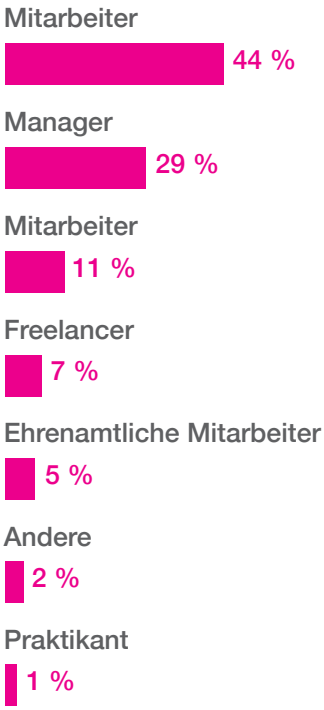
[1] https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf

Die Verteilung der Befragten nach Bereich des Diploms oder Abschlusses zeigt, dass fast die Hälfte unserer Befragten einen Abschluss im Bereich Pädagogik/Geisteswissenschaften hat (41%), 19% in Sozialwissenschaften und 14% in Kunst. Nur 6% der Befragten haben ein Diplom im Bereich Tourismusmanagement/ Wirtschaft.

ERFAHRUNG IM BEREICH KULTUR/ ERLEBNIS/TOURISMUS

In diesem Abschnitt werden wir einige Daten über die Erfahrungen im Bereich Kultur/Erbe/ Tourismus präsentieren. Über 40 % unserer Befragten sind Angestellte, 29 % von ihnen haben eine Führungsposition und 11 % sind Mitarbeiter. Nur 1% der Befragten befindet sich in einem Praktikumsprogramm.

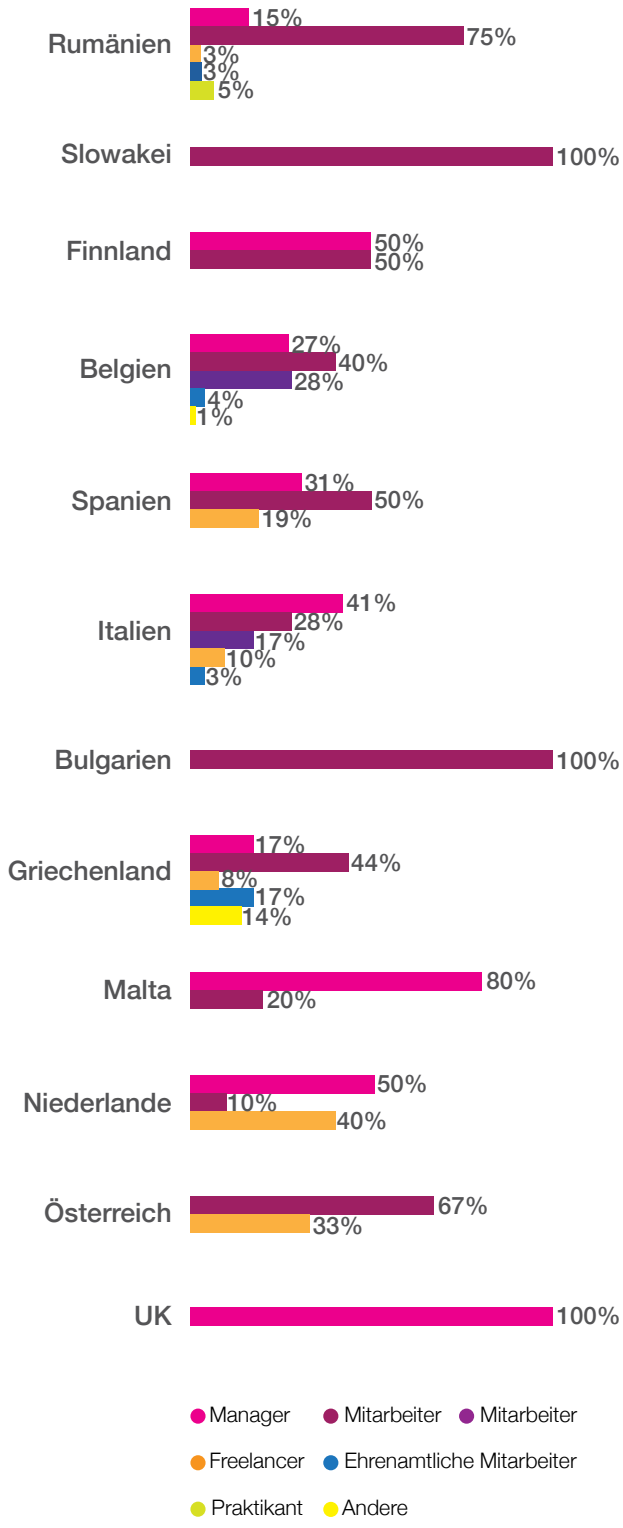
GRAFIK 31. *Die Verteilung der Befragten nach Job-Rolle*



Das Diagramm 32 zeigt die Verteilung der Befragten nach der Rolle/dem Arbeitsplatz innerhalb der Organisation für jedes untersuchte Land.

Für die nächsten Analysen der Expertise der Befragten in ihrer eigenen beruflichen Tätigkeit haben wir die Antworten der Befragten verwendet, wie sie von ihnen genannt wurden. Die Mehrheit hat Expertise in den Bereichen Kulturerbe, Archäologie, Management, Tourismusmanagement und Projektmanagement.

GRAFIK 32. *Die Tätigkeit/Rolle der Befragten innerhalb der Organisation/ Institution nach Land*



Archäologie

Filmfestival-Manager

Manager für filmbezogene Projekte

Ökotourismus, Kulturerbe, Bildung, Umwelt

Konservator

Kulturmanagement, Ausstellungsmanagement

Projektleiter für verschiedene kulturelle Veranstaltungen wie Street Delivery, Museumsnächte, für redaktionelle Projekte

Facharchäologe; über 25 Jahre Tätigkeit im Bereich des kulturellen Erbes (Feldforschungen, Ausstellungen, Ausstellungskataloge, Bände, Artikel & Studien, bewegliche

Organisation von historischen Ausstellungen, Archäologe

Planer für kulturelle Veranstaltungen

Geograph

Marketing und Marke

Kulturmanagement

Kulturerbe & Nachhaltigkeit - Beteiligung von Stakeholdern am Kulturerbe

Koordinierung der Aktivitäten und Dynamisierung des Netzwerks

Archäologie, Kommunikation, digitale Kommunikation, Marketing, soziale Medien

Dramaturgie, Interaktivität, Co-Kreation, künstlerische Forschungskoordination, Projektleitung

Ausbildung von Museumsfachleuten

Rechercheur

Tourismus, Bildung, Unternehmertum und europäische Projekte

Tourismusmanagement von Kulturerbestätten und Datenanalyse

Kulturerbe, Kunstgeschichte, Museologie, Kulturtourismus

Marketing für Kulturtourismus

Redaktionsadresse und Architekturprojekte

Bildung in Museen, Workshops, Führungen Madrid, Unterricht Klassen in der Geschichte der Kunst, Sammlerstücke und Geschichte der Mode.

Generalistische und lokale Kulturpolitik

Koordination, Unterstützung und Leistung der Politik in Bezug auf unbewegliches Erbe

Fachgerechte Denkmalpflege

Online-Kommunikation

Bildende Kunst, Design und Architektur

Kommunikationsexperte Tourismus

Führer und Manager

Leitfaden Ausbildung

Ausflüge zum Kulturerbe

Workshops, Bildung, Erbe für Studenten, Praxiswissen

Kulturplanung, Managementkontrolle, strategische Planung von Fundraising, Management von Fundraising-Aktivitäten, Organisation von Veranstaltungen, Monitoring und Rückgabe von Aktivitäten

Management kultureller Projekte

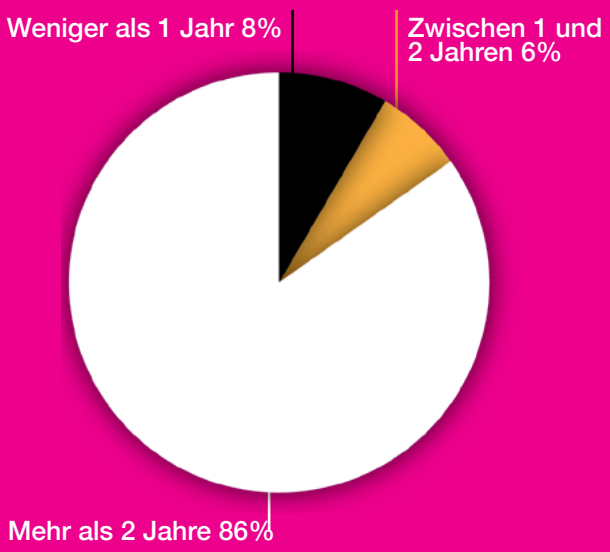
Projektleiter, Qualitätssystembeauftragter, Fremdenführer, Umweltpädagoge

Leiterin von theatralisch-künstlerischen Projekten, Fremdenführerin, Autorin von Essays

Professionelle Ateliers (Architektur), kulturelle Vereinigungen, die im Bereich der Stadterneuerung und im künstlerischen Bereich tätig sind



GRAFIK 33. *Die Verteilung der Befragten nach der Expertise im Kultur-/Tourismusbereich*



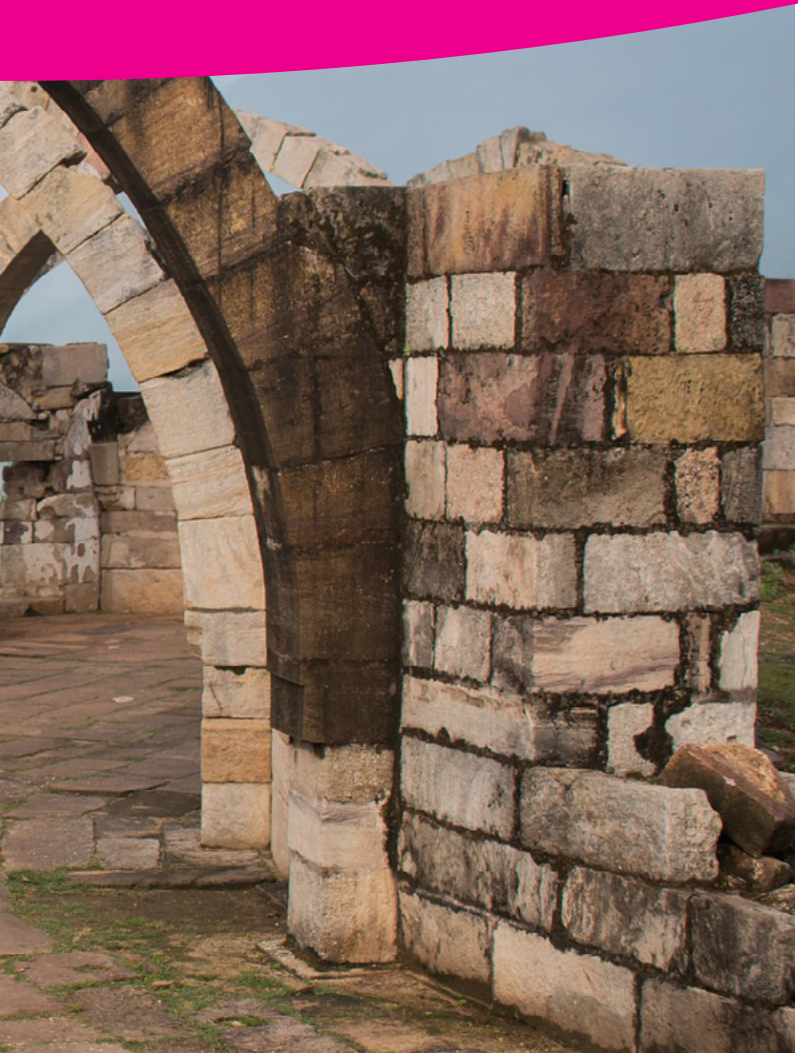
Über 86% der Befragten haben mehr als 2 Jahre Erfahrung im Kultur- oder Tourismussektor.

Die Mehrheit der Befragten hat mehr als zwei Jahre Erfahrung im Kultur-/Tourismussektor. Österreich, Griechenland, Rumänien, Belgien und Italien haben Experten mit weniger als einem Jahr im Kultur-/Tourismussektor.

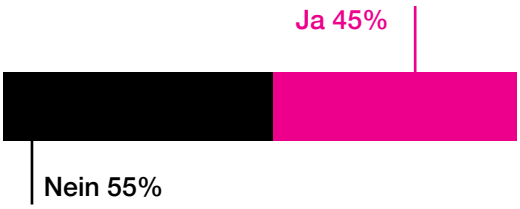
TABELLE 12. *Anzahl der Jahre an Erfahrung im Kultur-/Tourismussektor nach Land*

LAND *FREQUENZEN/ FÄLLE*	WENIGER ALS 1 JAHR	ZWISCHEN 1 UND 2 JAHREN	MEHR ALS 2 JAHRE
Rumänien	10% (4)	10% (4)	80% (32)
Slowakei	-	-	100% (2)
Spanien	-	8% (2)	92% (24)
UK	-	-	100% (1)
Österreich	33% (1)	-	67% (2)
Belgien	5% (5)	4% (4)	91% (86)
Bulgarien	-	-	100% (1)
Finnland	-	-	100% (2)
Griechenland	28% (10)	8% (3)	64% (23)
Italien	3% (1)	7% (2)	90% (27)
Malta	-	20% (1)	80% (4)
Niederlande	-	-	100% (10)
Deutschland	5% (1)	5% (1)	90% (18)

Über 50 % der Befragten haben in den letzten 3 Jahren nicht an einem Trainingsprogramm im Bereich des Kulturerbes teilgenommen.

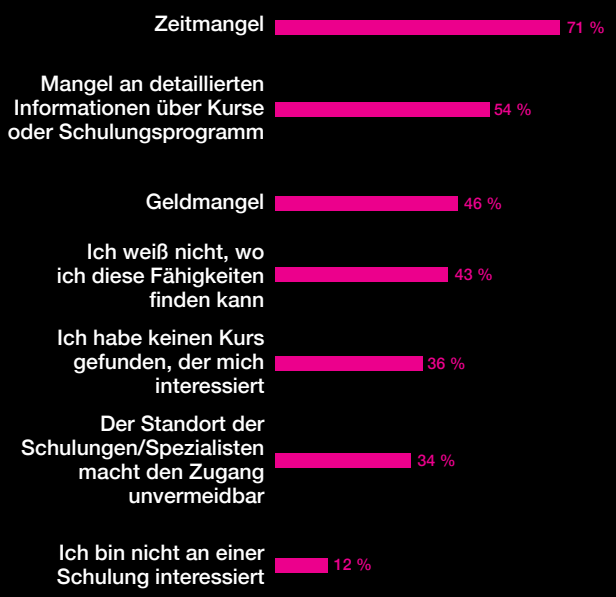


GRAFIK 34. *Die Teilnahme an einem Trainingsprogramm im Erbe in den letzten 3 Jahren*



Bezüglich der Haupthindernisse für die Befragten, die nicht an einem Trainingsprogramm teilgenommen haben, sind die am häufigsten genannten: Zeitmangel, Mangel an detaillierten Informationen über Kurse und Trainingsprogramme, Geldmangel oder sie wussten nicht, wo sie nach diesen Fähigkeiten suchen sollten. Nur 12 % der Befragten gaben an, dass sie nicht an der Teilnahme an einem Trainingsprogramm interessiert sind.

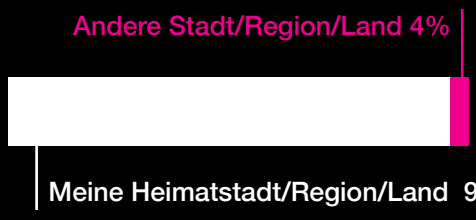
GRAFIK 35. *Die wichtigsten Hindernisse für die Teilnahme an ein Trainingsprogramm in den letzten 3 Jahren*



GRAFIK 36. *Die Art der Schulungsprogramme die von den Befragten besucht werden*



GRAFIK 37. *Die Art der Schulungsprogramme die von den Befragten besucht werden*



Die Mehrheit der Befragten nahm an persönlichen Schulungsprogrammen teil (38 %). Nur 30 % der Befragten erwarben mehr Informationen oder spezifische Fähigkeiten durch spezielle Schulungsprogramme.

Über 90 % der Befragten haben an Schulungsprogrammen in ihrer eigenen Stadt, ihrem Land oder ihrer Region teilgenommen. Nur 4 % der Experten haben sich für die Teilnahme an Schulungsprogrammen außerhalb ihrer Stadt oder Region entschieden. Eine der Erklärungen könnten die Kosten für den Zugang zu einer Schulung in einem fremden Land sein.

Die Hauptthemen der besuchten Schulungsprogramme, wie sie von den Befragten genannt wurden, sind:

Museograph und Museologie	Restaurierung von Tafelbildern	Verwaltung des kulturellen Erbes durch sensorische Geschichte und Erinnerung
Update bei archäologischen Funden und Denkmalpflege	Religion Erbe	Verwaltung von Kulturgütern
Enesco Conferential, Ausbildungen von FARO, Tourismus Flandern	Öffentlichkeitsarbeit: Familien und Museumsbesuche	Verwaltung unbewegliches Vermögen
Trainingsakademie des Kulturstraßenprogramms, organisiert vom Europäischen Institut für Kulturstraßen	Beruf der zeitgenössischen Kunst	Management-Dokumentationsdateien
Zeitmanagement, Konfliktlösung und Verhandlung.	"Museum und Kind"	Dialog und Zusammenarbeit mit Entscheidungsträgern
Zielgruppenbetrieb	Musa MOOC "Essential Digital	Lernen im Museum
Geschichtenerzählen	Musa MOOC "Essential Digital Skills for Museum Professionals"	Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Bedeutung des kulturellen Erbes.
spezifischer Archivierungskurs	Medientraining für die Archäologie	Kunstgeschichte & Management von Kulturgütern
Soziale Medien & Kulturmanagement	Marketing im Kulturtourismus, Kulturtourismus	Historische Helme des europäischen Kulturerbes - Konzepte
Schutz des kulturellen Erbes	Erhaltung des kulturellen Erbes	E-Kurs für gesellschaftliches Engagement
Soziale Kultur/ digitale Kompetenzen	Verwaltung des lokalen Kulturerbes	Bildung Tourismusführer
Fundraising und unbewegliches Erbe	Grundlegende digitale Fertigkeiten für Museumsfachleute	Ausbildung in CH/ Ausbildungswerkstatt
Grundlagen der Museumswissenschaft	Ökologische Maßnahmen in Heritage	Bildung und Vermittlung in Museen
Familienfreundliches Erbe	Entwicklung von digitalen Fähigkeiten	Bildung Adlib, Registrierungsdatenbank Heritage
Kommunikation und Bildung	Kundenbetreuung	Kulturmarketing
Grundkenntnisse im Museumsmanagement	Experte für Kunstwerke und Denkmalpflege	Ansprechen bestimmter Gruppen
Zugang zu Kultur und Kulturerbe, Konservierung	Strategische Planung	Grundlegende digitale Fertigkeiten für Museumsfachleute
Fundraising		

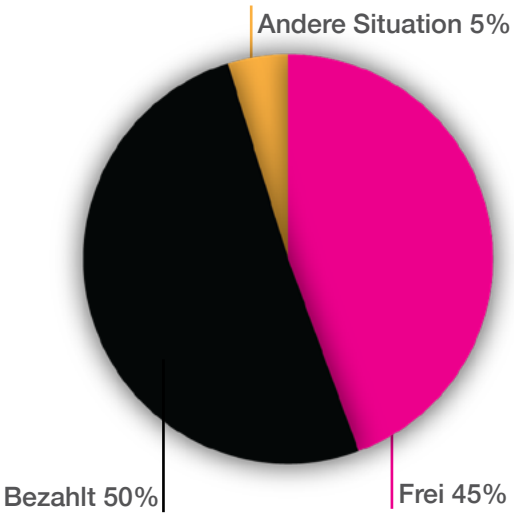
Die Hälfte der Befragten hat für den Kurs, an dem sie teilgenommen haben, bezahlt. Fast die Hälfte (45 %) hat kostenlos teilgenommen und 5 % haben unter anderen spezifischen Bedingungen teilgenommen (z. B.: teilweise von den Befragten bezahlt, nach einer professionellen Auswahl geworben).

Auf die Frage, was die Befragten an einer Schulung schätzen, gaben 94 % an, dass sie es schätzen, mit den Experten zu sprechen, 90 % nannten Fallstudien, 86 % schätzen den Erfahrungsaustausch mit Gleichgesinnten, 80 % bevorzugen Studienbesuche und 77 % schätzen praktische Übungen.

Die Befragten bevorzugen Seminar als erste Option des Lernens. Als zweite Option wählten sie Workshop und als dritte Option wählten sie den Infotag als Lerntyp.

Was die Verteilung der Antworten nach "Partner"-Ländern betrifft, so sind in Italien 67% der Experten, die auf unsere Studie geantwortet haben, der Meinung, dass ihre formale Ausbildung ausreichend ist, in Spanien 69%, in Belgien 57% und in Rumänien 50%. In Griechenland ist mehr als die Hälfte der Befragten (53 %) der Meinung, dass die formale Ausbildung nicht ausreichend ist.

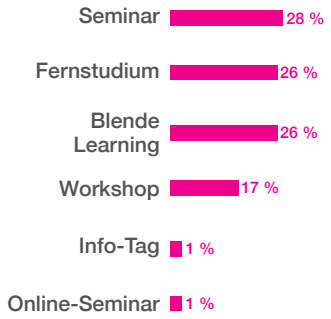
GRAFIK 38. *Die Art der Bezahlung der Ausbildung Programme, die von den Befragten besucht wurden*



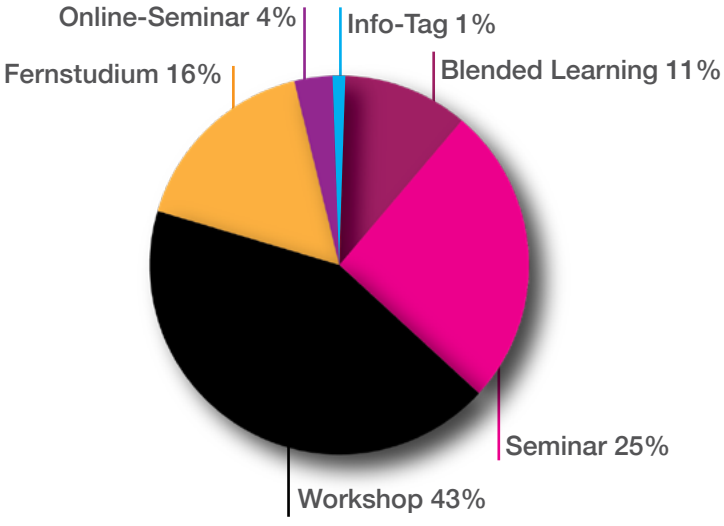
GRAFIK 39. *Die am meisten geschätzten Aspekte von eine Schulung*



GRAFIK 40. *Die Präferenz für den Typ der Lernen, erste Wahl*



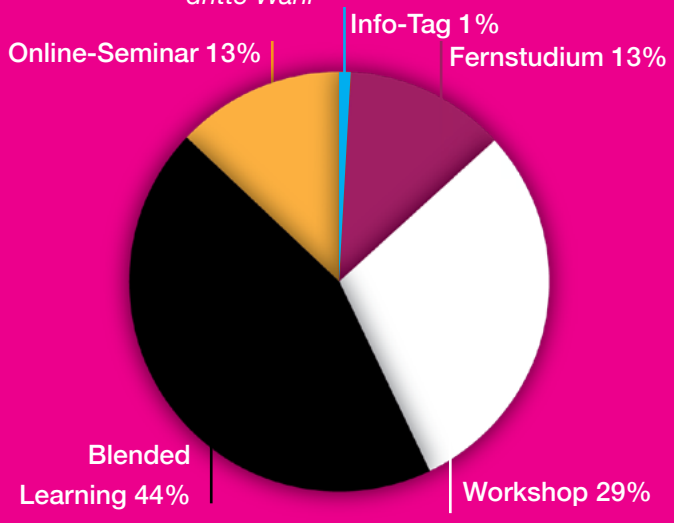
GRAFIK 41. *Die Präferenz für die Art des Lernens, zweite Wahl*



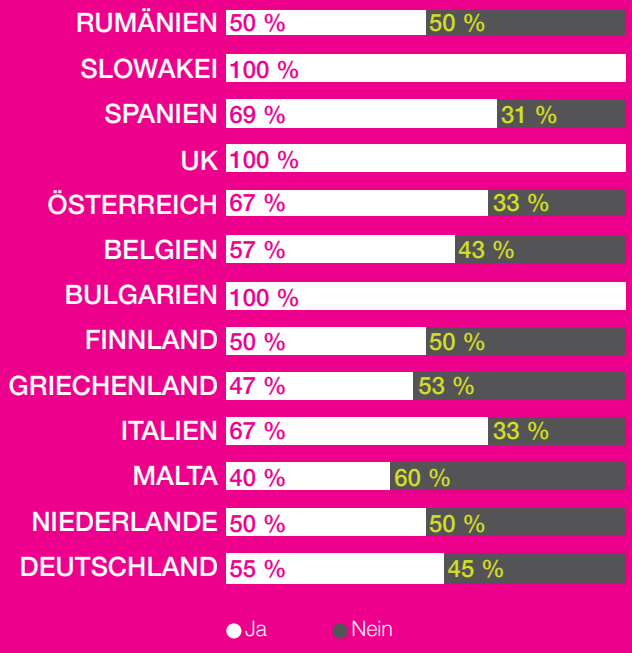
FÄHIGKEITEN/KOMPETENZEN, DIE IM BEREICH DES KULTURELLEN ERBES BENÖTIGT WERDEN

Wir finden heraus, dass die Fachkräfte, die in den Sektoren Kultur/Erbe oder Tourismus tätig sind, der Meinung sind, dass die wichtigsten Fähigkeiten für ihre Tätigkeit folgende sind: Kommunikationsfähigkeiten (96 %), Problemlösungsfähigkeiten (94 %), Flexibilität und Anpassung (91 %) oder Kreativität und konzeptionelle Fähigkeiten (89 %). Diese Ergebnisse zeigen, dass Soft Skills für diese Art der beruflichen Tätigkeit sehr wichtig sind.

