Studierenden Service Center
Gebäude 21.02
Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf

Telefon 0211 81-12345
E-Mail studierendenservice@hhu.de

Studierendenservice im SSC

Information und Beratung www.hhu.de/studieninteressierte
Studiengänge an der HHU www.hhu.de/studienangebot
Auslandsaufenthalt www.hhu.de/internationales

Studierendenservice HHU
ssc_hhu

hhu Heinrich Heine Universität Düsseldorf

Kunstvermittlung und Kulturmanagement

Master of Arts

Fakten

Fakultäten	Philosophische Fakultät; Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Abschluss	Master of Arts [M.A.]
Regelstudienzeit	4 Semester
Studienstart	Wintersemester
Zulassungs-voraussetzungen	zulassungsfrei; Nachweis der besonderen Eignung erforderlich
Informationen	https://linktr.ee/kuk_hhu

Ansprechpartner*innen im Fach

Fachstudienberatung

Institut für Kunstgeschichte
Studiengangsleitung: *Univ.-Prof. Dr. Ulli Seegers*
Gebäude: 24.51, Ebene 00, Raum 32
Telefon +49 211 81-14632
E-Mail seegers@hhu.de
www.kuk.hhu.de

Akademische Ratsstelle für den Bereich Kulturmanagement
Dr. Julia Römhild
Gebäude: 24.31, Ebene 02, Raum 32
Telefon +49 211 81-15223
E-Mail julia.roemhild@hhu.de
www.kuma.hhu.de

Fachschaftsrat Kunstgeschichte
Gebäude 24.21, Ebene 06, Raum 74
Telefon +49 211 81-15373
E-Mail fskunstge@hhu.de
www.kunstgeschichte.hhu.de/institut/fachschaft

Fotos: © HHU/Ivo Mayr (1); © Hartmut Bühler (2, 3/4, 7)

Stand: 04/2026

hhu.de