GRAFIK 42. *Die Präferenz für die Art des Lernens, dritte Wahl*



GRAFIK 43. *Die Verteilung der Befragten, die formale Bildung angemessen finden, nach Land*



GRAFIK 44. *Die Bewertung der Befragten bezüglich der wichtigsten Soft Skills bei ihrer Arbeit*



Wir haben die Befragten gefragt, welche Techniken für sie am besten geeignet sind, um zusätzliches Wissen zu erlangen. Wir fanden heraus, dass für die Mehrheit der Befragten Leitfäden für bewährte Verfahren oder Fallstudien und Treffen mit Experten die effizientesten Möglichkeiten sind, um mehr Informationen zu erhalten. Für 77 % der Befragten

ist ein praktisches Hilfsmittel nützlicher, und nur 56 % der Befragten nannten Evaluierungsberichte als effizienten Weg zum Wissenserwerb.

Im Bereich der Förderung des kulturellen Erbes müssen 76 % der Befragten ihre Fähigkeiten zur Öffentlichkeitsarbeit und zum Engagement in der Gemeinde verbessern, 72 % ihre Fähigkeiten zum Aufbau von Netzwerken, 66 % ihre Marketingfähigkeiten und 63 % ihre Social-Media-Fähigkeiten.

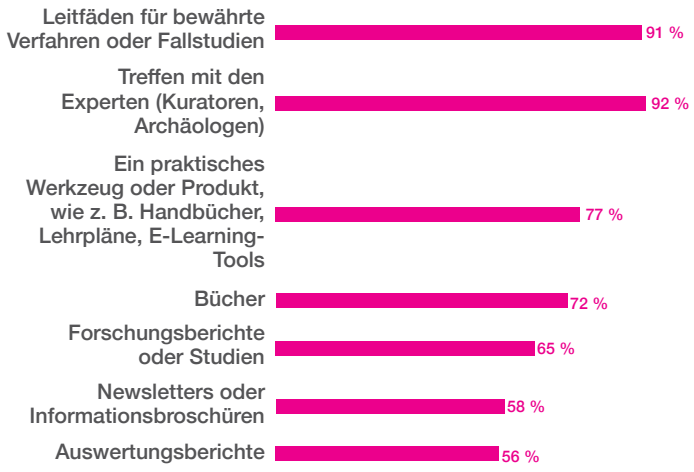
Für den Bereich Heritage Valorization möchten 76 % die Fähigkeiten zum Engagement in der Gemeinde und die Bildungsprozesse unter Einbeziehung von Menschen unterschiedlichen Alters und Fähigkeiten verbessern, 64 % die Fähigkeiten zur Mittelbeschaffung und 61 % die Präsentationsfähigkeiten.

Für den Bereich Heritage Exploitation wollen 78% der Befragten das Know-How für Innovationen verbessern, 76% für Community und Kuratorenschaft, 66% für Management und 58% für Finanzierung.

Im Bereich Vermittlung und Interpretation wollen 71 % der Befragten ihre digitalen Fähigkeiten verbessern, 69 % ihre Fähigkeiten als Interessenvertreter und Entscheidungsträger und 57 % ihre Fähigkeiten als Miteigentümer von Stätten/Erbe.

Für die Förderung des Kulturerbes sind die am meisten benötigten Fähigkeiten: Öffentlichkeitsarbeit in Spanien, Rumänien und Griechenland, Marketing in Rumänien, Griechenland und Italien, Social Media in Rumänien, Spanien und Griechenland, Barrierefreiheit in Rumänien, Griechenland und Italien, Aufbau von Netzwerken in Spanien, Belgien und Italien und Outreach/ Community Involvement in Italien, Rumänien, Griechenland und Belgien.

GRAFIK 45. *Die nützlichen Werkzeuge zur Erlangung zusätzlicher Kenntnisse*



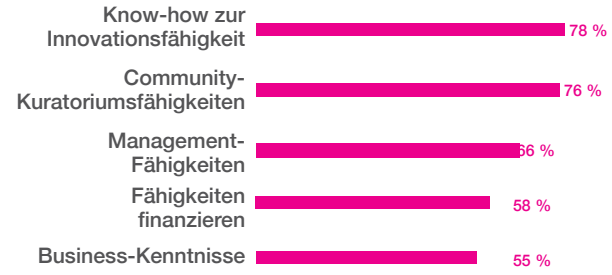
GRAFIK 46. *Der Bedarf an Fähigkeiten in der Förderung des kulturellen Erbes*



GRAFIK 47. *Der Bedarf an Fähigkeiten bei der Inwertsetzung des Kulturerbes*



GRAFIK 48. *Der Bedarf an Fähigkeiten bei der Nutzung des kulturellen Erbes*



GRAFIK 49. *Der Bedarf an Fähigkeiten in der Vermittlung und Interpretation von Kulturerbe*

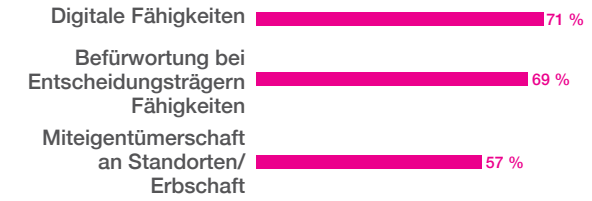


TABELLE 14. *Der Bedarf an Kompetenzen in der Kulturerbeförderung nach Land*

LAND *Häufigkeiten/ Fälle*	Präsentationsfähigkeiten	Fundraising-Fähigkeiten	Community Engagement Fähigkeiten	Bildungsprozesse (einschließlich Workshops) mit Menschen unterschiedlichen Alters und Fähigkeiten)
Rumänien	83% (33)	77% (31)	83% (33)	90% (36)
Slowakei	100% (2)	50% (1)	100% (2)	100% (2)
Spanien	69% (18)	58% (15)	81% (21)	77% (20)
UK	0%	100% (1)	0%	100% (1)
Österreich	33% (1)	100% (3)	100% (3)	67% (2)
Belgien	52% (49)	44% (42)	78% (74)	74% (70)
Bulgarien	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)
Finnland	100% (2)	50% (1)	50% (1)	100% (2)
Griechenland	67% (24)	83% (30)	64% (23)	81% (29)
Italien	50% (15)	83% (25)	87% (26)	63% (19)
Malta	100% (5)	60% (3)	80% (4)	80% (4)
Niederlande	30% (3)	60% (6)	30% (3)	60% (6)
Deutschland	50% (10)	55% (11)	65% (13)	75% (15)

Für die Nutzung des kulturellen Erbes sind die am meisten benötigten Fähigkeiten: Know-how zur Innovation und Fähigkeiten als Gemeinschaftskurator für Rumänien und Spanien; und in Belgien, Griechenland, Know-how zur Innovation, Geschäftsfähigkeiten und Managementfähigkeiten in Italien.

TABELLE 15. *Der Bedarf an Fähigkeiten zur Nutzung des kulturellen Erbes nach Land*

LAND *Häufigkeiten/ Fälle*	Management-Fähigkeiten	Fähigkeiten finanzieren	Business-Kenntnisse	Know-how zur Innovationsfähigkeit	Fähigkeiten als Kurator der Gemeinschaft
Rumänien	78% (31)	67% (27)	70% (28)	80% (32)	77% (31)
Slowakei	50% (1)	50% (1)	50% (1)	50% (1)	50% (1)
Spanien	62% (16)	62% (16)	54% (24)	81% (21)	73% (19)
UK	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)
Österreich	67% (2)	67% (2)	67% (2)	100% (3)	33% (1)
Belgien	52% (49)	38% (36)	32% (30)	75% (71)	78% (74)
Bulgarien	100% (1)	100% (1)	0%	100% (1)	100% (1)
Finnland	100% (2)	50% (1)	100% (2)	100% (2)	50% (1)
Griechenland	86% (31)	83% (30)	72% (26)	75% (27)	89% (32)
Italien	73% (22)	70% (21)	73% (22)	76% (23)	70% (21)
Malta	100% (5)	80% (4)	100% (5)	100% (5)	80% (4)
Niederlande	50% (5)	60% (6)	60% (6)	90% (9)	60% (6)
Deutschland	45% (9)	55% (11)	45% (9)	85% (17)	45% (9)

*Nur ‘Ja’-Antworten wurden berechnet

Für die Vermittlung und Interpretation von Kulturerbe sind die am meisten benötigten Fähigkeiten: Digitale Fähigkeiten in Rumänien, Spanien und Griechenland, Miteigentümerschaft an Stätten/Erbe in Griechenland, Italien und Rumänien, Advocacy bei Entscheidungsträgern in Griechenland, Italien und Spanien.

TABELLE 16. *Der Bedarf an Kompetenzen in der Vermittlung und Interpretation von Kulturerbe nach Ländern*

Land *Häufigkeiten/ Fälle*	Digitale Fähigkeiten	Miteigentümerschaft an Standorten/Erbschaft	Befürwortung bei Entscheidungsträgern Fähigkeiten
Rumänien	78% (31)	67% (27)	60% (24)
Slowakei	50% (1)	50% (1)	100% (2)
Spanien	77% (20)	65% (17)	73% (19)
UK	100% (1)	100% (1)	100% (1)
Österreich	33% (1)	33% (1)	33% (1)
Belgien	67% (64)	41% (39)	62% (59)
Bulgarien	0%	100% (1)	100% (1)
Finnland	50% (1)	0%	50% (1)
Griechenland	75% (27)	81% (29)	86% (31)
Italien	70% (21)	70% (21)	83% (25)
Malta	80% (4)	80% (4)	60% (3)
Niederlande	70% (7)	30% (3)	60% (6)
Deutschland	70% (14)	45% (9)	55% (11)

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Was die Altersverteilung der Befragten betrifft, so sind die meisten Befragten über 30 Jahre alt, die am wenigsten vertretene Altersgruppe ist unter 30, außerdem sind es häufiger weibliche Befragte. Was das Bildungsniveau betrifft, so hat die Mehrheit der Befragten einen Abschluss, während nur wenige keinen Abschluss oder eine andere Art von Zertifizierung haben. Die meisten der Befragten sind in Berufen tätig, die in die Kategorie der allgemeinen Funktion fallen, und fast die Hälfte der Befragten hat einen Abschluss im Bereich der Bildungswissenschaften. Über die Hälfte der Befragten hat in den letzten 3 Jahren nicht an einem Trainingsprogramm im Bereich Kulturerbe teilgenommen und die Mehrheit der Befragten hat mehr als zwei Jahre Erfahrung im Kultur-/ Tourismusbereich.

Der Anteil derjenigen, die der Meinung sind, dass die formale Bildung für ihre Arbeit angemessen oder ausreichend ist, ist etwas höher als die Hälfte. In Bezug auf die wichtigsten Fähigkeiten/ Kompetenzen haben wir folgende Ergebnisse ermittelt: Projektmanagement, Öffentlichkeitsarbeit, Einbindung des Publikums und Entwicklung, ''Datenerfassung", ''Datenanalyse" Computernutzung.

Im Bereich der Förderung des kulturellen Erbes möchten die meisten Befragten ihre Fähigkeiten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und des Engagements in der Gemeinde verbessern, im Bereich der Aufwertung des kulturellen Erbes möchten sie ihre Fähigkeiten im Bereich des Engagements in der Gemeinde und der Bildungsprozesse, die Menschen unterschiedlichen Alters und unterschiedlicher Fähigkeiten einbeziehen, verbessern, im Bereich der Nutzung des kulturellen Erbes möchten die meisten Befragten ihre Fähigkeiten im Bereich der Innovation verbessern und im Bereich der Vermittlung und Interpretation möchten die meisten unserer Befragten ihre digitalen Fähigkeiten verbessern.



QUALIFIKATIONSPROFIL FÜR KULTURERBE-MANAGER UND ANDERE FACHLEUTE FÜR DIE FÖRDERUNG UND INWERTSETZUNG DES KULTURELLEN ERBES

EINLEITUNG

Der Hauptzweck der qualitativen Phase dieser Forschung war es, die Umfragedaten zu ergänzen und tiefergehendes Wissen über die im Kulturerbesektor benötigten Fähigkeiten zu generieren, mit dem Fokus auf entstehende Bedürfnisse und Trends. Die gesammelten Informationen werden den Partnern die notwendigen Daten für die Entwicklung von Schulungskursen liefern, die die Kompetenzen, Fähigkeiten und das Wissen von Fachleuten im Bereich des kulturellen Erbes erhöhen werden.

Es ist anzumerken, dass die meisten befragten Fachleute der Meinung sind, dass einige der wichtigsten Fähigkeiten, die in diesem Sektor benötigt werden, sich auf die Kommunikation beziehen (ein guter Kommunikator zu sein und gut mit anderen zusammenarbeiten zu können), wobei die meisten anderen Fähigkeiten von den Kommunikationsfähigkeiten abgeleitet sind. Digitale Fähigkeiten werden von den meisten Befragten ebenfalls als wichtig erachtet, vor allem da die digitale Umgebung bei allen Aspekten des Kulturerbes helfen kann (Förderung, Aufwertung, Nutzung, Interpretation). Obwohl nur sehr wenige von Engpässen in diesem Bereich sprachen, sind einige der wichtigsten, die von den Fachleuten identifiziert wurden, begrenzte finanzielle Ressourcen, veraltete Denkweisen, unausgebildetes Personal, Lücken in den digitalen Kompetenzen und der kontinuierliche Anstieg der technologischen Kosten.

METHODIK

Die Umfrage wurde zwischen Mai und Juli durchgeführt. Das Ziel der qualitativen Forschung ist es, vertieftes Wissen über bestimmte Phänomene zu erlangen, um die Motivationen und Einstellungen der jeweiligen Zielgruppe, die in die Forschung einbezogen ist, gegenüber bestimmten Themen von Interesse besser zu verstehen. Um diese Ziele zu erreichen, wurden von jedem Partnerland 53 soziologische Interviews mit Fachleuten aus den Bereichen Kulturerbe und Kulturtourismus (die in Bereichen wie Management und Organisation, Kommunikation, Medien, Bildung tätig sind) in den folgenden 12 EU-Ländern durchgeführt:

- 4 Interviews aus Belgien
- 1 Interview aus der Tschechischen Republik
- 4 Interviews aus Finnland
- 5 Interviews aus Deutschland
- 5 Interviews aus Griechenland
- 9 Interviews aus Italien
- 2 Interviews aus Litauen
- 6 Interviews aus Malta
- 1 Interview aus Polen
- 1 Interview aus Portugal
- 8 Interviews aus Rumänien
- 7 Interviews aus Spanien

Alle Interviews folgten einem Interviewprotokoll (Dauer, informierte Zustimmung, Vertraulichkeit der Daten, Anonymität) und beinhalteten sieben offene Fragen, deren Antworten es den Partnern ermöglichen, die benötigten Fähigkeiten der Fachkräfte in diesem Bereich zu erkunden.

Einige Grenzen dieser Untersuchung betreffen die Erfahrung der Interviewer bei der Durchführung von soziologischen Tiefeninterviews. Infolgedessen wurden einige Fragen des Interviewleitfadens entweder ausgelassen oder von den Interviewern geändert, so dass daraus keine Erkenntnisse gewonnen werden konnten. Eine weitere Einschränkung betrifft die Nicht-Antworten einiger Befragter auf verschiedene Fragen, so dass weniger Daten zur Analyse zur Verfügung standen. Angesichts der Komplexität dieser Studie wird empfohlen, die Erkenntnisse aus der qualitativen Forschung mit den Ergebnissen aus der quantitativen Forschung zu korrelieren.

BERUFLICHER HINTERGRUND DER EXPERTEN IN DER FÖRDERUNG, INWERTSETZUNG, NUTZUNG UND INTERPRETATION DES KULTURELLEN ERBES

Die Mehrheit der Fachleute ist seit mindestens fünf Jahren im Bereich des kulturellen Erbes tätig, einige von ihnen seit bis zu 15-20 Jahren und einige wenige seit mehr als 20 Jahren, wobei die meisten von ihnen jahrelange Berufserfahrung in den Bereichen Marketing und Kommunikation, Bildung, Management oder PR haben, Erfahrungen, die sie in öffentlichen oder privaten Institutionen gesammelt haben. Einige der Befragten sind Direktoren, Manager oder Präsidenten verschiedener Kultureinrichtungen, Kulturtourismusagenturen oder NGOs. Ein großer Teil von ihnen ist als Abteilungsleiter in Museen, Forscher oder (Assistenz-)Professoren an Universitäten tätig.

Die meisten Projekte, an denen die Befragten im Laufe der Jahre beteiligt waren, haben mit der Interpretation des kulturellen Erbes durch verschiedene Mittel zu tun (durch den Einsatz von Technologie, interaktive Ausstellungen, Workshops, Führungen, Gestaltung von persönlichen Erfahrungen an verschiedenen Kulturerbestätten, Gamification in Museen), mit dem Engagement der Gemeinschaft (durch die Einbeziehung von Menschen aus der Gemeinschaft in die Programme der Institution, durch Freiwillige), mit der Zugänglichkeit für verschiedene Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Senioren, sehbehinderte oder blinde Besucher, Menschen mit psychischen Instabilitäten, Immigranten) und mit der Zusammenarbeit mit verschiedenen Institutionen durch gemeinsame Projekte oder Programme, die darauf ausgerichtet sind, das Engagement und das Interesse der Menschen zu erhöhen. Ein kleiner Teil der Befragten hat sich hauptsächlich mit den administrativen und finanziellen Aspekten, dem Fundraising oder den Verhandlungen, der Digitalisierung oder der Forschung verschiedener Projekte, die von ihrer Einrichtung durchgeführt wurden, beschäftigt. Das Ziel aller Projekte, die von diesen Fachleuten durchgeführt oder koordiniert wurden, war immer, das kulturelle Erbe sichtbar und für einen großen Teil der verschiedenen Menschen zugänglich zu machen. Wie viele der Befragten feststellten, sind Kommunikation und ein guter Geschichtenerzähler der Schlüssel in jedem Aspekt des kulturellen Erbes.

Was die Bildungserfahrung der Befragten betrifft, so hat ein erheblicher Teil mindestens einen Master-Abschluss oder eine Promotion im kulturellen Bereich abgeschlossen, wie z. B. Geschichte, Kunstgeschichte, Architektur, Archäologie, Ethnologie oder Kulturmanagement. Ein kleinerer Teil hat ein Studium in Bereichen absolviert, die nichts mit Kultur zu tun haben, wie z. B. Verwaltung, Marketing, Technik oder Wirtschaft. Obwohl die meisten der Befragten die Universität in ihrem eigenen Land besucht haben, hat ein kleiner Teil von ihnen Bildungserfahrungen im Ausland gesammelt, meist auf Postgraduiertenebene.

Die meisten der Befragten haben mindestens einmal an einem Trainingsprogramm (lokal oder international) teilgenommen, wenn auch nicht speziell im Bereich des Kulturerbes. Die Befragten, die noch nie an einer Schulung teilgenommen haben, besuchten Konferenzen zu den Themen, die sie interessieren, oder sammelten Erfahrungen in ihrem Bereich durch die Teilnahme an europäischen Projekten, die ihnen die Bedeutung von transversalen und sektorübergreifenden Fähigkeiten bewusst machten.

Einige der am häufigsten besuchten Schulungen im Bereich des Kulturerbes waren Museologie und Fundraising, gefolgt von der Verwaltung von Kunstsammlungen, Kunstrecht, Interpretation des Kulturerbes, Ausstellungsdesign, Kuratieren für verschiedene Zielgruppen, nachhaltiger Tourismus. Andere Arten von Schulungen, die nicht mit dem Bereich des Kulturerbes zu tun haben, an denen die Befragten teilnahmen, waren Marketing, IT, Grafikdesign, Webkommunikation, Verhandlungsführung und Projektmanagement. Die Mehrheit der Befragten empfand die Schulungen oder Kurse, an denen sie teilgenommen haben, als nützlich, da sie ihnen ein besseres Verständnis für ein bestimmtes Thema vermittelten, die Vernetzung mit anderen Fachleuten aus dem Bereich des kulturellen Erbes erleichterten, gute Praktiken und verschiedene Strategien austauschten, die sie in ihrer eigenen Institution anpassen und umsetzen konnten. Ein sehr kleiner Teil der Befragten empfand die Schulungen, an denen sie teilgenommen haben, als enttäuschende Erfahrung. Der Grund dafür war, dass die Schulungen veraltet waren und alle Informationen auf Basis-/Anfänger-Niveau waren.

DIE AM MEISTEN BENÖTIGTEN FÄHIGKEITEN IN DER FÖRDERUNG, AUFWERTUNG, NUTZUNG UND INTERPRETATION DES KULTURELLEN ERBES

Wenn es um die am meisten benötigten Fähigkeiten im Kultursektor geht, sind die meisten Fachleute der Meinung, dass Kommunikationsfähigkeiten entscheidend sind, um die Botschaft an ein breites Spektrum von Zielgruppen und Interessengruppen zu vermitteln. Aufgeschlossen zu sein, proaktiv zu handeln, die aktuellen Trends zu kennen (kulturell, technologisch, gesellschaftlich usw.) und in der Lage zu sein, Strategien ständig zu verändern und an die aktuellen Bedürfnisse der Menschen anzupassen, sind wichtige Fähigkeiten, um das Kulturerbe zugänglich, interessant und schützenswert zu machen, nicht nur auf lokaler, sondern auch auf nationaler oder internationaler Ebene.

„Aber auch zu kommunizieren, das richtige Sprachniveau für verschiedene Gruppen anzupassen, die Bedürfnisse der Gruppen zu beobachten und nach den Themen und nach Wegen zu suchen, das Interesse an der Geschichte bei den Besuchern zu wecken, die Art und Weise, wie man kommuniziert, nicht nur die Worte, die man benutzt, wie man die Geschichte aufbaut, sondern wie man sie an die verschiedenen Bedürfnisse der verschiedenen Gruppen anpasst, Menschen in verschiedenen Kulturkreisen, Menschen unterschiedlichen Alters, unterschiedlichen Bildungshintergrunds, das ist ganz allgemein gesagt, Kommunikation und ein Standard des Verbraucherservices.““

(Leiter der Bildungsabteilung des Museums, Polen)

Ein guter Kommunikator zu sein, in der Lage zu sein, einen Dialog (schriftlich oder mündlich) mit verschiedenen Arten von Menschen zu schaffen und sie effektiv einzubinden und eine Vielzahl von Werkzeugen und Ideen zu nutzen, um dies zu tun, sind wichtige Fähigkeiten. Menschen effektiv einzubinden, schafft nicht nur Interesse und ein besseres Verständnis für einen bestimmten Aspekt des Kulturerbes, sondern hat auch das Potenzial, eine Gemeinschaft um eine bestimmte Institution, ein Programm oder eine Idee zu schaffen.

"Bewusstsein für die Tatsache, dass nicht jeder das gleiche Verständnis und die gleiche Wertschätzung für Kultur hat. Für einige demografische Gruppen muss mehr Energie investiert werden, um ein Bewusstsein für die Bedeutung von Kultur zu schaffen. Während die gebildete Mittelschicht ganz selbstverständlich ins Museum geht, fühlen sich andere Gruppen vielleicht unwohl dabei, weil sie es mit Eliten assoziieren. Es ist wichtig, sich dieser Kluft bewusst zu sein und die Relevanz, die das Museum für alle demografischen Gruppen hat, zu erhöhen. Relevanz ist nicht natürlich vorhanden, sondern muss geschaffen werden. Um das zu erreichen, ist es wichtig, die Perspektive zu wechseln und die Inhalte so zu vermitteln, dass sich jeder mit ihnen verbinden kann."

(Trainee Heritage Management und PR, Deutschland)

"Außerdem ist es wichtig, den Dialog mit den Besuchern zu verstärken. Das tun wir, indem wir ihnen Raum geben, ihre Meinung zu kontroversen Themen zu äußern und dabei unsere Exponate als Ausgangspunkt nehmen. So erfahren wir besser, was für unsere Gäste wichtig ist. Außerdem nutzen wir die Kommentare weiter und zeigen den Gästen so, dass sie gehört wurden."

(Trainee Heritage Management und PR, Deutschland)

Darüber hinaus können Kooperationsprojekte oder -programme zu zukünftigen nachhaltigen Partnerschaften oder Sponsoring mit lokalen Interessenvertretern (Tourismusagenturen, NGOs, anderen kulturellen Institutionen, öffentlichen oder privaten Organisationen) führen, einschließlich politischer Organisationen, und infolgedessen das Interesse und das Bewusstsein für das Kulturerbe steigern. Die Fähigkeit, mit anderen zusammenzuarbeiten und zu kooperieren, ist wichtig für die Entwicklung größerer kultureller Initiativen und die Verbreitung von Wissen über das kulturelle Erbe; daher ist es wichtig, Fremdsprachen zu sprechen und in der Lage zu sein, sich zu vernetzen und Verbindungen zu anderen Fachleuten herzustellen.

"Diese Fähigkeit, sich zu vernetzen, zu lernen, wie man Netzwerke aufbaut und zusammenarbeitet und größere Kulturinitiativen zu schaffen, die ein größeres Publikum anziehen können, so dass wir bessere Besucherzahlen haben, gute Praktiken unter anderen Institutionen, diese Fähigkeit, sich zu vernetzen, zusammenzuarbeiten, ist sehr wichtig, nicht nur auf europäischer Ebene, sondern auf sehr grundlegende Weise, Zusammenarbeit ist wichtig, um das Wissen zu verbreiten."

(Leiter der Abteilung für Bildung, Polen)

Aufgeschlossenheit und die Bereitschaft, neue Fähigkeiten zu erlernen und sie entsprechend an bestimmte Situationen anzupassen, sind zwei weitere wichtige Fähigkeiten, um in der Gemeinde und bei den lokalen Interessenvertretern etwas zu bewirken und Interesse zu wecken.

«Wenn man Kultur fördern will, sollte man es auf eine Art und Weise tun, die zugänglich und nicht einschüchternd ist, selbst für Leute, die noch nie in einer kulturellen Einrichtung waren, um es einladend zu machen und nicht als unzugänglich rüberzukommen."

(Direktor der Abteilung für Ausstellungen, Lernen und Kommunikation, Tschechische Republik)

Fähigkeiten zum Engagement in der Gemeinschaft sind genauso wichtig wie Kommunikationsfähigkeiten. Durch die Entwicklung von partizipativen Prozessen und die Einbeziehung verschiedener Personengruppen wie Kinder, Jugendliche oder Senioren als Freiwillige in verschiedene Veranstaltungen wird eine Verbindung zwischen Gemeinschaft, Gesellschaft und Kulturerbe geschaffen. Es ist wichtig, dass Fachleute in der Lage sind, interessante und einnehmende Programme oder Projekte für ein breites Spektrum von Menschen oder sozialen Gruppen zu entwickeln, besonders aber für Jugendliche.

"Wenn wir sie jetzt nicht dazu erziehen, Museen zu mögen und ihr Erbe zu bewahren, werden sie kein Interesse daran haben, das Erbe zu bewahren und das gerne tun, wenn sie erwachsen sind."

(Leiter der Bildungsabteilung eines Museums, Portugal)

"Es ist sehr wichtig, eine Gemeinschaft um die Institution herum aufzubauen, eine Gemeinschaft, die an Initiativen teilnehmen und sich in einigen Initiativen engagieren möchte. Das ist sehr wichtig, weil es für die Institution wichtig ist, aber es kann auch unsere Tore öffnen und nicht nur hier etwas schaffen, sondern weiter gehen und das Wissen über das Kulturerbe in der Gemeinschaft verbreiten, besonders in der Zukunft ist das wichtig, Das ist besonders in der Zukunft wichtig, weil wir vielleicht nicht genug Geld haben, um das Erbe zu schützen, und deshalb brauchen wir Freiwillige bei einigen Veranstaltungen, um die Gemeinschaft zu unterstützen, mehr Initiativen zu schaffen, damit die Gemeinschaft die Probleme oder Herausforderungen versteht, denen unsere Institution gegenübersteht, denn der Schutz, die Restaurierung ist sehr wichtig, aber es wird viel Geld dafür investiert. Um den wahren Wert des Erbes zu entdecken, muss man es erforschen, es wirklich fühlen, nicht nur die Informationen sehen, sondern mitmachen und sich engagieren und den wahren Wert schätzen lernen."

(Leiter der Abteilung für Bildung, Polen)

“Eine andere vielversprechende Strategie ist es, Senioren als Freiwillige in das Museum zu integrieren. Dies kann sowohl für das Museum als auch für die älteren Freiwilligen neue Möglichkeiten eröffnen und das Museum zu einem partizipativen Ort machen.”

(Direktor des Museums, Deutschland)

Digitale und mediale Kompetenz wird von Fachleuten als eine weitere wichtige Fähigkeit angesehen. Flexibel zu sein, bereit zu sein, neue Dinge zu lernen und mit neuen und innovativen Techniken zu experimentieren, hilft in allen Aspekten der Förderung, Inwertsetzung, Nutzung und Interpretation des kulturellen Erbes. Digitale Kompetenz bedeutet nicht, ein Experte in der digitalen Umgebung zu sein, sondern zumindest ein grundlegendes Verständnis und einen Überblick darüber zu haben, warum und wie man digitale Daten nutzt. Die Digitalisierung und die Zunahme der IKT erleichtern auch die Zugänglichkeit für ein breiteres Publikum. Einige der Befragten sind der Meinung, dass es einen großen Mangel an digitalen Kompetenzen in Organisationen gibt.

“Digitale Kompetenzen in verschiedenen Dimensionen sind sehr wichtig. Sammlungen sollten digitalisiert werden, es sollte digitale Archive von unseren Exponaten und unseren Veranstaltungen geben. Wir nutzen auch die digitale Dimension in unserer Ausstellung, zum Beispiel QR-Codes und Audiostationen. Audiostationen machen das Museum für blinde Besucher attraktiver und fügen dem Erbe eine weitere Dimension hinzu.”

(Leiter eines Museums, Deutschland)

Alle befragten Fachleute sind der Meinung, dass das digitale Umfeld im Bereich des kulturellen Erbes bereits präsent ist und daher von den Fachleuten erwartet wird, dass sie über gute digitale Fähigkeiten verfügen und auch bereit sind, auf dem Laufenden zu bleiben und sich über neue Technologien und Möglichkeiten zu informieren, diese in ihre Projekte oder Institutionen zu implementieren.

“Was ich denke, ist ein besseres Verständnis dafür, was Daten sind und was wir mit den Daten tun könnten, die die Daten beinhalten. Diese stammen aus unseren Inhalten oder den Metadaten unserer Inhalte, aber auch aus den Daten, die von den Anwendern stammen, die unsere Dienste nutzen. Daher sollten wir ein besseres Verständnis dafür haben, welche Art von Daten unsere Nutzer produzieren und wie wir diese Daten nutzen können.”

(Leitender Ministerialrat, Ministerium für Bildung und Kultur, Abteilung für Kunst und Kulturpolitik, Abteilung für Kunst und Kulturerbe, Finnland)

“Die digitale Umgebung beeinflusst den Sektor des kulturellen Erbes in vielerlei Hinsicht, wenn ich also an die Museumsarbeit denke, ist sie im Sammlungsmanagement, in der Bildung, in den sozialen Medien und so weiter präsent. Manchmal denke ich, dass es gar nicht möglich ist, sie zu trennen, weil wir bereits in der digitalen Umgebung leben.”

(Spezialist für Schulung und Entwicklung, Finnland)

Die digitale Umgebung könnte in allen Aspekten des Kulturerbes (Förderung, Aufwertung, Nutzung und Interpretation) eine große Rolle spielen, insbesondere durch die Erleichterung des Zugangs zu einer breiten Masse von Menschen. Andererseits sollte die Technologie, wie bereits erwähnt, nur als Werkzeug zur Aufwertung des Kulturerbes und nicht als Mittel an sich eingesetzt werden, es muss ein Gleichgewicht zwischen dem Digitalen und dem Analogen bestehen. Es muss ein Gleichgewicht zwischen dem Digitalen und dem Analogen geben. Digitale Initiativen müssen so umgesetzt werden, dass sie nicht überwältigend oder unzugänglich wirken, da Technologie nur als Werkzeug eingesetzt werden sollte, um das Verständnis der Menschen für einen bestimmten kulturellen Aspekt zu verbessern, und auch nur dann, wenn es nötig ist.

„Für mich ist das Digitale eher abstrakt und nicht sinnlich. Es mit realen Begegnungen und Objekten zu kombinieren, könnte aber spannend sein. Ich sehe die digitale Dimension als Chance, mehr Inhalte zu vermitteln / die Inhalte im Museum zu verdichten. Sie sollte aber behutsam eingesetzt werden, sonst kann sie zu einer Reizüberflutung im Museum führen. Sie erhöht das Tempo, senkt aber den Fokus auf die Inhalte."

(Kuratorin und Museumspädagogin, Deutschland)

"Technologie ist gut, aber andererseits glaube ich nicht, dass sie alles ist, wir haben auch Tablets und einige andere interaktive Werkzeuge, manchmal sind sie gut, um zu erklären, um den Leuten etwas zu zeigen, aber andererseits ist das Ziel nicht, dass jemand ins Museum kommt, sich auf einen Stuhl setzt und die ganze Zeit auf sein iPad schaut, das kann er auch zu Hause machen, also sollte das Museum etwas mehr als das geben, also sollte die Technologie nur ein Werkzeug sein, nicht ein Endprodukt."

(Direktor der Abteilung für Ausstellungen, Lernen und Kommunikation, Tschechische Republik)

Einige der Probleme, die von den Fachleuten identifiziert wurden, beziehen sich auf die Kluft zwischen den Generationen, wobei die älteren Generationen, die 50 Jahre und älter sind, über weniger digitale Kenntnisse verfügen als ihre jüngeren Kollegen. Unsere Befragten sind der Meinung, dass diese Fachleute geschult werden sollten, damit sie lernen, wie sie digitale Tools effizienter und effektiver nutzen können. Ein weiteres Problem sind veraltete Denkweisen und die mangelnde Bereitschaft, die Vorteile der Technologie zu erkennen und sie daher nicht in ihre Einrichtungen zu integrieren.

„Auch Innovation ist eine wichtige Fähigkeit. Gerade in Museen fehlt manchen Mitarbeitern die Fähigkeit, sich im Laufe ihrer Karriere ständig anzupassen und sie fühlen sich überfordert, wenn es um die Digitalisierung geht. Es ist wichtig, mit den sich ändernden Technologien und Trends in der Gesellschaft in Kontakt zu bleiben.""

(Trainee Heritage Management und PR, Deutschland)"

"Digitale Tools wie Anwendungen, Plattformen, Art Walks und Initiativen werden (wenn überhaupt) mit Skepsis betrachtet, was ihre Nutzung, Zugänglichkeit und ihr Durchdringungspotenzial angeht, zusammen mit dem Mangel an Ressourcen und Zeit, um sie richtig anzugehen. Das Hauptproblem ist meiner Meinung nach, dass die meisten Organisationen nicht wirklich die Notwendigkeit verspüren, (tatsächlich) digital zu werden, das Potenzial unterschätzen und ihre digitalen Überlegungen als "nice-to-have"-Elemente für die Jugend behandeln."

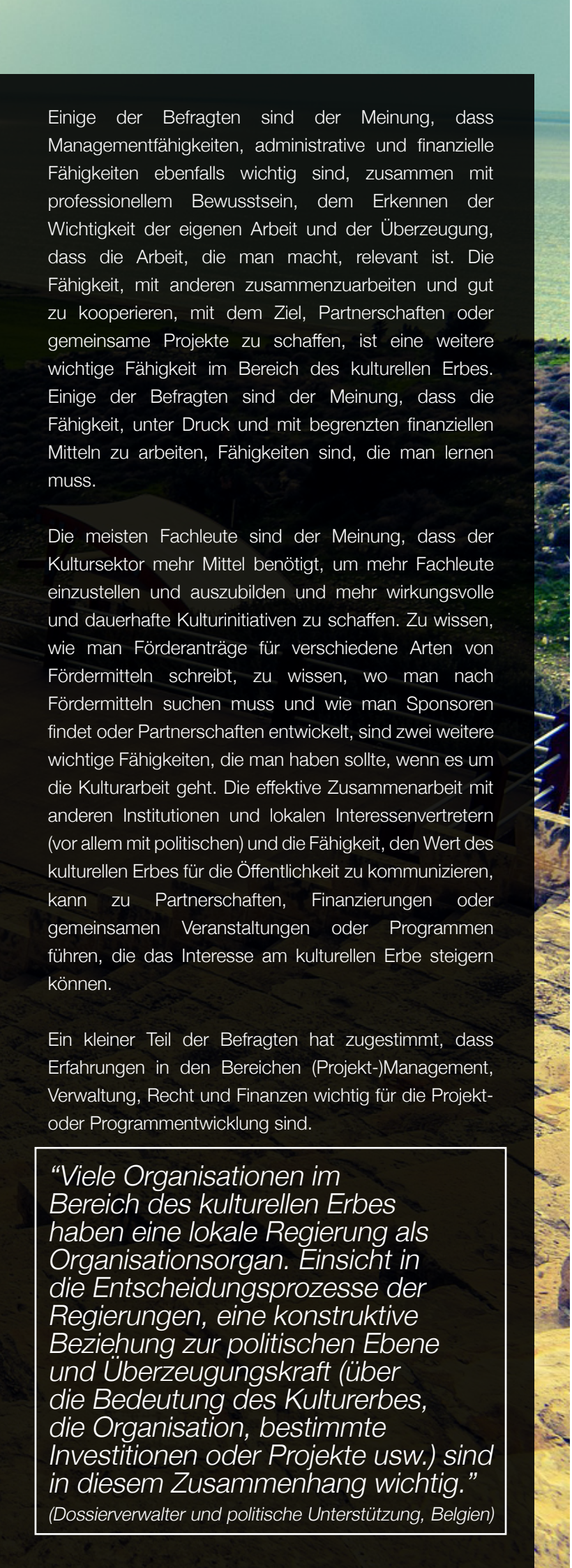
(Manager, Griechenland)

“Ich glaube, dass die Mehrheit der kleineren Organisationen mit dem Management ihres öffentlichen Images/Profils und der Förderung ihres kulturellen Angebots (Produkte und Dienstleistungen) kämpft. Sie versuchen ihr Bestes, indem sie grundlegende Kommunikationswege (wie PR, Pressemitteilungen, Newsletter und bis zu einem gewissen Grad Werbung über traditionelle und digitale Medien) beschreiten, jedoch auf eine eher begrenzte, passive und nicht inspirierende Weise. Dies wird auf eine Reihe von Faktoren zurückgeführt, die sich sowohl in ihrer finanziellen Unfähigkeit zeigen, größere und kreativere, zeitgemäße und phantasievolle Werbekampagnen in einem breiten Medienmix zu finanzieren, als auch in ihrem überraschenden Mangel an Fachwissen in den Bereichen Marketing, Kommunikation und digitales Medienmanagement insgesamt”

(Manager und Supervisor, Griechenland)

Einige analoge Beispiele für die Interpretation von Kulturerbe, die von den Befragten genannt wurden, sind: Führungen, Workshops und Aktivitäten für verschiedene Gruppen, Textdisplays, interaktive Studios für verschiedene Ausstellungen, Veranstaltungen. Einige digitale Beispiele sind interaktive Broschüren, interaktive Plasmabildschirme, Kurzfilme oder Dokumentationen, Online-Ausstellungen, digitale Archive, virtuelle Touren, Newsletter, Websites, soziale Medien, Audio-Guides, QR-Codes, Apps.

Einige Beispiele für die Werbung für das Kulturerbe, die von den Befragten genannt wurden, sind E-Mails, Newsletter, Broschüren, Bücher, Posts in den sozialen Medien (einige Institutionen haben zwei- oder dreisprachige Posts), Website (in mehreren Sprachen). Einige Befragte glauben, dass die Auslagerung der Werbeaspekte des Marketings an externe Agenturen oder ein Team, das sich ausschließlich mit diesen Aspekten befasst, das öffentliche Image der Kultureinrichtung verbessern würde.



Einige der Befragten sind der Meinung, dass Managementfähigkeiten, administrative und finanzielle Fähigkeiten ebenfalls wichtig sind, zusammen mit professionellem Bewusstsein, dem Erkennen der Wichtigkeit der eigenen Arbeit und der Überzeugung, dass die Arbeit, die man macht, relevant ist. Die Fähigkeit, mit anderen zusammenzuarbeiten und gut zu kooperieren, mit dem Ziel, Partnerschaften oder gemeinsame Projekte zu schaffen, ist eine weitere wichtige Fähigkeit im Bereich des kulturellen Erbes. Einige der Befragten sind der Meinung, dass die Fähigkeit, unter Druck und mit begrenzten finanziellen Mitteln zu arbeiten, Fähigkeiten sind, die man lernen muss.

Die meisten Fachleute sind der Meinung, dass der Kultursektor mehr Mittel benötigt, um mehr Fachleute einzustellen und auszubilden und mehr wirkungsvolle und dauerhafte Kulturinitiativen zu schaffen. Zu wissen, wie man Förderanträge für verschiedene Arten von Fördermitteln schreibt, zu wissen, wo man nach Fördermitteln suchen muss und wie man Sponsoren findet oder Partnerschaften entwickelt, sind zwei weitere wichtige Fähigkeiten, die man haben sollte, wenn es um die Kulturarbeit geht. Die effektive Zusammenarbeit mit anderen Institutionen und lokalen Interessenvertretern (vor allem mit politischen) und die Fähigkeit, den Wert des kulturellen Erbes für die Öffentlichkeit zu kommunizieren, kann zu Partnerschaften, Finanzierungen oder gemeinsamen Veranstaltungen oder Programmen führen, die das Interesse am kulturellen Erbe steigern können.

Ein kleiner Teil der Befragten hat zugestimmt, dass Erfahrungen in den Bereichen (Projekt-)Management, Verwaltung, Recht und Finanzen wichtig für die Projekt- oder Programmentwicklung sind.

“Viele Organisationen im Bereich des kulturellen Erbes haben eine lokale Regierung als Organisationsorgan. Einsicht in die Entscheidungsprozesse der Regierungen, eine konstruktive Beziehung zur politischen Ebene und Überzeugungskraft (über die Bedeutung des Kulturerbes, die Organisation, bestimmte Investitionen oder Projekte usw.) sind in diesem Zusammenhang wichtig.”
(Dossierverwalter und politische Unterstützung, Belgien)

„Wenn es um Fundraising und Sponsoring geht, muss man beachten, dass Sponsoren in einer sehr mächtigen Position sind, da sie wählen können, wen und welche Inhalte sie unterstützen. Hier müssen Personen, die im Bereich des kulturellen Erbes arbeiten, unbeirrt und selbstbewusst an den Projekten arbeiten, die sie als wichtig erachten, anstatt sich für die Option zu entscheiden, die am wahrscheinlichsten eine Finanzierung erhält. Schließlich ist die Überzeugungskraft entscheidend. Man muss in der Lage sein, gute Texte zu schreiben, um seine Themen auf die Tagesordnung zu bringen und Fördermittel zu bekommen.”
(Kuratorin und Museumspädagogin, Deutschland)

Kulturexperten sind der Meinung, dass Management- und Geschäftsfähigkeiten der Schlüssel sind und dass selbst ein grundlegender Einblick in die administrativen oder finanziellen Aspekte eines implementierten Projekts oder Programms bei der Nutzung des kulturellen Erbes sehr hilfreich ist.

„Management-Fähigkeiten sind sehr wichtig, denn wenn man ein neues Projekt umsetzen will, muss man wissen, wie man das Budget, die Zeit und die Leute verwaltet. Es ist wichtig, neue Fähigkeiten, neue Technologien mit dem Erbe zu kombinieren und manchmal mit neuen Wegen zu experimentieren, um einige Bildungs- oder Kulturinitiativen zu verwalten. Wenn man im kulturellen Bereich arbeitet, muss man wissen, wie man Projekte schreibt, wie man die Ziele aufbaut, wie man die Zielgruppe identifiziert, wie man die richtigen Wege wählt, um das Wissen oder die Informationen über das Projekt zu verbreiten, die Agenda des Projekts.”
(Leiter der Bildungsabteilung im Museum, Polen)

Führungsqualitäten und Aufgeschlossenheit sind wichtige Fähigkeiten für jemanden, der entweder ein Projekt oder eine Organisation leitet. Die regelmäßige Teilnahme von Fachleuten, Praktikanten, Freiwilligen oder der lokalen Gemeinde an Schulungen stärkt die Bindung zwischen Gesellschaft und Kulturerbe und erhöht das lokale Engagement.

"Um eine Verbesserung der Nutzung des kulturellen Erbes zu gewährleisten, halte ich es für entscheidend, nicht nur die Fachleute des Sektors, sondern auch die Mitglieder der Gemeinschaft auszubilden, so dass es möglich ist, ihnen sowohl Managementfähigkeiten als auch kuratorische Fähigkeiten zu vermitteln. Dies würde unweigerlich ein stärkeres Zugehörigkeitsgefühl und die Verbreitung des Konzepts mit sich bringen, dass die Gemeinschaft selbst der eigentliche Eigentümer des kulturellen Erbes ist und es daher bewahren, aufwerten und fördern sollte."

(Forscher an der Universität, Spanien)

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist es, ein Teamplayer zu sein, zu wissen, wie man ein Team leitet oder wie man Teil eines Teams ist. Ein großer Teil der Befragten ist der Meinung, dass Teamarbeit heutzutage ein wichtiger Aspekt bei der Nutzung des kulturellen Erbes ist, mit dem Anstieg der Inter-/Multidisziplinarität und dem Respekt vor der Expertise eines anderen in einem bestimmten Bereich, der Offenheit und dem Zuhören für neue Ideen, was zu besseren und erfolgreicheren Initiativen führen kann. Kulturelle Projekte, Programme und Initiativen werden von einem Team von Fachleuten entwickelt und durchgeführt, nicht von einer einzelnen Person, und folglich ist Teamarbeit wichtig, um auf ein gemeinsames Ziel hinzuarbeiten.

Einige innovative Fähigkeiten, die von Fachleuten vorgeschlagen wurden, beinhalten das Finden neuer, interessanter und ansprechender Wege, um anderen den Wert und die Bedeutung des Kulturerbes zu vermitteln. Als Konsequenz daraus liegt der Fokus auf der Ausbildung junger Menschen auf kreative Weise, um ihr Interesse und ihr zukünftiges Engagement für das Kulturerbe zu steigern. Eine weitere Fähigkeit, die von Vorteil sein könnte, ist die Rekrutierung von Freiwilligen oder neuen Mitgliedern in einer Institution und deren Motivation, langfristig an Programmen oder Aktivitäten teilzunehmen, was ein Gefühl der Beteiligung, ein Gefühl der Gemeinschaft schaffen könnte, das sie erkennen lässt, dass das Kulturerbe auch ihnen gehört.

"Ich glaube, die beste Definition von Erfolg im zeitgenössischen Kulturbereich liegt in der Stärke des kollaborativen Geistes, der Anerkennung der Notwendigkeit von multidisziplinärer Teamarbeit, dem Respekt vor Spezialisierung und der Bereitschaft/Fähigkeit, fest zu seinem unbestrittenen Know-how zu stehen, anderen Meinungen zuzuhören und offen zu sein für Bereiche, die über das eigene Fachgebiet hinausgehen."

(Manager und Supervisor, Griechenland)

Einige Fachleute haben die Bedeutung von Inter-/Multidisziplinarität im Bereich des Kulturerbes hervorgehoben. Auch hier sind digitale Fähigkeiten wichtig, vor allem die Bereitschaft, mit neuen Technologien zu experimentieren, die den Besuch eines bestimmten kulturellen Raums erlebnisreicher machen können (z. B. VR- und AR-Technologien). Indem sie die Notwendigkeit und Bedeutung der Digitalisierung verstehen, können Institutionen den Zugang zum Kulturerbe für verschiedene Menschen erleichtern. Andere Fähigkeiten betreffen Crowdfunding und Crowdsourcing zusammen mit Service Design und Guerilla Marketing, was nicht nur eine vielversprechende, sondern auch eine bezahlbare Strategie ist.

Einige der Fachleute haben erwähnt, dass die aktuelle Gesetzgebung in ihren Heimatländern eine Barriere für Kultur- und Kulturerbe-Institutionen oder -Initiativen darstellt und infolgedessen die Fähigkeit der Kulturschaffenden einschränkt, neue und innovative Fähigkeiten zu entwickeln.

ERWARTUNGEN AN EIN TRAININGSPROGRAMM IM BEREICH DES KULTURERBES

Ein breites Spektrum an Themen wurde als interessant oder nützlich für jemanden, der im Kulturerbe-Sektor tätig ist, angesehen. Die meisten Fachleute wünschen sich mehr Schulungen in den Bereichen Management (Führungsqualitäten, Fähigkeiten im Umgang mit Menschen), Fundraising (wo man nach Finanzmitteln sucht, wie man Geldgeber gewinnt, wie man Sponsoren findet), Kurse für Kuratoren (Gestaltung von freundlichen und lehrreichen Ausstellungen, internationales Kuratieren, Kuratieren für verschiedene Arten von Menschen, Verwaltung von öffentlichen Sammlungen), digitale Fähigkeiten (Digitalisierung, Datenmanagement, Marketing, IKT-Optionen und ihre Anwendungen im Bereich des Kulturerbes, digitales Geschichtenerzählen, digitale und partizipatorische Projekte), Zusammenarbeit und Lobbyarbeit für Entscheidungsträger (Zusammenarbeit zwischen kleinen und großen Kultureinrichtungen, Politikern, verschiedenen Interessenvertretern), Engagement für die Gemeinschaft (Ansprache bestimmter Zielgruppen, Gewinnung von Freiwilligen).

Wenn es um die Art des Programms geht, würden die meisten Fachleute ein Training in Form von Workshops/Seminaren, praktischem Training, Fallstudien und Austausch mit Experten über verschiedene Strategien, Entwicklung von Projekten in kleinen Gruppen bevorzugen. Nur sehr wenige der Befragten würden an einem reinen E-Learning-Training teilnehmen, da die meisten der Meinung sind, dass Online-Lernen nicht so effizient ist wie der direkte Kontakt. Kombiniertes Lernen wäre die ideale Wahl, wobei E-Learning als Unterstützung für die Workshops/Seminare dienen würde.

Da die meisten Fachleute eine Schulung in Form von Workshops oder Seminaren bevorzugen würden, reicht die ideale Dauer von ein paar Stunden pro Tag bis zu ein paar Wochen. Ein kleiner Teil der Befragten wäre bereit, an monatelangen Schulungen teilzunehmen, aber die Mehrheit ist der Ansicht, dass ein paar Tage ideal wären, um bereits vorhandene Fähigkeiten zu verbessern, und ein paar Tage im Laufe einiger Wochen wären ideal, um etwas Neues zu lernen. Für ein paar der Befragten gibt es keine Einschränkungen, wenn es um die Dauer der Schulung geht, und einige haben vorgeschlagen, dass eine reine E-Learning-Schulung über Monate hinweg durchgeführt werden könnte.

Was den Ort der Schulung betrifft, würden die Fachleute eine lokale oder nationale Schulung in ihren Heimatländern bevorzugen, an Orten, die die Schulungserfahrung verbessern würden, wobei einige der Meinung sind, dass eine internationale Schulung attraktiver, aber automatisch teurer wäre. Einige Fachleute sind der Meinung, dass die Trainer bereit sein sollten, an verschiedene Orte zu ziehen.
Auch wenn nur sehr wenige der befragten Fachleute auf die Frage nach den Kosten einer solchen Schulung geantwortet haben, würden diese vor allem von der Dauer der Schulung, der Art des Programms, den zur Verfügung gestellten Materialien oder dem Prestige und der Erfahrung der Einrichtung, die die Schulung anbietet, abhängen. So würden die Kosten für ein kurzes Training von ein oder zwei Tagen weniger als 50 Euro betragen, für ein Training, das über mehrere Wochen an einigen Tagen in der Woche stattfindet, lägen die Kosten zwischen 100 - 300 Euro und für ein Training, das über einige Monate bis zu einem Jahr an einigen Tagen in der Woche stattfindet, würden die Kosten zwischen 400 - 1500 Euro liegen. Ein Teil der Befragten würde erwarten, dass ihr Arbeitgeber die Kosten für die Schulungen übernimmt, einige schlugen vor, in Raten zu zahlen oder Gutscheine nutzen zu können.

Die Zertifizierung war der Aspekt des Schulungsprogramms, über den am wenigsten gesprochen wurde, aber aus den erhaltenen Antworten geht hervor, dass die Meinungen geteilt sind. Einige Fachleute sind der Meinung, dass eine Zertifizierung nicht benötigt wird, entweder wegen ihres kurzfristigen Wertes, oder weil das durch die Schulung erworbene Wissen wichtiger ist als eine Zertifizierung; andere Fachleute halten eine Zertifizierung, wenn auch nicht für wesentlich, für eine nette Sache, die man haben sollte, weil sie die eigenen Chancen auf dem Markt erhöhen könnte. Ein wichtiger Punkt ist, dass eine Zertifizierung von einer zuständigen Behörde lizenziert werden müsste.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Zunächst einmal ist festzuhalten, dass alle befragten Fachleute der Meinung sind, dass alle angesprochenen Fähigkeiten miteinander verknüpft sind und daher jeder Kulturschaffende zumindest über einige von ihnen verfügen sollte, um eine gute Arbeit leisten zu können.

Die wichtigste Fähigkeit, über die alle Fachleute sprachen, ist die Kommunikation. In der Lage zu sein, mit Menschen so zu kommunizieren, dass sie eine bestimmte Sache verstehen, angefangen beim Publikum, über Gemeinden, lokale Interessenvertreter bis hin zu zukünftigen Partnern oder Sponsoren, ist eine der ersten Fähigkeiten, die benötigt wird und aus der sich viele andere Fähigkeiten ergeben: die Fähigkeit, effektiv mit anderen zusammenzuarbeiten, die Gemeinde einzubinden und zu involvieren, in der Lage zu sein, Gelder zu beschaffen, Überzeugungskraft, Marketing und Managementfähigkeiten.

Weitere wichtige Fähigkeiten sind die Fähigkeit, Kooperationsprogramme zwischen verschiedenen Institutionen zu erstellen oder daran teilzunehmen, um das Bewusstsein und das Interesse am Kulturerbe zu steigern. Die Einbindung und das Engagement der Gemeinschaft sind extrem wichtig. Durch die Entwicklung von partizipativen Prozessen, die verschiedene Gruppen einbeziehen, wird die Bindung zwischen der Gemeinschaft und dem Kulturerbe geschaffen oder gestärkt. Fundraising-Fähigkeiten können sich immer positiv auf die Institution auswirken, daher ist es wichtig, dass man in der Lage ist, Förderanträge zu schreiben und zu wissen, wo und wie man Fördermittel findet. Die Fähigkeit, effizient mit verschiedenen Interessenvertretern zusammenzuarbeiten, vor allem mit politischen, könnte zu zukünftigen Partnerschaften, Finanzierungen, Sponsoring oder gemeinsamen Veranstaltungen führen, die das Interesse am kulturellen Erbe steigern könnten. Bei der Nutzung des kulturellen Erbes sind Management-, Geschäfts- oder Führungsfähigkeiten wichtig, um ein Projekt oder ein Team erfolgreich zu leiten. Teamfähigkeit und das Wissen, wie man in einem Team arbeitet, sind extrem wichtig. Kreativität und Aufgeschlossenheit werden als wichtige Fähigkeiten angesehen, besonders bei der Interpretation des kulturellen Erbes. Digital- und Medienkompetenz sind in allen Aspekten der Kulturerbe-Arbeit wichtig, da die digitale Umgebung ein wichtiger Teil der Kulturerbe-Arbeit ist. Daher sollten Kulturschaffende zumindest ein grundlegendes Verständnis für verschiedene Technologien haben und bereit sein, zu experimentieren und mit den aktuellen technologischen Trends oder Ideen auf dem Laufenden zu sein. Es gibt Lücken bei den digitalen Kompetenzen, vor allem bei den älteren Generationen, aber deren Schulung würde sich höchstwahrscheinlich positiv auswirken. Veraltete Denkweisen und eine mangelnde Bereitschaft, die Vorteile der digitalen Umgebung zu erkennen, ist ein weiteres Problem, das von Fachleuten identifiziert wurde.

Innovation ist im Bereich des Kulturerbes von entscheidender Bedeutung, daher ist es eine wichtige Fähigkeit, immer den aktuellen Trends zu folgen und immer neue, interessante und ansprechende Wege zu finden, um anderen den Wert des Kulturerbes zu vermitteln. Der Fokus sollte daher auf der Ausbildung junger Menschen, der Rekrutierung von Freiwilligen und neuen Mitarbeitern liegen, um ein Gefühl von Engagement und Gemeinschaft zu schaffen. Inter-/Multidisziplinarität, digitale Fähigkeiten, das Experimentieren mit neuen Technologien, Crowdfunding und Crowdsourcing, Service Design oder Guerilla Marketing sind weitere innovative Fähigkeiten, von denen der Kulturerbebereich profitieren könnte.

Wenn es um die Erwartungen der Fachleute an ein Trainingsprogramm geht, wünschen sich die meisten von ihnen mehr Training in den Bereichen Management, Fundraising, Kuratorenkurse, digitale Fähigkeiten, Zusammenarbeit und Lobbyarbeit, die sich an Entscheidungsträger und Engagement in der Gemeinschaft richten. Die meisten von ihnen würden es vorziehen, an kurzen Trainingsprogrammen wie Workshops oder Seminaren teilzunehmen, die entweder ein oder zwei Tage oder ein paar Tage pro Woche über mehrere Wochen dauern. Ein kleiner Teil der Fachleute würde an einer reinen E-Learning-Schulung teilnehmen, aber die meisten sind der Meinung, dass kombiniertes Lernen (Workshops / Seminare plus E-Learning) ideal wäre. Der ideale Ort für das Training wäre in ihrem Heimatland, obwohl sie auch an einem internationalen Training, außerhalb ihres Landes, teilnehmen würden. Einige Fachleute sind der Meinung, dass die Trainer bereit sein sollten, an verschiedene Standorte zu wechseln. Die Frage nach den Kosten und der Zertifizierung eines solchen Trainings beantworteten nur sehr wenige der Befragten, aber die Kosten würden von der Dauer des Trainings, der Art des Programms und der Erfahrung der Institution, die das Training anbietet, abhängen. Die Kosten reichen von weniger als 50 Euro bis zu maximal 1500 Euro. Einige der Fachleute würden erwarten, dass ihr Arbeitgeber die Kosten für die Ausbildung übernimmt, andere schlagen die Verwendung von Gutscheinen vor. Die Meinungen sind geteilt, wenn es um die Zertifizierung geht, einige der Fachleute sind der Meinung, dass eine Zertifizierung nicht notwendig ist, andere halten sie für notwendig.



AKTUELLER WIRTSCHAFTLICHER/ SOZIALER BEITRAG DES KULTURELLEN ERBES IN GANZ EUROPA



ANALYSE DES TRENDS DES WIRTSCHAFTLICHEN/SOZIALEN BEITRAGS DES KULTURELLEN ERBES IN GANZ EUROPA

Kontext

Der Kultur- und Kreativsektor (CCS) hat eine zunehmende Bedeutung erlangt, nicht nur als Anbieter von Kultur, sondern auch für die Generierung von Mehrwert, der eine höhere Anzahl von Arbeitsplätzen und gute Perspektiven für unternehmerische Initiativen bietet, insbesondere für die junge Bevölkerung. Aufgrund der zunehmenden sozialen und wirtschaftlichen Bedeutung haben die Entscheidungsträger in ganz Europa damit begonnen, verschiedene Strategien und Richtlinien zu entwerfen, um ein geeignetes Umfeld für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zu schaffen, ihr Potenzial zu steigern und ihren Beitrag zur nationalen Wirtschaft zu erhöhen.

Obwohl im Bereich der Ausarbeitung von Politiken und Strategien Fortschritte zu verzeichnen sind, besteht immer noch Bedarf an einem systematischen und kohärenten Ansatz, um keine Verwirrung und konzeptionelle und methodische Schwierigkeiten zu schaffen. Es besteht also immer noch die Notwendigkeit, die Rolle dieser Sektoren klarer zu erklären, wer sie sind und welche Politiken, Strategien und Finanzierungen für sie am besten geeignet sind.

Es ist erwähnenswert, dass die GSS weltweit 1 % der arbeitenden Bevölkerung registrieren, die sich hauptsächlich mit Aktivitäten in den Bereichen bildende Kunst, Buchindustrie und Musik beschäftigen, und den größten Markt im asiatisch-pazifischen Raum finden (33 % des Umsatzes), dicht gefolgt von Europa (32 %) und den USA (28 %). Es gibt mehrere Statistiken, die die wichtige Rolle solcher Aktivitäten in der Wirtschaft widerspiegeln: sei es durch ihren Anteil an der wirtschaftlichen Aktivität im Allgemeinen, durch ihren qualitativen Beitrag zum Wirtschaftswachstum oder durch ihre Rolle bei der Verbesserung der Wettbewerbsvorteile. In der Europäischen Union beispielsweise machen die CCS 3,3 % des BIP und 3 % der Gesamtbeschäftigung aus; diese Art der Spezialisierung erklärt etwa 50 % der Varianz des Pro-Kopf-BIP. Private Unternehmen, die das Doppelte des Durchschnittsbetrags für kreative Inputs ausgeben, führen mit 25 % höherer Wahrscheinlichkeit Produktinnovationen ein[2].

[2] *White Paper - Unlocking the Economic Potential of the Cultural and Creative Sectors in Romania, C. Croitoru, V. Cojan, A. Becut, D. Mucica, 2017.*

Wichtig ist auch die Entwicklung des internationalen Handels mit kulturellen Gütern und Dienstleistungen. Laut der Eurostat-Datenbank3 stieg beispielsweise der internationale Handel der EU28 mit kulturellen Dienstleistungen von 2.951,9 Mio. € im Jahr 2010 auf 7.797,3 Mio. € im Jahr 2017, d. h. um 164 %. Im gleichen Zeitraum stiegen die Extra-EU28-Importe von Kulturgütern um 16,2 %, während die Extra-EU28-Exporte um 54,6 % zunahmen, was die zunehmende Bedeutung von CCS-Aktivitäten auf internationaler Ebene zeigt. Die Handelsbilanz von Kulturgütern verzeichnete im Jahr 2017 einen positiven Wert von 8.574,6 Mio. € und trug somit zur Gesamthandelsbilanz der Europäischen Union bei.

Die oben genannten Aspekte gelten auch für das kulturelle Erbe, das ebenfalls eine zunehmende Bedeutung erlangt hat und bessere Ansätze in Bezug auf die Ausarbeitung von Politiken und Strategien benötigt. Das kulturelle Erbe weist jedoch einige Besonderheiten innerhalb der CCS auf, da dieser Teilsektor eine Mischung aus Aktivitäten öffentlicher und privater Einrichtungen darstellt und daher grundsätzlich einen besonderen Ansatz und Sorgfalt bei der Erhebung statistischer Daten erfordert.

Daten und Methodik

Laut ESSnet-Kultur, Abschlussbericht, 2012, wurden die folgenden zehn Sektoren von Kultur- und Kreativsektoren definiert:

- Erbe
- Archiv
- Bibliotheken
- Buch & Presse
- Bildende Kunst
- Darstellende Kunst
- Audiovisuell & Multimedia
- Architektur
- Werbung
- Kunsthandwerk

Der kulturelle Bereich des Kulturerbes besteht aus Museen, historischen Orten und archäologischen Stätten. Er umfasst die Aktivitäten, die in der Herstellung, Verbreitung und Erhaltung des Erbes bestehen, sowie die damit verbundenen Aktivitäten der Bildung und des Managements/Regelung. Diese umfassen hauptsächlich die folgenden Aktivitäten:

- Aktivitäten der Produktion für die Pflege von Sammlungen für Museen und die Anerkennung der historischen Eigenschaft von Orten (Denkmäler, Orte oder Gebäude).
- Die Bewahrungsaktivitäten sind lebenswichtig für das Erbe, dessen Ziel es ist, für die Weitergabe und Verbreitung zu bewahren.
- Die interdisziplinären Aktivitäten der Bildung (die das Schaffen ermöglicht und sensibel für kulturelle Aktivitäten ist) und der Verwaltung sowie die Finanzierungsaktivitäten sind die unterstützenden Aktivitäten, die mit allen sektoralen Bereichen verbunden sind. Die partizipative Seite (soziale Beteiligung und kulturelle Praktiken) stellt das Endziel für jeden kulturellen Inhalt dar.

Zur Messung des sozialen und wirtschaftlichen Beitrags des Kulturerbes wurden die folgenden vierstelligen Codes der NACE Rev. 2 verwendet.

NACE REV. 2	
9102	Die Klasse umfasst den Betrieb von Museen aller Art: - Kunstmuseen, Museen für Schmuck, Möbel, Kostüme, Keramik, Silberwaren; - Naturhistorische, naturwissenschaftliche und technische Museen, historische Museen, einschließlich Militärmuseen; - Andere spezialisierte Museen; - Freilichtmuseen.
9103	Die Klasse umfasst den Betrieb und die Erhaltung von historischen Stätten und Gebäuden.
9104	Die Klasse umfasst den Betrieb von zoologischen Gärten und Naturschutzgebieten.

[2] https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do

Ziel dieser Studie war es, die folgenden wirtschaftlichen und sozialen Indikatoren in Bezug auf das kulturelle Erbe für den Zeitraum von drei Jahren, 2015-2017, zu untersuchen:

- Entwicklung des Umsatzes;
- Entwicklung der Beschäftigung;
- Gewinnentwicklung;
- Entwicklung der Arbeitsproduktivität;
- Anzahl der Unternehmen;
- Bruttoinlandsprodukt (BIP) oder Bruttowertschöpfung (BWS), je nachdem, was verfügbar war.

Für die aktuelle Analyse wurden die folgenden Daten- und Informationsquellen verwendet:

- Eurostat-Datenbank für Kultur, als Hauptdatenquelle;
- Daten, die von den Partnern des Konsortiums auf ihrer nationalen Ebene gesammelt wurden, um die in der Eurostat-Datenbank fehlenden Informationen zu ergänzen.

Leider war das Hauptproblem bei dieser Analyse die Knappheit der für das kulturelle Erbe benötigten Daten. Von den sechs oben genannten Indikatoren bietet Eurostat nur Daten für den Indikator "Beschäftigung" an. Selbst in diesem Fall decken die Daten nicht nur die drei in der Definition verwendeten NACE-Codes ab, sondern beziehen sich auch auf andere Tätigkeiten. Der Eurostat-Indikator heißt "Bibliotheken, Archive, Museen und andere kulturelle Aktivitäten". Hierfür gibt es zwei mögliche Erklärungen: i) der Umfang der Tätigkeiten in privaten Einrichtungen ist gering, da der größte Anteil im öffentlichen Sektor zu verzeichnen ist, und ii) Schwierigkeiten bei der Erhebung geeigneter Daten aus den einzelnen Ländern.

Das statistische Konzept der Beschäftigung im Kulturbereich ist von der Methodik abgeleitet, die das Netzwerk für Kultur des Europäischen Statistischen Systems (ESS) im Abschlussbericht ESSnet-Culture (2012) vorgeschlagen hat:

- Mitglied der Belegschaft, das einen Kulturberuf ausübt und im Kulturbereich arbeitet;
- Mitglied der Belegschaft, das einen kulturellen Beruf außerhalb des Kultursektors ausübt (z. B. ein Designer, der in einer Fertigungsindustrie wie der Textil- oder Automobilbranche arbeitet);
- Mitglied der Belegschaft, das einen nicht-kulturellen Beruf im Kultursektor ausübt.

Bei der Untersuchung der Eurostat-Datenbank wurde ein weiterer Indikator ausgewählt, der mit dem kulturellen Erbe zusammenhängt, nämlich die durchschnittlichen Konsumausgaben der privaten Haushalte für kulturelle Güter und Dienstleistungen nach COICOP-Konsumzweck. Die Daten sind für zwei Jahre, 2010 und 2015, verfügbar. Die im Abschnitt "Kulturelle Ausgaben" enthaltenen Statistiken umfassen die Daten, die aus zwei verschiedenen Quellen stammen: Haushaltsbudgeterhebung (HBS) und Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (HVPI). Daher hängen der Erfassungsbereich und die Periodizität der Statistiken in diesem Abschnitt von diesen primären Datenquellen ab.

In der Kulturstatistik können die Ausgaben von Einzelpersonen und Haushalten für kulturelle Güter und Dienstleistungen als Proxy für die Beteiligung an der Kultur betrachtet werden; Daten über private Ausgaben sind der Schlüssel zur Vervollständigung der Analyse von Daten aus anderen Quellen (z. B. spezielle Erhebungen zur kulturellen Beteiligung wie das EU-SILC-Ad-hoc-Modul zur sozialen und kulturellen Beteiligung).

Ergebnisse

Beschäftigung im Bereich Kulturerbe

Die Beschäftigung im Bereich des kulturellen Erbes wird für den Zeitraum 2011-2017 mit Daten von Eurostat dargestellt.

Das *Kulturerbe beschäftigte* im Jahr 2018 634 Tausend Menschen, fast 35 Tausend mehr als im Jahr 2011. Auch wenn es nicht spektakulär ist, ist dies ein Wachstum von 5,5 %, was bedeutet, dass das Kulturerbe nicht nur in der Lage war, Arbeitsplätze zu erhalten, sondern auch auf lange Sicht neue zu schaffen.

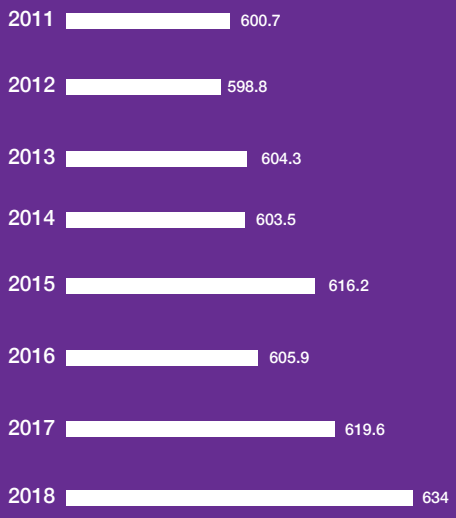
Die höchste Anzahl von Mitarbeitern im Jahr 2018 wird im Vereinigten Königreich (102,1 Tausend Personen), Frankreich (71,2 Tausend Personen), Polen (69,9 Tausend Personen) und Deutschland (59,5 Tausend Personen) verzeichnet. Dies erklärt sich aus dem hohen historischen Erbe dieser Länder und dem Vorhandensein einer hohen Anzahl von Museen und anderen Denkmalschutzzielen. Die drei Länder machen 47,7 % der gesamten Beschäftigung im Bereich Kulturerbe aus, über 300 Tausend Personen im Jahr 2018. Der Wachstumsrhythmus über das analysierte Intervall für diese Länder war 2,4%.

Land/ZEIT	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Europäische Union - 28 Länder	**600.7**	**598.8**	**604.3**	**603.5**	**616.2**	**605.9**	**619.6**	**634**
Belgien	16	15.7	13	14.4	15.3	16.1	15,7	16,6
Bulgarien	8.9	8.2	7.7	8.9	9.5	9.4	8.5	9.5
Tschechische Republik	19.4	21.9	26	22.1	18.7	24.1	22.7	24.2
Dänemark	16.3	19.3	19.3	18.8	18.5	18.6	18.5	18
Deutschland	70.4	63.9	69.6	60.6	66.1	61.5	62.6	59.5
Estland	5.7	6	6.3	5.2	4.3	5.1	5	5.3
Irland	3.9	3.8	4.1	4.5	5.4	5.1	5.3	5.6
Griechenland	7.7	6.7	6.5	7.5	5.4	7.3	7	6.7
Spanien	39	34.5	33.7	38.2	41	34.8	37.5	44.2
Frankreich	61.5	57.2	69.1	65.2	60.9	59.1	62.6	71.2
Kroatien	7.5	8	5.9	6.4	4.9	5.1	7.1	8.4
Italien	42.6	50.4	52.4	55.5	56.4	56.2	51.5	47.5
Zypern	0.8	1	0.6	0.5	0.8	0.6	0.8	0.6
Lettland	4.9	6.1	5.4	6.3	5.9	8.3	6.1	4.9
Litauen	7.4	7.7	8.3	10.2	10.3	9.4	10.7	10.8
Luxemburg	0.9	0.7	0.8	0.5	:	0.9	0.5	1.3
Ungarn	17.7	18.2	14.7	16.2	19.9	23.7	19.7	18.8
Malta	0.4	0.7	0.5	0.7	0.6	0.7	0.8	0.8
Niederlande	28.4	27.8	22.8	23	24.3	23.9	22.6	22.6
Österreich	11.5	11.9	7.9	9.8	9.3	9.3	11.4	13.1
Polen	56	57.5	61.9	60	64.3	60.4	61	69.9
Portugal	10.7	11.3	8.8	12.1	12.4	11.6	11.3	12.5
Rumänien	11.7	11.8	9.2	8.6	9.3	11.9	14.5	9.8
Slowenien	5.9	5.1	5.2	5.2	4.7	3.9	4.3	4
Slowakei	4.7	5.8	6.6	7.1	7	5.3	8.1	9.2
Finnland	13.2	12.3	10.7	12.4	10.8	12	12	11.9
Schweden	20.1	19.7	20.7	21.7	20.6	22.7	24.8	24.8
Vereinigtes Königreich	107.6	105.8	106.6	102.1	109.2	99	107	102.1
Island	0.7	1.1	1	1	0.8	1	1.2	1
Norwegen	10.7	10	8.6	8.4	8.3	8.7	8.4	8.2
Schweiz	13.3	11.4	15.4	16.4	19.1	16.7	17.7	16.9
Montenegro	:	:	:	:	:	1.3	:	:
Nord-Mazedonien	1	1.9	2.3	1.6	1.3	1.8	2.4	1.1
Serbien	4.4	9.1	6.9	7.7	7.2	6.6	6.7	5.8
Türkei	6.2	8.6	11.5	9	10	15.1	17	19.7

Quelle: Eurostat-Datenbank

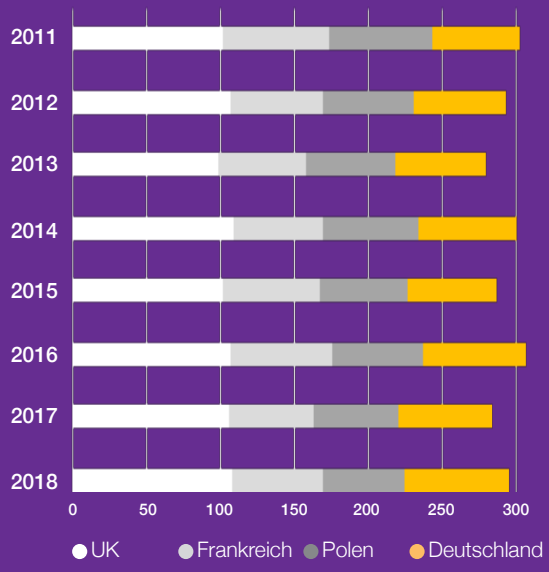


GRAFIK 50. *EU28 - Beschäftigung im Bereich Kulturerbe (Tausend Personen)*



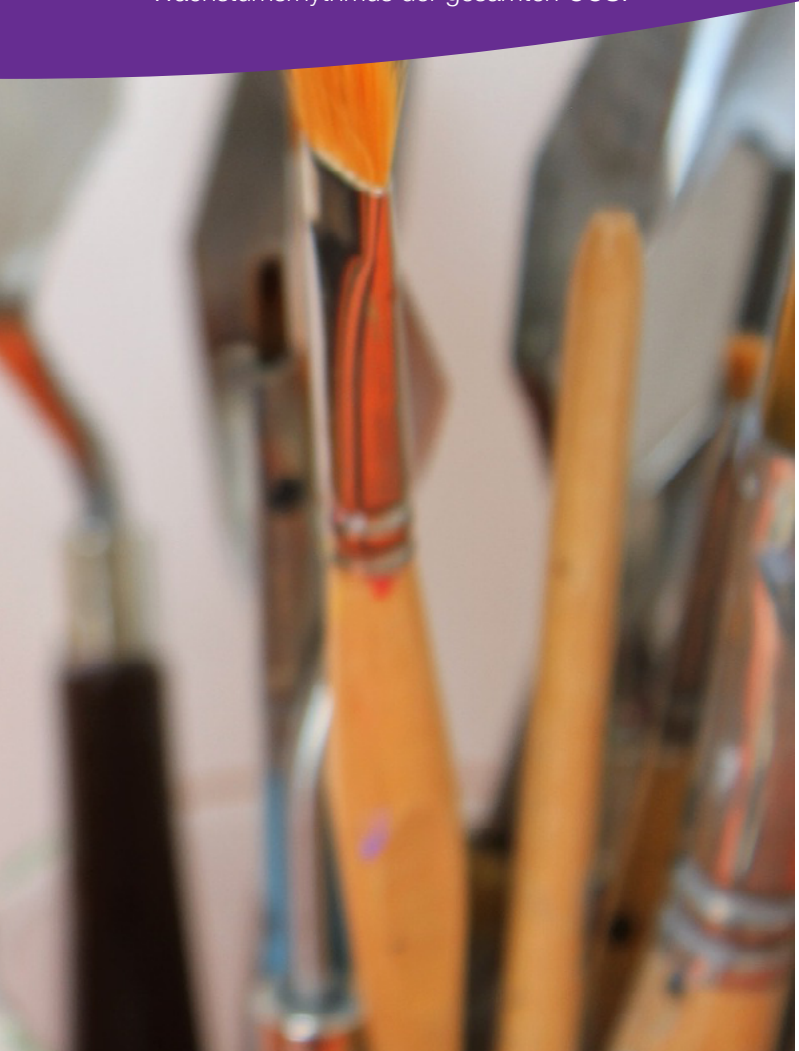
Quelle: Eurostat-Datenbank

GRAFIK 51. *Beschäftigung im Kulturerbe in Großbritannien, Frankreich, Polen und Deutschland (in Tausend Personen)*

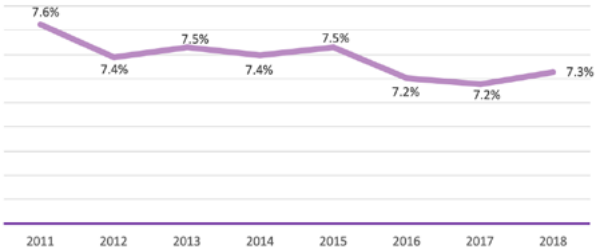


Quelle: Eurostat-Datenbank

Dass der Anteil der Heritage-Beschäftigung nicht stark schwankte, d. h. zwischen 7,2 % und 7,6 %, was bedeutet, dass er über den gesamten Zeithorizont der Analyse mit der Gesamtentwicklung der CCS Schritt hielt. Das Erbe verzeichnete einen Rückgang im Jahr 2016, stieg dann aber wieder auf 102 % an und überschnitt sich mit dem jährlichen Wachstumsrhythmus der gesamten CCS.

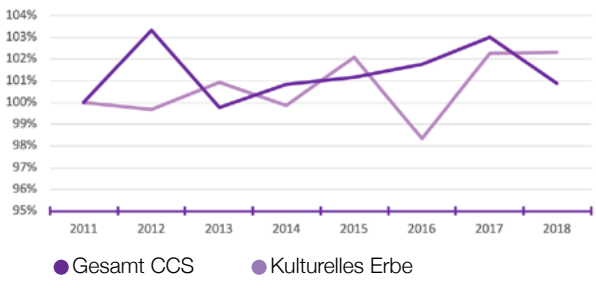


GRAFIK 52. *Anteil des Kulturerbes an den gesamten CCSs (%)*



Quelle: Eurostat-Datenbank

GRAFIK 53. *Änderung Rhythmen CCS und Erbe (%)*



Quelle: Eurostat-Datenbank

Ausgaben der Haushalte für Kulturerbe

Die Haushaltsausgaben werden als mittlere Konsumausgaben der privaten Haushalte für kulturelle Güter und Dienstleistungen nach COICOP-Konsumzweck ausgedrückt. Die Daten sind für 2010 und 2015 dargestellt.

Die Ergebnisse in der folgenden Tabelle zeigen einen geringen Verbrauch für ***Kulturerbe*** sowohl in absoluten Zahlen als auch als Anteil am Gesamtverbrauch von CCS. Dies könnte auch auf die Schwierigkeiten bei der Datenerfassung und den Mangel an Studien über den sozialen und wirtschaftlichen Beitrag des *Kulturerbes zurückzuführen sein*. Anhand der Daten von Eurostat können wir einen Anstieg des Konsums von *Kulturerbe* in absoluten und relativen Zahlen feststellen, d. h. einen Anstieg von 1,2 % im Jahr 2010 auf 2,0 % im Jahr 2015. Der zusätzliche Konsum der Haushalte in der EU28 zeigt ein Wachstum von 269,5 €/Haushalt im Jahr 2010 auf 370,0 €/Haushalt im Jahr 2015, d.h. einen Anstieg von über 37%.

	2010			2015		
GEO/COICOP	**Gesamt CCS**	**Erbe**	**%**	**Gesamt CCS**	**Erbe**	**%**
Belgien	1,171.2	41.9	3.6%	904.6	29.8	3.3%
Bulgarien	155.7	0.5	0.3%	205.7	1.3	0.6%
Tschechische Republik	614.7	18.5	3.0%	570.5	27.8	4.9%
Dänemark	1,592.7	19.5	1.2%	:	:	:
Deutschland	1,188.4	14.1	1.2%	1,274.5	15.9	1.2%
Estland	380.3	3.4	0.9%	536.6	14.1	2.6%
Irland	1,620.4	12.3	0.8%	1,012.4	12.9	1.3%
Griechenland	555.2	0.7	0.1%	502.3	1.4	0.3%
Spanien	883.7	7.9	0.9%	677.3	11.9	1.8%
Frankreich	1,000.8	14.6	1.5%	:	:	:
Kroatien	498.8	1.6	0.3%	589.8	7.6	1.3%
Italien	761.1	19.3	2.5%	583.4	17.8	3.1%
Zypern	1,085.4	5.9	0.5%	617.6	13.3	2.2%
Lettland	369.4	4.1	1.1%	408.6	8.3	2.0%
Litauen	310.7	8.7	2.8%	433.0	1.3	0.3%
Luxemburg	1,097.7	0.0	0.0%	1,044.0	3.7	0.4%
Ungarn	467.5	4.6	1.0%	359.8	2.5	0.7%
Malta	1,069.2	2.2	0.2%	913.3	7.6	0.8%
Niederlande	:	:	:	952.8	70.5	7.4%
Österreich	1,568.8	19.9	1.3%	1,214.6	24.3	2.0%
Polen	670.8	3.1	0.5%	472.4	5.5	1.2%
Portugal	697.7	8.3	1.2%	487.8	7.0	1.4%
Rumänien	201.5	0.4	0.2%	211.8	1.4	0.7%
Slowenien	913.4	4.6	0.5%	786.8	16.2	2.1%
Slowakei	442.7	2.1	0.5%	556.5	10.1	1.8%
Finnland	1,147.6	12.2	1.1%	892.1	10.6	1.2%
Schweden	1,377.8	8.9	0.6%	1,434.9	10.8	0.8%
Vereinigtes Königreich	1,226.9	30.2	2.5%	1,158.0	36.4	3.1%
GESAMT EU28	**23,070.1**	**269.5**	**1.2%**	**18,801.1**	**370.0**	**2.0%**

Quelle: Eurostat-Datenbank

Der durchschnittliche Haushaltsverbrauch im Jahr 2015 ist in Abbildung 54 dargestellt. Der höchste Verbrauch wurde in den Niederlanden mit 70,5 €/Haushalt/Monat verzeichnet, was als hervorragendes Ergebnis angesehen werden kann. An der untersten Grenze befindet sich Litauen mit nur 1,3 €/Haushalt/Jahr. Der durchschnittliche Verbrauch der EU28 liegt bei 14,2 €/Haushalt/Monat. Man kann feststellen, dass westeuropäische Länder im Allgemeinen einen höheren Verbrauch haben als osteuropäische Länder, was auch auf den höheren Haushaltsbudgets für die erste Kategorie beruht.

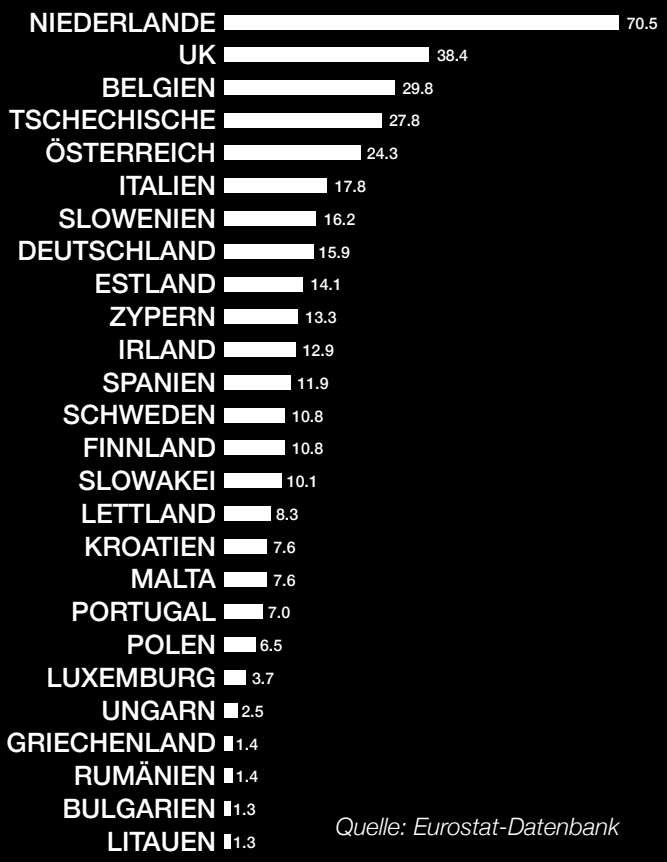
Die Grafik 55 zeigt den Anteil des Konsums von Kulturgütern an den gesamten CCS für 2010 und 2015 und ermöglicht Vergleiche zwischen den Ländern für die beiden Jahre. Dänemark und Frankreich wurden ausgeschlossen, da für sie keine Daten für 2015 vorliegen. Es fällt auch auf, dass für die Niederlande im Jahr 2010 keine Daten vorliegen. Da das Land jedoch den höchsten Verbrauch (7,4 %) aufweist, wurde es in die Grafik aufgenommen. Der durchschnittliche EU-Verbrauch stieg von 1,2 % im Jahr 2010 auf 2,0 % im Jahr 2015, wie bereits dargestellt.

Die Tschechische Republik weist für beide Jahre bemerkenswerte Ergebnisse auf, insbesondere im Jahr 2015, als sie das Niveau von fast 5 % erreicht. Belgien und das Vereinigte Königreich verzeichnen für beide Jahre hohe Anteile und stimmen mit den in absoluten Zahlen registrierten Werten überein. Auf der anderen Seite verzeichnete der Verbrauch in Litauen einen erheblichen Rückgang von 2,8 % im Jahr 2010 auf nur 0,3 % im Jahr 2015, was ebenfalls mit den absoluten Ergebnissen übereinstimmt.

FALLSTUDIEN FÜR PARTNERLÄNDER

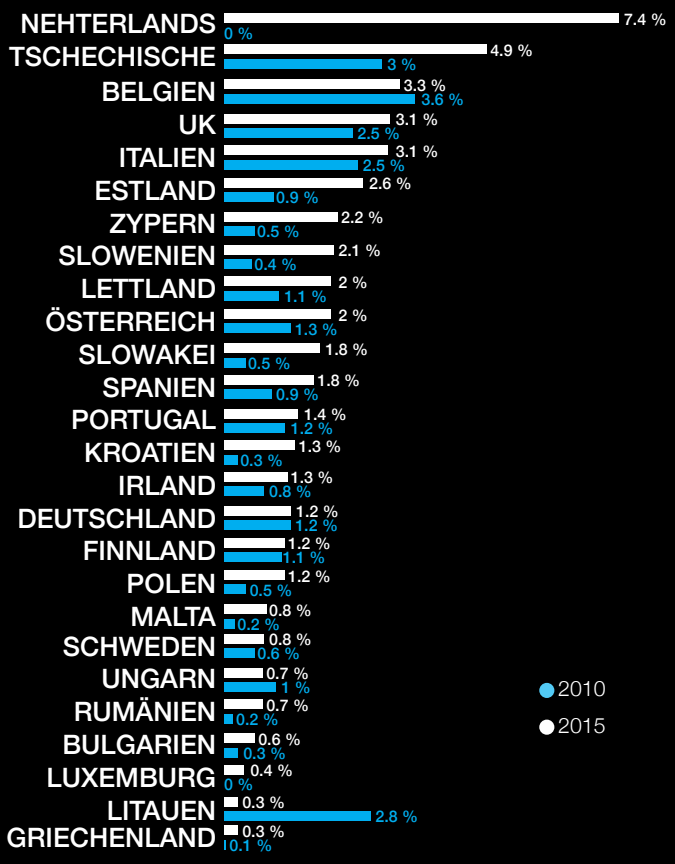
Da die für diese Analyse vorgeschlagenen wirtschaftlichen Indikatoren nicht in der Datenbank von Eurostat zu finden waren, wurden die Länderteams, die Partner in diesem Projekt sind, gebeten, Daten auf ihrer nationalen Ebene zur Verfügung zu stellen. Dies wird helfen, eine Vorstellung von der wirtschaftlichen Größe des Kulturerbes in diesen jeweiligen Ländern zu bekommen. Da sich jedoch die Methoden und die Datenerfassung von Land zu Land unterscheiden können, werden die Informationen nicht zwischen den Ländern verglichen, sondern für jedes Land einzeln analysiert.

GRAFIK 54. *Konsum von Kulturerbe in 2015 (Euro/Haushalt/Monat)*



Quelle: Eurostat-Datenbank

GRAFIK 55. *Anteil des Heritage-Verbrauchs an den gesamten CCS in 2010 und 2015 (%)*



Quelle: Eurostat-Datenbank

Das einzige Land, das keine Daten zur Verfügung stellen konnte, war Belgien, wo es unter anderem wenig Forschung zu den wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen des Kulturerbes gibt und die offiziellen Regierungsstatistiken eher breit gefächert sind, z. B. mit Statistiken für den Tourismus- oder Kultursektor als Ganzes. Daher verfügt das Land zwar über verwandte Dokumente zu dem analysierten Sektor, aber nicht über die für unsere Studie erforderlichen Daten.

Im Folgenden haben wir die von den Partnerländern zur Verfügung gestellten Daten dargestellt.



DEUTSCHLAND

ANZEIGE	2015	2016	2017
Umsatz (Tausend Euro)[1]	2013: min. nr. der öffentlichen Ausgaben: 494 Mil. Euro	n.a.	n.a.
Beschäftigung [2]	n.a.	Min. 36,000	n.a.
Gewinn (Tausend Euro)	n.a.	n.a.	n.a.
Arbeitsproduktivität (Tsd. Euro Umsatz/Mitarbeiterzahl)	n.a.	n.a.	n.a.
Anzahl der Firmen	n.a.	n.a.	n.a.
BIP (Millionen Euro)[3]	3,048,860	3,159,750	3,277,340

Die relevantesten Daten finden sich für das BIP, mit einem Anstieg von mehr als 220 T€ in zwei Jahren (etwa 7,5 %). Im Jahr 2016 wurden mindestens 36.000 Beschäftigte im Bereich des kulturellen Erbes geschätzt.

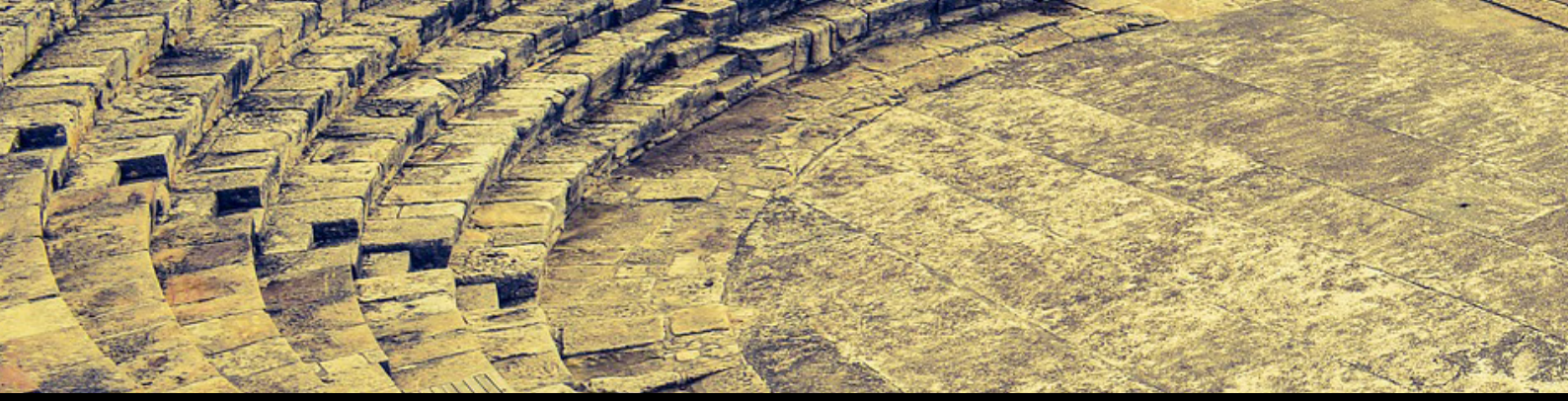
Quellen:

1. Statistisches Bundesamt (2018). P. 8. Bildung und Kultur Spartenbericht Baukultur, Denkmalschutz und Denkmalpflege: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Kultur/Publikationen/Downloads-Kultur/spartenbericht-baukultur-5216206189004.pdf?__blob=publicationFile (accessed: 19.07.2019).
2. Statistisches Bundesamt (2018). P. 7. Bildung und Kultur Spartenbericht Baukultur, Denkmalschutz und Denkmalpflege: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Kultur/Publikationen/Downloads-Kultur/spartenbericht-baukultur-5216206189004.pdf?__blob=publicationFile (accessed: 19.07.2019).
3. Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. (09.07.2019). Von Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung: https://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=60702 abgerufen

Weitere konsultierte Quellen:

- Fachbeirates an die Kultusministerkonferenz. (April 2014). Abschlussbericht - Empfehlungen des Fachbeirates an die Kultusministerkonferenz zur Fortschreibung der deutschen Tentativliste für das UNESCO-Welterbe
- Institut der deutschen Wirtschaft (2019). Deutschland in Zahlen: https://www.deutschlandinzahlen.de ‘ diz ‘ Printversion ‘ DIZ_2019_e-Book (Accessed: 17.07.2019)
- Jahrbuch 2018 -2019 Deutsche UNESCO Kommission (2019). Deutsche UNESCO-Kommission e.V. : https://www.unesco.de/sites/default/files/2019-06/DUK-Jahrbuch_2018-2019.pdf





GRIECHENLAND

ANZEIGE	2015	2016	2017
Umsatz (Tausend Euro)	49.802 Euro	41.812 Euro	k.A.
Beschäftigung	2.9% der Gesamtbeschäftigung	3.2% der Gesamtbeschäftigung	3.2% der Gesamtbeschäftigung
Gewinn (Tausend Euro)	k.A.	k.A.	k.A.
Arbeitsproduktivität (Euro-Umsatz/Mitarbeiterzahl)	15.20	13.30	k.A.
Anzahl der Firmen	733	630	k.A.
BIP / BWS	BIP: 177,258 BWS nach Branchen	BIP: 176,488 BWS nach Branchen	BIP: 180,218 BWS nach Branchen 6.462

Griechenland verzeichnet eine konstante Beschäftigungsquote im Bereich des kulturellen Erbes, d. h. etwa 3 % der gesamten nationalen Beschäftigung. Das BIP verzeichnet einen leichten Anstieg von fast 3,0 Mio. €, während die BWS etwa 6,5 Mio. € beträgt.

Quellen:

1. Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture/data/database;
2. http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SBR01/2015: Aktivitäten von Bibliotheken, Archiven, Museen und anderen kulturellen Aktivitäten;
3. http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SEL15/-
4. http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SEL45/-: Kunst, Unterhaltung, Erholung, Erbringung von sonstigen Dienstleistungen, Tätigkeiten von privaten Haushalten als Arbeitgeber, Herstellung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen durch private Haushalte für den Eigenbedarf ohne ausgeprägten Schwerpunkt, Tätigkeiten von exterritorialen Organisationen und Körperschaften.





ITALIEN

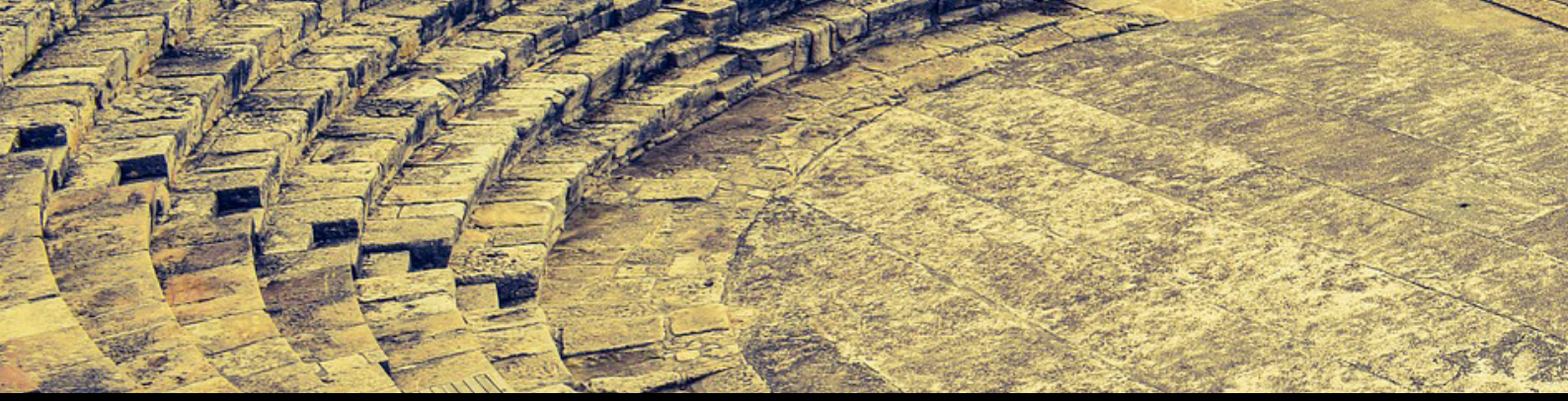
ANZEIGE	2015	2016	2017
Umsatz (Tausend Euro)	1,167.9	2,855.7	2,916.7
Beschäftigung	52.0	53.1	51.0
Gewinn (Tausend Euro)	200 Millionen	172 Millionen	200 Millionen
Entwicklung der Arbeitsproduktivität (Tsd. Euro Umsatz/Mitarbeiterzahl)	49.28	54.92	54.93
Anzahl der Firmen	904	1061	1,116
BIP / BWS	BIP 1,636,372 GVA	BIP 1,672,438 GVA	BIP 1,724,954 GVA

Italien verzeichnet sehr hohe Werte der BWS, d.h. 2,8 Mrd. Euro, während der Gewinn 2017 bei 200 Mio. Euro liegt. Die Arbeitsproduktivität erreichte in den Jahren 2016 und 2017 fast 55k Euro pro beschäftigte Person. Eine steigende Anzahl von Unternehmen, die in diesem Sektor tätig sind, beweist ebenfalls die allgemein guten Ergebnisse.

Quellen:

1. 1. Unioncamere, Stiftung Symbola
2. Io sono cultura, Report 2018 https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1529596696147_io_sono_cultura_2018.pdf.
3. Io sono cultura, Report 2017 http://www.symbola.net/assets/files/IoSonoCultura_2017_DEF_1498646352.pdf.
4. Io sono cultura, Report 2016 http://www.symbola.net/assets/files/Io%20sono%20cultura%202016%20DEFINITIVO%20bassa%20risoluzione_1469703511.pdf.





MALTA

ANZEIGE	2015	2016	2017	2018
Umsatz (Tausend Euro)	19,167	22,071	22,624	22,936
Beschäftigung	464	494	460	472
Gewinn (Tausend Euro)	-692	-732	-678	-584
Arbeitsproduktivität (Tsd. Euro Umsatz/Mitarbeiterzahl)	48	52	58	57
Anzahl der Firmen	42	45	47	n.a.
GVA (Bruttowertschöpfung)	**12,992**	**14,097**	**14,430**	**15,280**

Der Sektor ist in den letzten 4 Jahren gewachsen, mit einem Anstieg von fast 20 % des Umsatzes. Die Rentabilität ist negativ, verbessert sich aber 2018. Die Arbeitsproduktivität verzeichnet ein gutes Wachstum auf Basis eines guten Umsatzes. Die BWS ist ebenfalls in einem positiven Trend, mit +17,6 % im Jahr 2018 im Vergleich zu 2015.

Anmerkungen:

1. Umsatz: Der Output ist die Summe der Produkte, die während des Abrechnungszeitraums erstellt wurden. (ESVG2010).
2. Beschäftigung: Anzahl der Arbeitsplätze (Vollzeit und Teilzeit).
3. BWS: Der Nettobetriebsüberschuss ist die Bruttoproduktion abzüglich der Kosten für Vorleistungsgüter und Dienstleistungen, um die Bruttowertschöpfung zu erhalten, und abzüglich des Arbeitnehmerentgelts und der Steuern und Subventionen auf die Produktion und Importe, abzüglich der Abschreibungen (ESVG2010).
4. Arbeitsproduktivität: Output pro Kopf.





RUMÄNIEN

ANZEIGE	2015	2016	2017
Umsatzentwicklung (Tausend Euro)	38,116.9	40,657.0	45,529.3
Beschäftigung	1,669	1,765	1,835
Gewinnentwicklung (Tausend Euro)	7,346.0	10,740.7	9,720.8
Arbeitsproduktivität (Tsd. Euro Umsatz/Mitarbeiterzahl)	4.40	6.09	5.30
Anzahl der Firmen	235	251	257
GVA (Millionen Euro)	19.9	10.7	27.1

In Rumänien ist ein allgemeiner Anstieg des Sektors zu verzeichnen, mit über 1.800 Mitarbeitern im Jahr 2017 und 257 Unternehmen. In der Folge stieg der Umsatz von 38,1 Mio. € im Jahr 2015 auf 45,5 Mio. € im Jahr 2017, d.h. +19,4%.

Die positive Aktivität wird durch die hervorragende Entwicklung der Bruttowertschöpfung hervorgehoben, insbesondere im Jahr 2017, als sie 27,1 Mio. € erreichte. Dies bedeutet einen Anstieg von mehr als 7 Millionen Euro im Vergleich zu 2015 oder +36,1 %.

Quellen:

1. Nationales Statistikinstitut von Rumänien, http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table
2. Borg Design, www.listadefirme.ro





SPANIEN

ANZEIGE	2015	2016	2017
Umsatz (Tausend Euro)	2,505,000	2,470,000	n.a.
Beschäftigung	41,000	34,800	37,500
Gewinnentwicklung (Tausend Euro)	n.a.	n.a.	n.a.
Arbeitsproduktivität (Tsd. Euro Umsatz/Mitarbeiterzahl)	n.a.	n.a.	n.a.
Anzahl der Firmen	5,364	5,589	4,625
BIP / GVA (Mio. EUR)	0,24 des BIP / 0,26 der BWS	0,23 des BIP / 0,24 der BWS	n.a.

Die Daten deuten auf eine konstante Aktivität in Spanien hin, mit einigen Schwankungen, aber nicht großen. Es gibt einen leichten Rückgang der Trends, aber nicht signifikant. Zum Beispiel sinkt das BIP im Jahr 2016 um nur 0,01 Mio. € im Vergleich zu 2015 und die BWS sinkt um nur 0,02 Mio. € im gleichen Zeitraum. Die anderen Indikatoren zeigen eine konstante Aktivität und ein relativ hohes Betriebsvolumen.

Quellen:

1. Daten werden vom Partnerland zur Verfügung gestellt.



SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Überprüfung der aktuellen Schulungsprogramme zum kulturellen Erbe, die in den EU-Ländern angeboten werden, hat gezeigt, dass die häufigsten Anbieter Bildungseinrichtungen sind und in einigen Fällen Partnerschaften zwischen höheren Bildungseinrichtungen und öffentlichen oder privaten Organisationen, internationalen Instituten und NGOs bestehen. Was die Art der Organisationen betrifft, die Schulungen anbieten, so gehören die meisten von ihnen zum öffentlichen Sektor, während die Zielgruppen der Schulungsanbieter Studenten und Fachleute umfassen, aber hauptsächlich werden die Kurse für Studenten organisiert.

Die Kurse wurden in Form der direkten Ansprache organisiert und nur wenige wurden online angeboten. Während der Kurse hatten die Teilnehmer hauptsächlich Zugang zu Offline-Lernmaterialien, einschließlich Bibliographie, Lehrbüchern und audiovisuellen Materialien. In den meisten Fällen betrug das Ausbildungsniveau 6 EQAVET.



Ungefähr die Hälfte der Trainingsprogramme betrifft die Kategorie Bereich Management und Organisation, der Rest der Programme betrifft die sektorübergreifende Gruppe (Kombinierte Kunststudien, Zeitgenössische Kunstpraktiken, Reiseleiter-Zertifizierungsprogramm, MA in Tourismus, Forschung und Nutzung des kulturellen Erbes) und den Bereich Kommunikation und Medien. Die Bildungsanbieter bieten insbesondere Kurse zur Entwicklung von Fähigkeiten, Kompetenzen und Fertigkeiten in den Bereichen Management, branchenübergreifende Fähigkeiten oder Innovation und digitale Fähigkeiten an.

Die am meisten benötigten Fähigkeiten im Bereich des kulturellen Erbes sind: Kommunikationsfähigkeiten, Problemlösungsfähigkeiten, Flexibilität und Anpassung oder Kreativität und konzeptionelle Fähigkeiten. Es gibt Unterschiede je nach dem Bereich des kulturellen Erbes, den wir in unsere Analyse einbezogen haben. Im Bereich der Förderung des kulturellen Erbes sind die am meisten benötigten Fähigkeiten die Fähigkeiten zur Einbindung in die Gemeinschaft, zum Aufbau von Netzwerken, zum Marketing und zu sozialen Medien. Im Bereich der Aufwertung des kulturellen Erbes werden vor allem Fähigkeiten im Bereich Fundraising und Präsentation benötigt. Für die Nutzung des kulturellen Erbes werden vor allem innovative Fähigkeiten, Fähigkeiten als Kurator, Managementfähigkeiten und Finanzierungsfähigkeiten benötigt. Für den Bereich Vermittlung und Interpretation werden vor allem digitale Fähigkeiten, Fähigkeiten von Entscheidungsträgern und Miteigentümerschaft an Stätten/Erbe benötigt. In Bezug auf die Haupthindernisse für die Fachleute, die nicht an einem Trainingsprogramm teilgenommen haben, sind die meistgenannten: Zeitmangel, Mangel an detaillierten Informationen über Kurse und Trainingsprogramme, Geldmangel oder sie wussten nicht, wo sie nach diesen Fähigkeiten suchen sollten.
Laut der qualitativen Forschung sind die am meisten benötigten Fähigkeiten Kommunikationsfähigkeiten, Community-Engagement-Fähigkeiten, Digital-, Innovations- und Medienkompetenz, Managementfähigkeiten sowie administrative und finanzielle Fähigkeiten. Führungsqualitäten, Crowdfunding- und Crowdsourcing-Fähigkeiten und Fundraising-Fähigkeiten sind ebenfalls wichtige Fähigkeiten, die von unseren Befragten erwähnt werden.

Die Ergebnisse unserer Forschung waren nützlich bei der Gestaltung des Lehrplans des Schulungsprogramms und strukturgebend für die Art und Weise, wie dieses Projekt auf die Bedürfnisse von Fachleuten des kulturellen Erbes eingeht. Dabei half der in der Forschungsphase ermittelte Bedarf an Fähigkeiten bei der Gestaltung der Schulungsmodule wie folgt:

- Der Bedarf an Fähigkeiten zum Engagement in der Gemeinde, zu Crowdfunding, Crowdsourcing und zum Sammeln von Spenden wird im Modul „Kulturerbe für die lokale Entwicklung“ gedeckt.
- Der Bedarf an Kommunikationsfähigkeiten, Fähigkeiten zur Problemlösung, Flexibilität und Anpassung wird durch das Modul „Gestaltung der Besuchererfahrung“ berücksichtigt.
- Der Bedarf an Managementfähigkeiten, administrativen und finanziellen Fähigkeiten sowie Führungsqualitäten wird im Modul „Unternehmerische Valorisierung des kulturellen Erbes“ berücksichtigt.
- Der Bedarf an digitalen und innovativen Fähigkeiten wird im Modul „Digitale Strategien und Instrumente zur Aufwertung und Kommunikation des kulturellen Erbes“ berücksichtigt.
- Der Bedarf an Fähigkeiten zum Aufbau von Netzwerken, Fähigkeiten von Entscheidungsträgern und Miteigentum an Standorten (???) wird im Modul „Ansätze für Nachhaltigkeit und soziale Auswirkungen“ berücksichtigt.



Fertigkeiten und Kompetenzen, für die eine Schulung erforderlich ist

- *Kommunikationsfähigkeit*
- *Fähigkeiten zur Problemlösung*
- *Flexibilität und Anpassung*
- *Kreativität und konzeptionelle Fähigkeiten*
- *Fähigkeiten zur Öffentlichkeitsarbeit und zum Engagement in der Gemeinde*
- *Fähigkeiten zum Aufbau von Netzwerken*
- *Marketing-Fähigkeiten*
- *Social-Media-Kenntnisse*
- *Fähigkeiten zum gesellschaftlichen Engagement*
- *Bildungsprozesse, die Menschen unterschiedlichen Alters und unterschiedlicher Fähigkeiten einbeziehen*
- *Fundraising-Fähigkeiten*
- *Präsentationsfähigkeiten*
- *Know-how zur Innovationsfähigkeit*
- *Gemeinschaftliche und kuratorische Fähigkeiten*
- *Management-Fähigkeiten*
- *Fähigkeiten finanzieren*
- *Digitale Fähigkeiten*
- *Advocacy- und Entscheidungsfähigkeiten*
- *Miteigentümerschaft an Stätten / Fähigkeiten des Kulturerbes*
- *Fähigkeiten zum gesellschaftlichen Engagement*
- *Administrative und finanzielle Fähigkeiten*
- *Fundraising-Fähigkeiten und Interessenvertretung*
- *Business-Kenntnisse*
- *Führungsqualitäten*

Fertigkeiten und Kompetenzen, für die bereits Schulungen angeboten werden

- *Management-Fähigkeiten*
- *Branchenübergreifende Kompetenzen*
- *Innovationsfähigkeit*
- *Digitale Fähigkeiten*
- *Kommunikation und Medienkompetenz*

Anhang 1. Quellen für die Sekundärforschung

NAME DER SCHULUNG	NAME DER ORGANISATION, DIE DAS TRAININGSPROGRAMM ANBIETET	WEBSITE
ÖSTERREICH		
MSc Sanierung und Revitalisierung (“Renovation and revitalization”)	Donau University Krems	https://www.donau-uni.ac.at/de/studium/sanierungrevitalisierung/index.php
MSc Konzeptuelle Denkmalpflege (“Conceptual monument preservation”)	Donau University Krems	https://www.donau-uni.ac.at/de/studium/konzeptuelle-denkmalpflege/index.php
Academic Expert “Sanierung und Revitalisierung” (= Renovation and revitalization)	Donau University Krems	https://www.donau-uni.ac.at/de/studium/sanierungrevitalisierung/index.php
Diploma Conservation and Restoration	Academy of Fine Arts Vienna	https://www.akbild.ac.at/portal_en/studies/study-programs/conservation-and-restoration/?searchterm=oehreko@akbild.ac.at*&set_language=en
Diploma Conservation and Restoration	University of Applied Arts Vienna	https://www.dieangewandte.at/jart/prj3/angewandte-2016/main.jart?rel=en&content-id=1454062384336&reserve-mode=active
BELGIEN		
Toerisme & Recreatiemanagement	Thomas More - Mechelen	www.thomasmore.be/opleidingen/professionele-bachelor/toerisme-en-recreatiemanagement
Bachelor in het toersime en recreatiemanagement	PXL - Hasselt	www.pxl.be/toerisme-en-recreatiemanagement
Toerisme & Recreatiemanagement	Erasmushogeschool Brussel	www.erasmushogeschool.be/nl/opleidingen/toerisme-recreatiemanagement
Toerisme & Recreatiemanagement	VIVES-Noord - Brugge	www.vives.be/nl/opleidingen/handelswetenschappen-en-bedrijfskunde/bachelor-toerisme-en-recreatiemanagement
Sport- en Cultuurmanagement	Thomas More - Turnhout	www.thomasmore.be/opleidingen/professionele-bachelor/bedrijfsmanagement/sport-en-cultuurmanagement

Sport- en Cultuurmanagement	VIVES - Noord - Brugge	www.vives.be/nl/opleidingen/handelswetenschappen-en-bedrijfskunde/cultuurmanagement
Event- & projectmanagemet	Arteveldehogeschool Gent	www.arteveldehogeschool.be/opleidingen/bachelor/officemanagement/event-en-projectmanagement
Ma-na-Ma Archivistiek	cooperation between 4 universities: VUB (compulsory subjects) - KUL - UG - UIA (optional subjects)	www.vub.ac.be/opleiding/archivistiek-erfgoed-en-hedendaags-documentbeheer
Postgraduaat Onderwijs en Erfgoed	Odisee Hogeschool i.s.m. de onderzoekslijn erfgoededucatie van VIVES Hogeschool, met medewerking van FARO	www.vives.be/nl/opleidingen/onderwijs/postgraduaat-erfgoed-en-onderwijs
Postgraduaat Cultuureducator	PXL Hasselt	www.pxl.be/Pub/Opleidingen/Postgraduaat/Postgraduaat-Cultuureducator.html
Master in de Erfgoedstudies	Universiteit Antwerpen	www.uantwerpen.be/nl/studeren/opleidingsaanbod/master-erfgoedstudies
	BULGARIEN	
Culture and arts in transition: the digital era-The Cultural Management Academy	Sofia Development Association, Sofia University „St. Kliment Ohridskiand, EUNIC, the University of Bucharest and the Goethe-Institut	http://academy.sofia-da.eu/ http://sofia-da.eu/images/projects/CMA_open_call_2019_eng.pdf
Workshop for Conservation of Ancient Greek Pottery	The Balkan Heritage Foundation-The Balkan Heritage Field School	https://www.bhfieldschool.org/program/ancient-greek-pottery-conservation-course
Apollonia Pontica Archaeology Field School	The Balkan Heritage Foundation-The Balkan Heritage Field School	https://www.bhfieldschool.org/program/ancient-greek-excavtions-apollonia-pontica
International project “CANEPAL” - the European heritage of sheep farming and pasture life	The National History Museum	https://historymuseum.org/en/projects/asd/
	Sofia City Art Gallery	http://www.sghg.bg/?page=za_nas_obrazovanie
Management and Socialisation of Cultural Heritage	Sofia University “St. Kliment Ohridski”	https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/filosofski_fakultet/specialnosti/magist_rski_programi/filosofski_fakultet/specialnost_kulturologiya/menidzhm_nt_i_socializaciya_na_kulturnoto_nasledstvo
Preservation of the Bulgarian Cultural Heritage	Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Faculty of Slavic Philology, the Faculty of Philosophy and the Center for Slavonic-Byzantine Studies “Ivan Dujčev	https://www.slav.uni-sofia.bg/index.php/magistri-programi/224

‘Fresco-Hunting” Photo Research Expedition to Medieval Balkan Churches	Public-NGO - The Balkan Heritage Foundation-The Balkan Heritage Field School	https://www.bhfieldschool.org/program/medieval-fresco-photo-expedition
Digital presentation and preservation of cultural and scientific heritage	ICT Cluster Burgas	https://www.ictc-burgas.org/en/events/digital-presentation-and-preservation-of-cultural-and-scientific-heritage
Underwater Archaeology Field School in the Black Sea	The Balkan Heritage Foundation-The Balkan Heritage Field School	https://www.bhfieldschool.org/program/underwater-archaeology-in-the-black-sea
The European project SKIVRE – ‘Skills Development for the Valorisation of European Religious Heritage’	INI-Novation Bulgaria OOD-The European project SKIVRE – ‘Skills Development for the Valorisation of European Religious Heritage’	https://www.frh-europe.org/projects/skivre http://www.ini-novation.com/about-us/partners http://www.ini-novation.com/skivre-project-team-visited-the-tsarnogorski-monastery/
B.A. in Culture and Cultural Tourism	South-West University of Neofit Rilski	https://www.swu.bg/academic-activities/academic-programmes/bachelor-programmes/sociology,-anthropology-and-cultural-studies/culture-and-cultural-tourism.aspx?lang=en https://www.swu.bg/media/460703/culture%20i%20cultural%20tourism%20en.pdf
B.A. in Cultural Studies and Cultural management	South-West University of Neofit Rilski	https://www.swu.bg/academic-activities/academic-programmes/bachelor-programmes/sociology,-anthropology-and-cultural-studies/cultural-studies.aspx https://www.swu.bg/media/521051/cultural%20studies%20andI%20management.pdf
OPENING RURAL HERITAGE TO OPEN MINDS- Transnational Training Workshop for Youth	Center of Heritage Interpretation -Bulgaria	http://www.ycarhe.eu/uploads/media/atelier%20bulgarie/WorkshopSofia_YCARHe_info-pack.pdf http://www.ycarhe.eu/uploads/media/atelier%20bulgarie/C2_Greek%20Team%20Proposal.ppsx.pdf http://www.ycarhe.eu/en/activities/field-workshops/workshop-in-bulgaria
KROATIEN		
BA on Restoration and Conservation (wood, paper, textile, metal and ceramics)	University of Dubrovnik	http://www.unidu.hr/datoteke/635izb/restauracija.pdf
Croatian Language and Literature (single-major)	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/Croatian%20and%20Slavic%20Studies_17_18_EN.PDF
Undergraduate university study programme of Ethnology and Anthropology (double major)	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/Ethnology%20and%20Anthropology_17_18_EN.PDF

Ethnology and Anthropology	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/Ethnology%20and%20Anthropology_17_18_EN.PDF
Media and Social Culture	University of Dubrovnik	http://www.unidu.hr/datoteke/635izb/mediji.pdf
Journalism and Public Relations	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/TIK_17_18_EN.PDF
Undergraduate university study programme of Culture and Tourism (single major, full time and part time)	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/TIK_17_18_EN.PDF
Management of Destination Organizations and Companies	College of Management and Design “Aspira”	http://www.aspira.hr/semester-owerview?lang=en
Hotel Management	College of Management and Design “Aspira”	http://www.aspira.hr/semester-owerview?lang=en
Entrepreneurship in Culture and Tourism	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/TIK_17_18_EN.PDF
Cultural and Natural Heritage in Tourism	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/TIK_17_18_EN.PDF
	ZYPERN	
TIME Program	MBE is jointly offered by a consortium of three universities: The University of Crete, the University of Cyprus and the Wageningen University in Netherlands. It is recognized by the Greek, Cypriot and Dutch Education authorities within the framework of the Bologna Process.	https://www.timembe.eu/en/program/keyfacts
Cultural Policy and Development	Open University of Cyprus	http://www.ouc.ac.cy/web/guest/s1/programme/ppa/description
Entrepreneurship and Innovation	Open University of Cyprus	http://www.ouc.ac.cy/web/guest/cert/business
Science and Technology in Cultural Heritage	The Cyprus Institute	https://www.cyi.ac.cy/index.php/education/phd-programs/science-and-technology-in-cultural-heritage/phd-dch-program-overview.html
Interaction Design	Cyprus Univeristy of Technology	https://www.cut.ac.cy/studies/masters/master-programmes/mga-gr-ide/?languageId=1 & https://www.idmaster.eu/
Contemporary Art Practices	Frederick Univeristy	http://www.frederick.ac.cy/ma-in-fine-art-program-profile

TSCHECHISCHE REPUBLIK		
Museology	Masaryck University - Faculty of Arts	https://www.muni.cz/en/bachelors-and-masters-study-fields/491-museology#application
Liberal Arts and Humanities	Charles University - Faculty of Humanities	https://humanities.fhs.cuni.cz/SHVENG-17.html
Contemporary European Cultural History	Charles University	https://fhs.cuni.cz/FHSENG-715.html
Visual Informatics	Masaryck University - Faculty of Informatics	https://www.muni.cz/en/bachelors-and-masters-study-fields/25295-visual-informatics-eng
Combined Art Studies	Masaryck University - Faculty of Arts	https://www.muni.cz/en/bachelors-and-masters-study-fields/24632-combined-art-studies
DÄNEMARK		
MA Sustainable Heritage Management	“ Aarhus University”	http://kandidat.au.dk/en/sustainable-heritage-management/
HACK4DK	“ ARos – Aarhus Kunstmuseum, Danish Agency for Culture, Danish Film Institute, Danish State Archives, DR/Dansk Kulturarv, MMex – Meaning Making Experience, National Gallery of Denmark, National Museum of Denmark Natural History Museum The Royal Library of Denmark)”	
MA Tourism	Aalborg University	https://www.en.aau.dk/education/master/tourism/specialisations/global-tourism-development/student-guidance/
ESTLAND		
Training Course “Heritage and Rights”	ICOMOS”Our Common Dignity” working group, ICOMOS Estonia, Estonian Academy of Arts and University of Tartu, Institute of Human Rights, ICOMOS Norway and The Norwegian Centre of Human Rights, University of Oslo, Environmental Board and Heritage Board of Estonia	https://www.kaitsealad.ee/eng/training-course-heritage-and-rights
Landscape Architecture	Estonian University of Life Sciences	https://www.emu.ee/userfiles/emu2015/file/master%20annotation.pdf
Documentary and Digital Cultural Heritage	Tallinn University	https://ois2.tlu.ee/tluois/subject/INT7119.DT
Media Literacy, Reuse, and Heritage in Education	Tallinn University Baltic Film, Media, Arts and Communication School (project partner)	

FINNLAND		
MA programme in Nordic Cultural and Social Resilience	University of Turku	http://masters.utu.fi/programmes/nordic-cultural-and-social-resilience/
Museum Ethics 2.0: Ethical aspects in cultural heritage work	ICOM Finland and the Finnish Museums Association	http://museoetiikka.blogspot.com/p/tietoa-seminaarista.html
Project “HERITAGE HUBS: Practical Classes in Exploring, Sharing and Practicing the Cultures of Ourselves and Others”	Association of Cultural Heritage Education in Finland (Not really training, but an EU project)	
Digitaaliselle kulttuuriperinnölle verkkokurssi: Massive Open Online Course (MOOC) / Digital Cultural Heritage MOOC	University of Helsinki	https://blogs.helsinki.fi/digiloikka/kulttuuriperinnon-maisteriohjelma/
FRANKREICH		
Master Valorisation du patrimoine et développement territorial	Universitè de Limoges	https://www.flsh.unilim.fr/master/valorisation-patrimoine-developpement-territorial/
Techniques, Patrimoine, Territoires de l’Industrie : histoire, valorisation, didactique	Universitè Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG64522&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Tourisme parcours Développement et Aménagement Touristique des Territoires	Universitè Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG48279&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Tourisme parcours Economie du Développement Touristique International	Universitè Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG48273&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Tourisme parcours Gestion et Valorisation Touristique du Patrimoine	Universitè Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG48278&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Protection et valorisation du patrimoine historique et culturel	Le Mans Université	http://www.univ-lemans.fr/fr/formation/catalogue-des-formations/licence-professionnelle-LICP/sciences-humaines-et-sociales-0001/lp-protection-et-valorisation-du-patrimoine-historique-et-culturel-program-lp-protection-et-valorisation-du-patrimoine-historique-et-culturel.html

MASTER Patrimoine culturel immatériel (PCI)	Universitè de Tours	https://international.univ-tours.fr/offre-de-formation/nos-formations/arts-lettres-langues/master-patrimoine-culturel-immateriel-pci--253228.kjsp
Master Patrimoine et Musées	Universitè de Reims	https://www.univ-reims.fr/formation/nos-formations/catalogue/arts-lettres-langues/master-patrimoine-et-musees,21632,35925.html
Master Gestion du Patrimoine	Dauphine Universitè Paris	https://www.dauphine.psl.eu/fr/formations-et-diplomes/masters/gestion-patrimoine.html
Bachelor management of tourism projects	INEAD	https://www.fede.education/fede-school/inead/
Bachelor Gestion et Valorisation Naturaliste	Le Cours Diderot	http://www.coursdiderot.com/formations/3eannee/bachelor-gestion-valorisation-naturaliste.html
Mecic	Burgundy School of Business	https://www.bsb-education.com/programmes/masteres-specialises/ms-mecic-management-des-entreprises-culturelles-industries-creatives/presentation.html
Master Direction de Projets ou Etablissements Culturels, Projets Culturels et Diversification des Publics	Universitè de Rouen NOrmandie	http://lsh.univ-rouen.fr/master-direction-de-projets-ou-etablissements-culturels-projets-culturels-et-diversification-despublics-543166.kjsp?RH=1382971718462
Master Études européennes et internationales parcours Tourisme culturel et promotion internationale des territoires	Universitè Cergy-Pontoise	https://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-XB/arts-lettres-langues-ALL/master-etudes-europeennes-et-internationales-parcours-tourisme-culturel-et-promotion-internationale-des-territoires-program-tcpit.html
LP GEPSAC (Gestion Culturelle)	IUT Chambery	http://www.iut-chy.univ-savoie.fr/index.php/formations/les-licences-professionnelles-lp/agec
MBA IN ARTS & CULTURAL MANAGEMENT	IESA's international department	https://www.iesa.edu/
MBA IN CULTURAL ENTREPRENEURSHIP & TOURIS	IESA's international department	https://www.iesa.edu/
Master in International Tourism Marketing	Touluse Business School	https://www.tbs-education.fr/fr/formations/ms-msc/masters-science-msc/msc-international-tourism-hospitality-and-travel-marketing-management-paris

Master Sciences Humaines et Sociales Mention : Patrimoine et musées Parcours : Médiation culturelle, patrimoine et numérique	Universitè Paris Nanterre	https://www.parisnanterre.fr/offre-de-formation-/master-sciences-humaines-et-sociales-br-mention-patrimoine-et-musees-br-parcours-mediation-culturelle-patrimoine-et-numerique--416442.kjsp
LICENCE PRO Métiers du tourisme : communication et valorisation des territoires | parcours Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication appliquées au tourisme	université Toulouse - Jean Jaurès	https://www.univ-tlse2.fr/licence-pro-metiers-du-tourisme-communication-et-valorisation-des-territoires-parcours-nouvelles-technologies-de-l-information-et-de-la-communication-appliquees-au-tourisme-ntic--386320.kjsp?RH=composantes
Management de l'innovation parcours Innovation Management des Technologies & Entrepreneuriat (IMT&E)	Universitè Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG65038&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Mastère Spécialisé ® Entrepreneuriat & Management de l'Innovation	emlyon business school	https://masters.em-lyon.com/fr/mastere-specialise-Entrepreneuriat-et-Management-de-l-Innovation
MSc in Digital Marketing & Data Science	emlyon business school	https://masters.em-lyon.com/fr/msc-marketing-digital-data-science
Mastère Spécialisé ® Transformation Digitale, Marketing & Stratégie	emlyon business school	https://masters.em-lyon.com/fr/ms-transformation-digitale-marketing-et-strategie
Motion design	ITECOM Art Design NICE	
Tourisme, culture et numérique : quelles méthodes ?	Class Central MOOC	https://www.classcentral.com/course/france-universite-numerique-tourisme-culture-et-numerique-quelles-methodes-11184 https://www.fun-mooc.fr/courses/course-v1:UPVD+95004+session02/about
MASTER Tourisme | parcours TIC appliquées au développement des territoires touristiques	université Toulouse - Jean Jaurès	https://www.univ-tlse2.fr/master-tourisme-parcours-tic-appliquees-au-developpement-des-territoires-touristiques-tic-adtt--386330.kjsp?RH=composantes
LICENCE PRO e-commerce et marketing numérique | parcours Développement durable des territoires par l'e-commerce et l'e-tourisme	université Toulouse - Jean Jaurès	https://www.univ-tlse2.fr/licence-pro-e-commerce-et-marketing-numerique-parcours-developpement-durable-des-territoires-par-l-e-commerce-et-l-e-tourisme-ddt-ecet--386316.kjsp?RH=composantes
Master Oenotourisme & E-Tourisme	Formasup Campus Bordeaux	https://www.supevents-tourism.com/formations/mastere-dmoe-winetourism-marketing.html

BTS tourisme	IEFT Lyon Paris	http://www.ieftourisme.com/formations/bts-tourisme/
Summer Camp - Paris: 5000 years of history	Sorbonne University - Summer School	https://www.academiccourses.com/Summer-Course-Paris-A-Factory-of-A-Capital-5000-Years-of-History/France/Sorbonne-University-Summer-School/
Paris - Studio Art, Dance & Music	IES Abroad French language course	https://www.iesabroad.org/programs/paris-studio-art-dance-music
DEUTSCHLAND		
MA “Materielles und Immaterielles Kulturerbe”(material and immaterial cultural heritage)	University Paderborn	https://kw.uni-paderborn.de/en/historisches-institut/kulturerbe/studium/master-kulturerbe/
B. Sc. “Baukulturerbe” (= building culture heritage)	RheinMain University of Applied Sciences	https://www.hs-rm.de/de/fachbereiche/architektur-und-bauingenieurwesen/studiengaenge/baukulturerbe-bsc/#infos-fuer-studieninteressierte-22103
MSc “Digital Technologies in Heritage Conservation”	Conducted jointly by the Department of Heritage Sciences at the University of Bamberg and the University of Applied Sciences Coburg.	https://www.uni-bamberg.de/en/iadk/denkmalwissenschaften/digital-technologies-in-heritage-conservation/ma-dht/
M.A.”World Heritage Studies”	Brandenburg University of Technology in Cottbus	http://www.b-tu.de/en/worldheritage-ma
Not a training yet, but part of very similar sounding ERASMUS+ project “HERITAGE-PRO”	“Kultur und Arbeit e.V.”	http://kultur-und-arbeit.de/leistungen-und-projekte/kulturerbe/2018-2021-heritage-pro
B.A. International Degree in Applied Leisure Studies	City University of Applied Sciences Bremen	https://www.hs-bremen.de/internet/en/studium/stg/isaf/
M.A. Cultural Management (Part-Time)	City University of Applied Sciences Bremen	https://www.graduatecenter.org/en/part-time-mba-master/master-in-cultural-management.html
GRIECHENLAND		
CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT: ARCHAEOLOGY, CITY AND ARCHITECTURE	National and Kapodistrian Univeristy of Athens - Faculty of History & Archaeology	http://www.dpmsdiax.arch.uoa.gr/index.html
“Cultural Heritage Management and New Technologies with 2 specialisations: a) Management of Cultural Resources and b) Cultural Informatics”	University of Patras - Department of Cultural Heritage Management and New Technologies	http://www1.culture.upatras.gr/

Heritage Management	Athens University of Economics and Business (AUEB) in Greece in collaboration with the University of Kent in UK	http://www2.aueb.gr/heritage/
Cultural entrepreneurship: Designing and developing business models in the field of cultural industries	Hellenic American Union	http://www.hau.gr/?i=culture.en.new-seminars&itemCode=culturalentrepreneurshipnew
Academy of Cultural Management (CMA) course in Culture and Arts in transition: the Digital Age	Goethe-Institutes of Sofia, Bucharest, Thessaloniki and Sarajevo	https://www.goethe.de/prj/cma/en/index.html
COMMUNICATION & MEDIA STUDIES	NATIONAL & KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS - FACULTY OF COMMUNICATION & MEDIA STUDIES	http://en.media.uoa.gr/
"COMMUNICATION & MEDIA STUDIES with five thematic areas: 1. European Communications: Structures and Policies 2. Public Opinion and Public Communication 3. Cultural Studies 4. Conflicts: Conflict Management and Communication 5. Digital Communication Media and Interactive Environments"	NATIONAL & KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS - FACULTY OF COMMUNICATION & MEDIA STUDIES	http://en.media.uoa.gr/
Audience Enlargement and Enrichment in the field of Culture	Hellenic American Union	http://www.hau.gr/?i=culture.en.new-seminars&itemCode=inclusion
Cultural Technology and Communication	University of the Aegean - Department of Cultural Technology and Communications	http://www.ct.aegean.gr/Home/Proptyxiako
	University of the Aegean - Department of Cultural Technology and Communications	https://ci.aegean.gr/
Networking Cities and Representations	University of Patras - Department of Cultural Heritage Management and New Technologies	http://www1.culture.upatras.gr/en/
Fine Arts and Sciences of Art	Uninversity of Ioannina - Department of Fine Arts and Sciences of Art	http://www.arts.uoi.gr/en/mainEN.html
Tour Guide Certification Program	Aristotle University of Thessaloniki - Postgraduate Program in Museology - LLP	http://ma-museology.web.auth.gr/en/dpms_postgraduate/intensive-tour-guide-certification-program/
UNGARN		
Master of Arts in "Cultural Heritage Studies: Academic Research, Policy, Management"	Central European University - Cultural Heritage Studies Program	https://medievalstudies.ceu.edu/chs

Cultural Heritage Management and Sustainable Development	Institute for Social and European Study Foundation - Corvinus University Budapest	http://www.ises.hu/en/s/3550/programme-description
Tourism Management	Kodolányi János University of Applied Sciences	
Art and Design Management	Budapest Metropolitan University	
Applied Management	University of Pecs	
Management Sciences	University of Pannonia	
Management and Organizational Sciences	University of Kaposvár	
Human Resources Counselling	Eötvös Loránd University	
Cultural Sensitivity Program	University of Pecs	
Music as Heritage: from Tradition to Product	Forum for Folk Arts Fund - Central European University - Music Hungary -	https://summeruniversity.ceu.edu/MUSIC-2019
Communication and Media Studies	Budapest Metropolitan University	
Film Studies	Eötvös Loránd University	
Ph.D. in Communication and Media Science	Corvinus University of Budapest, Faculty of Social Sciences and International Relations	
PhD in International Relations	Corvinus University of Budapest, Faculty of Social Sciences and International Relations	
Educational Science	Eötvös Loránd University	
Intercultural Psychology and Education	Eötvös Loránd University	
Classical Music Performance	University of Pecs	
Cultural Heritage Studies	Central European University - Cultural Heritage Studies Program	www.mastersportal.com
Global Policy for Cultural and Creative Industries	CEU School of Public Policy	
Master in Tourism Management	Budapest Metropolitan University	
IRLAND		
Master in Artsl Management	NCAD	https://www.ncad.ie/
Master in Arts Management	IADT	http://www.iadt.ie/

Master in Cultural Management	Technological University Dublin	https://www.dit.ie/
Master in Cultural Management	University of Limerich	https://www.ul.ie/
Master in CCIs	University College Dublin	https://www.ucd.ie/
Master in Communication & Media	University College Cork	https://www.ucc.ie/
	ITALIEN	
Master of Arts in Sustainable Cultural Heritage	The American University of Rome	
Master in Event Management	Up Level School of Management	
Bachelor Degree in Business Administration	European School of Economics	
Master in Arts and Culture Management	Rome Business School	
Operator of Cultural Heritage	Università della Basilicata	
Economics and Cultural and Unesco Heritage Management	Università di Palermo	
Museology, management and enhancement of cultural heritage	Università Niccolò Cusano	
Master in Arts Management	IED – Istituto Europeo di Design Rome	
Corso Specialistico di II Livello in Art Direction and Copywriting	IUAD Accademia della Moda	
Master in Management dei Servizi Museali	Palazzo Spinelli Associazione	http://www.palazzospinelli.org/ita/course.asp?id=master&idn=231
GIOCA (Graduate degree in Innovation and Organization of Culture and Arts)	Università di Bologna	http://corsi.unibo.it/gioca/Pages/default.aspx
Master in Performing Arts Management	Politecnico di Milano	http://www.mip.polimi.it/en/academics/people-and-careers/masters/mpam-master-in-performing-arts/
Master di I livello in World Heritage and Cultural Pojects for Development	Università di Torino / Politecnico di Torino	http://www.itcilo.org/masters-programmes/master-in-world-heritage-and-cultural-projects-for-development
Master di II livello in Conservazione, Gestione e Valorizzazione del Patrimonio Industriale	Università di Padova / Associazione Italiana per il Patrimonio Archeologico Industriale	http://www.unipd.it/conservazione-gestione-valorizzazione-patrimonio-industriale

Doppio Master di II livello in Management dei Beni e delle Attività Culturali	Ca' Foscari	http://www.unive.it/pag/4793/
Economia e Gestione delle Arti e delle attività culturali (EGArt)	Ca' Foscari	http://www.unive.it/pag/3212/
Master in Economia e Management dell'Arte e dei Beni Culturali	Il Sole 24 Ore Business Schoo	https://www.bs.ilsole24ore.com/master-full-time/economia-e-management-dellarte-e-dei-beni-culturali-la0039.html
Arts Management	Istituto Europeo di Design	http://www.ied.it/firenze/scuola-management/corsi-master/manager-dellarte/CP01488E#q0tLRFXm3D92UVUF.97
Business for Arts and Culture	Istituto Europeo di Design	http://www.ied.it/venezia/scuola-management/corsi-master/business-administration-for-arts-and-cultural-events/CMG2095E#2YOmot0YRSvCaelF.97
Master in Management delle Risorse Artistiche e Culturali	IULM - Libera Università di Lingue e Comunicazione	http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/studiare-alla-iulm/master/management-delle-risorse-artistiche-e-culturali-marac
Master in arts management and administration	Università Bocconi	http://www.sdabocconi.it/en/specialized-master-full-time-executive/mama
Master on line in Tutela e valorizzazione del patrimonio culturale italiano all'estero	Università di Parma	http://www.tutela.icon-master.it/it
Master in Management dei Beni Culturali	Palazzo Spinelli Associazione	http://www.palazzospinelli.org/ita/course.asp?id=master&idn=1
Master in Management degli Eventi Artistici e Culturali	Palazzo Spinelli Associazione	http://www.palazzospinelli.org/ita/course.asp?id=master&idn=6
Master in Progettare Cultura	Politecnico di Milano - Università Cattolica Milano	http://almed.unicatt.it/almed-progettare-cultura-arte-design-imprese-culturali-scheda-di-presentazione-5916 - http://www.polidesign.net/it/progettarecultura
CRPC	Fondazione Fitzcarraldo	http://crpc.fitzcarraldo.it/
Management dei Beni Culturali	Artedata	https://www.artedata.it/corsi-master-online-matera-firenze/master-online/management-dei-beni-culturali/
Master I livello in Servizi educativi per il patrimonio artistico, dei musei storici e di arti visive	Università Cattolica Milano	https://offertaformativa.unicatt.it/master-servizi-educativi-per-il-patrim-artistico-dei-musei-storic-i-e-di-arti-visive

Master in New Media Communication e Interaction Design	IAAD istituto d'arte applicata e design (Turin)	https://www.iaad.it/master-in-new-media-communication/
Museology New Media and Museum Communication	IULM Milano	http://www.iulm.com/wps/wcm/connect/iulmcom/iulm-com/study-at-iulm/master-s-degrees/european-museology
Master in Communication Technologies and Multimedia	Università di Brescia	https://www.unibs.it/didattica/corsi-di-laurea-triennale-e-magistrale/ingegneria/corsi-di-laurea-magistrale/communication-technologies-and-multimedia-corsi-inglese
Master in Comunicazione, Social Media & Web Marketing	Up Level School of Management (Milano, Roma, Napoli)	https://www.uplevel.it/master/master-in-comunicazione-social-media-e-web-marketing/
Marketing & Digital Communication	LUMSA	
Science and Technology for the Conservation of Cultural Heritage	Sapienza	
Digital Animation Artist	SantaGiulia di belle arti	
Social Theatre	Sapienza	
"Sciences and Technologies for the Conservation of Cultural Heritage"	Sapienza	
Conservation and Restoration of Cultural Heritage	Università degli studi di Bari	
Corso di Alta Formazione Architettura di Rigenerazione	Yacademy - Bologna	https://www.yacademy.it/course/architettura-rigenerazione
Master in Museum Experience Design	IED Comunicazione (VE)	https://www.ied.it/venezia/scuola-management/corsi-master/museum-experience-design/CVVCCMI001_01
Master in Digital Communication Strategy	IED Milan, Rome, Naples	https://www.ied.it/corsi/master-comunicazione?activityId=701w0000000fTGD&gclid=EAIaIQobChMIu9qGk6v84AIVEflRCh29Vg30EAAYASABEgL1LvD_BwE
Master Social Media Marketing con stage garantito e retribuito	digital-coach.it	digital-coach.it
Master Web Marketing e Social Media con stage garantito e retribuito	digital-coach.it	digital-coach.it

“Architettura dell’Informazione e User Experience Design”	IULM Milano	https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/masterit/master-user-experience-design/home/home
Master in Tecnologie Integrate per i Beni Culturali	Palazzo Spinelli Associazione	http://www.palazzospinelli.org/ita/course.asp?id=master&idn=118
2nd level Specializing Master in Design for Arts and Cultural Innovation	Università degli studi di Torino e Politecnico di Torino	https://didattica.polito.it/master/design_for_arts/2017/introduction
Master in tecnologia dei supporti digitali (DMT)	EIT DIGITAL MASTER SCHOOL (Trento)	https://masterschool.eitdigital.eu/
Cultural Heritage Studies	Università della Basilicata	
Executive Master in Hotel Management & Digital Tourism 4.0	Sida Group Management Academy	
Bachelor Degree in Travel and Tourism Management	The American University of Rome	
Marketing multimediale per l’enogastronomia, l’ospitalità ed il turismo	IULM	https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/studiare-alla-iulm/master/progettazione-multimediale-enogastronomia
“Master’s of Hospitality and Tourism Management Degree “	IULM	https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/MasterEN/mtm/home
Corso Base di Turismo Responsabile	AITR	http://www.aitr.org/corso-base-turismo-responsabile-della-scuola-aitr-roma-15-17-marzo-2019/
Master in Promozione Turistica e Gestione dei beni e degli eventi culturali	Università di Bologna	https://master.unibo.it/turismoculturale/it
Master in Comunicazione per le Industrie Creative	Università La Cattolica Milano e Roma	https://offertaformativa.unicatt.it/master-servizi-educativi-per-il-patrim-artistico-dei-musei-storic-i-e-di-arti-visive-programma
Master in Cultura del Cibo e del Vino. Promuovere l’eccellenza made in Italy	Ca’ Foscari (VE)	https://www.unive.it/pag/4963/
Master di I livello “Patrimonio culturale ed enogastronomia”	UniNettuno	https://www.uninettunouniversity.net/it/master-patrimonio-culturale-enogastronomia.aspx
Corso per operatore per turismo esperienziale	Associazione X4U (Progetto Artès)	https://www.progettoartes.it/corsi-formazione-turismo/
Corso per operatore per turismo esperienziale	IET Milano	https://www.istitutoeuropeodelturismo.com/nuova/corsi/corso-operatore-turismo-esperienziale/
Tecnico Polivalente Superiore del Turismo	UET - Scuola Universitaria Europea per il Turismo	https://uetitalia.it/product/tecnico-polivalente-superiore-del-turismo-2/

Master in Tourism Strategy & Management	Università Bicocca	https://www.unimib.it/didattica/master-universitari/master-aa201718/tourism-strategy-and-management
Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali – Tourism Product Manager	Fondazione ITS Turismo e Attività Culturali	http://its-turismopiemonte.it/didattica/its-marketing-turistico/
Master in Sviluppo creativo e gestione delle attività culturali	Ca' Foscari / Scuola Holden	https://www.unive.it/pag/4970/
	LETTLAND	
Entrepreneurship and Management	Riga Technical University	
Business Administrator in Tourism	Information Systems Management Institute in Riga	
Bachelor in Event and Leisure Management	Turiba University	
International Media and Culture Management	Latvian Academy of Culture	
Bachelor in Event and Leisure Management	Riga Technical University	
Master in Sociology of Organizations and Public Administration	Latvia University of Life Sciences and Technologies	
Telecommunications, Bachelor	Riga Technical University	
Cultural Heritage Governance and Communication	Latvian Academy of Culture	
Master's in Cultural and Social Anthropology	University of Latvia	
Cultural and Intercultural Studies	Latvian Academy of Culture	
Cultural Heritage Governance and Communication	Latvian Academy of Culture	
Management of Information Systems	Transport and Telecommunication Institute	
Master in Information Technology	Liepaja University	
Audiovisual and Performing Arts	Latvian Academy of Culture	
Professional Master's degree in Business Administration	UN World Tourism Organization	
Management of Culture and Creative Industries	Latvian Academy of Culture	

Tourism and Hospitality Management	Turiba University	
Creative Industries	Latvian Academy of Culture	
	LITAUEN	
Fine Arts Studies and Curatorship	Vilnius Academy of Arts (VAA)	https://www.vda.lt/en/study_programs/undergraduate-ba/fine-arts-studies-and-curatorship-lt
European Heritage	European Humanities University	http://en.ehu.lt/studies/cultural-heritage-and-tourism/
MA programme in Historic and Cultural Heritage	European Humanities University	http://en.ehu.lt/studies/historic-and-cultural-heritage/
Recreation and tourism	Klaipėda University	https://web.liemsis.lt/kuis/stp_report_ects.card_ml?p_stp_id=695&p_year=2016&p_lang=EN&p_tinkl_kodas=B16NUD0695
Tourism Management and Heritage	Mykolas Romeris University	https://stdb.mruni.eu/studiju_programos_aprasas.php?id=10225&l=en
	LUXEMBURG	
Master in Learning and Communication in Multilingual and Multicultural Contexts	Université du Luxembourg	
Master en Médiation	Université du Luxembourg	
Master in European Contemporary History	Université du Luxembourg	
Master en Études Franco-Allemandes : Communication et Coopération Transfrontalières	Université du Luxembourg	
Bachelor en Cultures Européennes - Histoire	Université du Luxembourg	https://wwwde.uni.lu/studiengaenge/flshase/bachelor_en_cultures_europeennes_histoire
	MALTA	
Master in Cultural Management	University of Malta	ittc/um.edu.mt
Cultural Tourism MA	University of Malta	um.edu.mt
Master in Tourism	Institute for Tourism Studies	its.com.mt

POLEN		
Entrepreneurship and Marketing	Lublin University of Technology	http://www.study.lublin.eu/en/lublin-university-of-technology/entrepreneurship-management/575
Strategy, Programme and Project Management	Gdansk University of Technology	https://mba.pg.edu.pl/#start|0
Second-cycle Programme in Landscape Architecture	Cracow University of Technology	http://arch.pk.edu.pl/en/courses/landscape-architecture/second-cycle-study-programme-postgraduate/
Journalism and Social Communication Specialization-New Media	Adam Mickiewicz University Poznan	https://wnpid.amu.edu.pl/en/study-with-us/journalism-and-social-communication-en
Communication Management - Image Communication (advertising, public relations, branding)	University of Wroclaw	https://international.uni.wroc.pl/en/admission-full-degree-studies/programmes-english/communication-management-image-communication
Intercultural Communication in Education and the Workplace	Maria Curie-Sklodowska University	https://www.umcs.pl/en/intercultural-communication-in-education-and-the-workplace,14666.htm#page-1
Master Programme in Sociology, Specialisation Intercultural Mediation	University of Wroclaw - Institute of Sociology	https://international.uni.wroc.pl/en/admission-full-degree-studies/programmes-english/sociology-intercultural-mediation-19
MA in Culture, Media and Society	The Graduate School for Social Research (GSSR) at the Institute of Philosophy and Sociology of the Polish Academy of Sciences	http://www.css.edu.pl/programmes/maprogramme/
Games and Virtual Reality Design - Computer Games Graphics	University of Silesia in Katowice	http://admission.us.edu.pl/english/Games_Graphics
Innovation Management	Wielkopolska Business School	https://ue.poznan.pl/en/programmes,c7330/master,c7333/innovation-management,c9079/
Digital Marketing	Kozminski University	https://www.kozminski.edu.pl/digital_marketing/
M.Sc. Computer Science - Artificial Intelligence	Warsaw University of Technology	https://www.students.pw.edu.pl/index.php?id=130
Master in Intellectual Property and New Technologies	Jagiellonian University	https://welcome.uj.edu.pl/en_GB/programmes/ma-ipnt
Master of Arts (MA) in Stage Design & Fashion Design	University of Arts in Poznan	http://www.go-poland.pl/university-arts-poznan-2
Master of Fine Arts in Printmaking	The Eugeniusz Geppert Academy of Art and Design	https://www.asp.wroc.pl/?-module=StaticContent&con-troller=Main&id=1553&__seoName=MA+in+PRINTMAK-ING&lang=en

Tourism and Hospitality	University of Wroclaw	https://international.uni.wroc.pl/en/admission-full-degree-studies/programmes-english/tourism-and-hospitality-17
Tourism and Recreation	The Jerzy Kukuczka Academy of Physical Education in Katowice	https://www.en.awf.katowice.pl/studies/faculties-and-courses
International Tourism, Hotel Industry and Leisure Services	Warsaw School of Economics (SGH)	http://oferta.sgh.waw.pl/en/master/Pages/default.aspx
Interdisciplinary Studies: Integrated Manufacturing Systems	Silesian University of Technology	https://apply.polsl.pl/courses/course/41-msc-automation-and-robotics--integrated-manufacturing-systems-under-patronage-balluff-company?search=670
Master in Cultural Studies: Comparative Heritage Studies (COHES)	Jagiellonian University	https://welcome.uj.edu.pl/en_GB/programmes/ma-chs
PORTUGAL		
Máster Universitario en Patrimonio Cultural: La Eurorregion Galicia y Norte de Portugal	Universidad de Coruña	http://www.universia.es/estudios/universidade-da-coruna/master-universitario-patrimonio-cultural-eurorregion-galicia-norte-portugal/st/198799#
Máster en Patrimonio Cultural y desarrollo del territorio	Universidad Portucalense	https://www.uac.pt/pt-pt/mestrados-1#patrim-nio-museologia-e-desenvolvimento
Máster en Patrimonio, museología y desarrollo	Universidad dos Acores	https://www.uac.pt/
Máster en diseño de comunicación para el turismo y la Cultura	Universidad do Algarve	https://www.ualg.pt/pt
Máster en gestión de organizaciones turísticas	Universidad do Algarve	https://www.ualg.pt/pt
Máster en diseño de comunicación para el turismo y la cuiltura	Universidad do Algarve	https://www.ualg.pt/pt/curso/1748
Máster en estudios de Cultura	Universidad de Beira Interior	http://www.ubi.pt/Curso/1067
Máster en Turismo, territorio y Patrimonio	Universidad de Coimbra	http://www.uc.pt/
Máster en Patrimonio Cultural y museología	Universidad de Coimbra	https://apps.uc.pt/courses/PT/course/5901
Máster en Historia del arte y Patrimonio	Universidad de Lisboa	https://www.ulisboa.pt/
Máster en turismo y comunicación	Universidad de Lisboa	

Máster en gestión cultural	Universidad de Madeira	https://www.uma.pt/ensino/2o-ciclo/
Curso en Patrimonio de arquitecturta moderna	Universidad do Minho	https://cursosonline.uminho.pt/PT/pattropicais/Paginas/default.aspx
Máster en Historia y Patrimonio	Universidad do Porto	https://sigarra.up.pt/flup/pt/cur_geral.cur_view?pv_origem=CAND&pv_curso_id=464
Máster en Historia del arte, Patrimonio y Cultura visual	Universidad do Porto	https://sigarra.up.pt/flup/pt/cur_geral.cur_view?pv_origem=CAND&pv_curso_id=11162
Máster en emprendimiento y estudios de cultura	ISCTE. Instituto Universitario de Lisboa	https://www.iscte-iul.pt/
Máster en corservación y restauración de bienes culturales	Universidad Católica Portuguese. Área de las artes. Oporto	http://artes.porto.ucp.pt/pt/central-oferta-formativa/mestrado-em-conservacao-e-restauro-de-bens-culturais
Máster en gestíon de ICC	Universidad Católica Portuguese. Área de las artes. Oporto	http://artes.porto.ucp.pt/pt/central-oferta-formativa/mestrado-gestao-industrias-criativas
Máster en Turismo. Especializacíon en administración y gestíon del Turismo	Universidas Católica Portuguese. Área de filosofía y ciencias sociales. Braga	http://ffcs.braga.ucp.pt/mestrados/turismo
Máster en Turismo. Especializacíon en Turismo cultural y religioso	Universidas Católica Portuguese. Área de filosofía y ciencias sociales. Braga	http://ffcs.braga.ucp.pt/mestrados/turismo
	RUMÄNIEN	
Conservator of Artworks and Historical Monuments	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/conservator-opere-de-arta-si-monumente-istorice/
Cultural Goods Restorer	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/restaurator-bunuri-culturale/
Exhibit Room Manager and Custodian	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/gestionar-custode-sala/
The Rehabilitation of Historical Monuments	The Babes-Bolyai University	http://elearning.ubbcluj.ro/reabilitarea-monumentelor-istorice/ http://hiphi.ubbcluj.ro/Public/File/cursuri/Prezentare_Reabilitare.pdf http://hiphi.ubbcluj.ro/postuniversitar/reabilitare.html
Built Heritage Conservation training	The Transylvania Trust Foundation-The Banffy Castle	http://www.heritagetraining-banffycastle.org/index.php/en/bhct/built-heritage-conservation-training-centre
Museographer-General Museology	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregatire-pentru-patrimoniu-247.html

Custodian- Exhibit Room	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregatire-pentru-patrimoniu-247.html
Cultural Goods Conservator	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregatire-pentru-patrimoniu-247.html
Religious Heritage Cultural Guide	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregatire-pentru-patrimoniu-247.html
Cultural Goods Restorer	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregatire-pentru-patrimoniu-247.html
Digital Heritage Mangement	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregatire-pentru-patrimoniu-247.html
Museum Education Specialist	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/specialist-educatie-muzeala/
Heritage workshop-summer school	RPER Association, NGO	http://www.rper.ro https://www.facebook.com/asociatia.rper/photos/pb.553996691280639.-2207520000.1557735322./2606720122674942/?type=3&theater
Traditional museums in the digital world: Qulto workshop	Cultware SRL	https://qulto.eu/web/portal/current-news/-/tartalom/museum-workshop-2017-cluj-93829
The 6-th Edition of creatiVE Summer School in Virtual Environments	Ovidius University of Constanta by CeRVA Lab of the Faculty of Mathematics and Computer Science	http://creative.cerva.ro/2017#home
Museographer	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/muzeograf/
Curator	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/curator/
Management of collections	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/managementul-colectiilor-muzeale/
Binders used in the conservation of restoration of the built heritage	Cella Cosimex SRL and the Order of the Architects in Romania	https://www.oar-bucuresti.ro/anunturi/2015/05/22/f/ https://www.oar-bucuresti.ro/anunturi/2015/05/22/f/Propunere%20plan%20curs.pdf
Archeology and classic studies	The Babes-Bolyai University	http://hiphi.ubbcluj.ro/Public/File/planuri/Arheologie_2018.pdf http://hiphi.ubbcluj.ro/studii/master/arheologie_si_stclasice.html
Curator	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/curator/

Heritage and cultural tourism	The Babes-Bolyai University	http://hiphi.ubbcluj.ro/studii/master/Public/File/planuri/PTC_2018.pdf
Heritage and cultural tourism	The Alexandru Ioan Cuza University in Iaşi (UAIC)	http://history.uaic.ro/wp-content/uploads/2019/01/scan-PTC-Master_2018_2020.pdf
Research and exploitation of cultural heritage	The Babes-Bolyai University - The Hungarian History Institute	http://kmti.hiphi.ubbcluj.ro/oktatas/mesterkepzes#kokh
Research, conservation and valorisation of cultural heritage	The '1 Decembrie 1918' University in Alba Iulia	http://admitere.uab.ro/index.php?pagina=pg&id=17&l=ro#-FACULTATEA%20DE%20ISTORIE%20SI%20FILOLOGIE http://193.231.35.9/7upload/oferta_educationala_cercetarea,_conservarea_si_valorificarea_patrimoniului_cultural_zi.pdf
Creative Workshops for Industrial Heritage	Asociația Alba Verde- „Mina de idei Anina"-NGO (Anina Mine of Ideas)	https://e-zeppelin.ro/mina-de-idei-anina-ateliere-creative-pentru-patrimoniu-industrial/ https://www.facebook.com/MinaDeIdeiAnina/
Cultural Heritage Education, Agatonia School, Pottery School, Publications, Workshops, Summer Schools, Study trips, Team Building	The School from Piscu- The Gaspar, Baltasar & Melchior Association, NGO	http://lutars.piscu.ro/MainPage/Images/Prezentare-pentru-companii-Piscu-print.pdf http://piscu.ro/ http://lutars.piscu.ro/
SLOWAKEI		
Russian and East European Studies	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/en/katedry-a-odborne-pracoviska/katedra-rusistiky/studium-krvs/
One year study programme-Built Heritage Conservation and Development	Academia Istropolitana Nova (AINova)	http://www.ainova.sk/en/one-year-study-programme/
Training Course Management of World Heritage Sites	Academia Istropolitana Nova (AINova) in partnership with the Slovak Monument Board	http://www.ainova.sk/en/training-course-management-of-world-heritage-sites/
School of Traditional Building Crafts	Academia Istropolitana Nova (AINova)	www.ainova.sk/skola_remesiel
Improving traditional skills in protecting the European wooden heritage	Academia Istropolitana Nova (AINova)	
Monuments and cultural heritage	Constantine Philosopher University in Nitra	https://www.ff.ukf.sk/struktura-fakulty/pracoviska
Department of Culture and Tourism Management	Constantine Philosopher University in Nitra	https://www.ff.ukf.sk/struktura-fakulty/pracoviska
History	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/katedry_pracoviska/ksd/en/2SDSMDFTF.pdf

Information Studies	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/en/katedry-a-odborne-pracoviska/department-of-library-and-information-science/studium/
Literary Communication and Libraries	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/en/katedry-a-odborne-pracoviska/department-of-library-and-information-science/studium/
Information Studies	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/en/katedry-a-odborne-pracoviska/department-of-library-and-information-science/studium/
SLOWENIEN		
Masters of Arts in Intercultural Management	School of Advanced Social Studies	
Business Management and Organisation	University of Maribor	
European Business Studies, Bachelor	University of Maribor	
Business Management and Organisation	University of Maribor	
Management of public enterprises	University of Maribor	
Management, Organisation and Human Resources	University of Maribor	
Corporate Governance and Management	University of Maribor	
Master in Intercultural Business Communication	Euro-Mediterranean University (EMUNI University)	
Media Communications, Master	University of Maribor	
MBA - Management of Public Enterprises	University of Maribor Faculty of Economics and Business	
Comunicazione e Media	University of Primorska	
Media Communications	University of Maribor	
Computer and Information Science, Master	University of Liubliana	
Social Informatics, M.A.	University of Liubliana	
Telecommunications	University of Maribor	

Digital Arts and Practices	University of Nova Gorica	
Tourism Operations and Management Bachelor Programme	Doba Business School	https://www.dobabusiness-school.eu
Bachelor's programme in Digital Arts and Practices	Arts Academy of the University of Nova Gorica	
Master's programme in Media Arts and Practices	Arts Academy of the University of Nova Gorica	
Viticulture and Enology	University of Nova Gorica	
Cultural history	University of Nova Gorica	
Heritage tourism	University of Primorska	
SPANIEN		
Conservación y Gestión del Patrimonio Cultural	UNED, Universidad Nacional de Educación a Distancia	https://formacionpermanente.fundacion.uned.es/tp_actividad/idactividad/10683
Master in Cultural Management	UOC, Universidad Obierta de Catalunya	https://estudios.uoc.edu/documents/12253/1261065/MS49-ES-MUGC-AIH.pdf/3e63a3df-1d8a-4cba-b17d-31921e7765c9
Master en Patrimonio Cultural: identificación, análisis y gestión	Universitat Valencia	https://www.uv.es/uvweb/master-patrimonio-cultural-identificacion-analisis-gestion/es/master-patrimonio-cultural-identificacion-analisis-gestion-1285932165134.html
Máster Universitario en Patrimonio Cultural en el Siglo XXI: Gestión e Investigación	UCM - Universidad Complutense de Madrid + Universidad Politecnica de Madrid	https://www.ucm.es/master
Máster Universitario en Conservación del Patrimonio Cultural	UCM - Universidad Complutense de Madrid	https://www.ucm.es/masterconservacion/
Máster en Estudios Avanzados en Patrimonio Cultural: Historia, Arte y Territorio	Universidad de Jáen	https://www.ujaen.es/estudios/oferta-academica/masteres/master-universitario-en-estudios-avanzados-en-patrimonio-cultural-historia-arte-y
Máster Universitario en Dirección y Gestión de Industrias Culturales y Creativas	Universidad Europea Miguel de Cervantes- Instituto de Gestión Cultural y Artística	https://www.uemc.es/titulaciones-online/master-universitario-en-direccion-y-gestion-de-industrias-culturales-y-creativas
Máster universitario de Gestión cultural UOC-UdG.	UOC-UdG. Universitat Oberta de Catalunya - Cat	https://estudios.uoc.edu/es/masters-universitarios/gestion-cultura/presentacion //http:/gestiocultural.blogs.uoc.edu

Master en Gestion Cultural	UCIIM - Universidad Carlos III de Madrid	https://www.uc3m.es/master/gestion-cultural
Máster Universitario en Conservación y Restauración de Bienes Culturales	Universitat Politècnica de València - Departamento de Conservación y Restauración de Bienes Culturales	http://www.upv.es/titulaciones/MUCRBC/
Máster en Habilidades para la Gestión del Patrimonio Cultural».	3 Universidades: Universidad León, Valladolid y Burgos	http://masterhabilidadespatrimonio.com
Postgrado en Gestión de Museos y Patrimonio Cultural	UIC Barcelona	http://www.uic.es/es/estudis-uic/humanidades/postgrado-gestion-museos
Master en Universitarion en Evaluación y Gestion del Patrimonio Cultural	Universidad Salamanca	http://mastergestionpatrimonio.usal.es
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO	UDIMA	https://aprende.liceus.com/wp-content/uploads/2017/01/ARQUEOLOGIA.pdf
Máster en Patrimonio mundial y proyectos culturales para el desarrollo	Universitat de Barcelona	http://www.ub.edu/cultural/master-en-patrimoni-mundial-i-projectes-culturals-per-al-desenvolupament-2/?lang=es
Máster en Gestión y Dinamización Turística del Patrimonio	cETT - UB	https://www.cett.es/elearning/es/turismo/master/master-en-gestion-y-dinamizacion-turistica-del-patrimonio
Experto en Estrategia de Públicos	Universidad de Deusto	https://www.deusto.es/cs/Satellite/deusto/es/masteres/estudios-masteres/experto-en-estrategia-de-publicos/programa
3 training programmes : HEI, A&H Students, Businesses	INNOGATE TO EUROPE - Arts&Humanities Entrepreneurship Hub	https://www.artshumanitieshub.eu/
Trainning modules (no name at this moment)	HERITAGE - PRO	https://www.artshumanitieshub.eu/
Máster de Gestión del Patrimonio Cultural y Museología	Universitat de Barcelona	http://www.ub.edu/estudis/es/mastersuniversitaris/patrimonicultural/presentacion
Curso de Especialización Universitaria en Evaluacion y Gestión de Patrimonio Cultural	IGECA, Instituo de Gestión Cultural y Artistica and UEMC, Universidad Europea Miguel De Cervantes	http://igeca.net/tecnico-evaluacion-gestion-patrimonio-cultural
	SCHWEDEN	
Master Programme in Digital Humanities	Uppsala University	https://www.abm.uu.se/digitalhumanities/
Heritage Academy	Centre for Critical Heritage Studies at the University of Gothenburg	https://criticalheritagestudies.gu.se/clusters+and+heritage+academy/heritage-academy

Master: Cultural Heritage and Sustainability	Uppsala University	http://www.uu.se/en/admissions/master/selma/program/?pInr=KUL-H&pKod=HHU2M&lasar=19%2F20
MA: “Digital Narration: Game and Cultural Heritage”	University of Skvöde	https://www.his.se/en/Prospective-student/education/Masters-Studies/Digital-Narration-Game-and-Cultural-Heritage/
	NIEDERLANDE	
Bachelor programme Arts and Culture	Maastricht University	https://www.maastrichtuniversity.nl/nl/fasos
Erfgoedstudies	Vrije Universiteit Amsterdam	
Toerisme en Recreatie	LOI Hogeschool	www.loi.nl/hogeschool/toerisme-en-recreatie?utm_source=-google&utm_medium=cpc&utm_campaign=163052216&utm_content=14431-5FR6WTMX-FK5QM-310664106431&utm_term=&kwd_id=14431-5FR6WT-MXFK5QM-310664106431&gclid=EAIaIQobChMIvM2hof_l4gIVr7ftCh0YywQQEAAYAiAAEgJBiPD_BwE
Tourism management	Breda University of Applied Sciences	www.buas.nl/en/programmes/tourism-management
Master in Arts and Heritage	Maastricht University:	https://www.maastrichtuniversity.nl/nl/fasos
	Faculty of Arts and Social Sciences	
Heritage studies - a spacial perspective on heritage (interdisciplinary approach)	Vrije Universiteit Amsterdam	
NWO Programme heritage Education	Eurasmus University Rotterdam	www.eur.nl/en/eshcc/research/centre-historical-culture/research-programs-and-projects/nwo-program-heritage-education-1
	VEREINIGTES KÖNIGREICH	
Master in Cultural Heritage	University of Leicester	https://le.ac.uk/
Master in Cultural Heritage	Staffordshire University	http://www.staffs.ac.uk/
Master in Cultural Management	University of Warwick	https://warwick.ac.uk
Master in Cultural Management	University College London	https://www.ucl.ac.uk/
Master in Cultural Management	University of Westminster	https://www.westminster.ac.uk/

Master in Cultural Management	Goldsmiths	https://www.gold.ac.uk/
Master in Cultural Management	Newcastle University	https://www.ncl.ac.uk/
Diploma in Cultural Management	University of Liverpool	https://www.liverpool.ac.uk/online-programmes/
Diploma in Cultural Management	University of Manchester	https://www.manchester.ac.uk/study/online-blended-learning/
Master in CCIs	Cardiff University	https://www.cardiff.ac.uk/study/postgraduate/taught/courses/course/cultural-and-creative-industries-ma
Master in Cultural Management	St Andrews University	https://www.st-andrews.ac.uk/
Master in cultural management	Edinburgh University	https://www.ed.ac.uk/
Matster in cultural manage ent	Stirling University	https://www.stir.ac.uk/
professional development	AMA UK	https://www.a-m-a.co.uk/
professional development	Artsworks Ltd	artswork.org.uk
professional development	Arts Reach Ltd	artreach.biz/contactus
professional development	AMA UK	https://www.a-m-a.co.uk/

Anhang 2. Andere Erasmus + -Projekte, die als Beispiel analysiert wurden Das Projekt hat innoviert. Quellen für Schreibtischrecherche

Nummer	Erasmus + Name des Projekts	Beschreibung des Projekts
1	*The Future of Cultural Heritage in Modern Europe*	*The project aims at developping innovative scientific and pedagogical methods on the field of European cultural heritage.*
2	*European Heritage value to permit knowledge efficiency triangle: education, research, innovation*	*The project include an innovative pedagogy based on creativity and innovation to ensure the effectiveness of the knowledge triangle (education / research / innovation).*
3	*Co-creative cooperation in the field of culture and heritage*	*The aim of the project is to compile good practise and innovative approaches for a co-creative cooperation between volunteers and professionals active in cultural heritage.*
4	*Educational Digital Innovative CUltural heritage related Learning Alliance*	*The project will raise awareness of the importance of Europe's cultural heritage through education, including actions to support skills development, social inclusion, critical thinking and youth engagement.*
5	*MUSA - European young MUsicians soft Skills Alliance*	*The project will support innovation in the vocational training sector, which has its overall objective in the development of key competences.*
6	*Building links between education, research and innovation on the foundation of our shared cultural heritage*	*The aim of project is to strengthen the links between innovation, research and education within the context of higher education by designing, developing, implementing and testing the effectiveness of a new developed Joint Multidisciplinary Curriculum.*

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Publikation stellt keine Billigung des Inhalts dar, der ausschließlich die Meinung der Autoren wiedergibt, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

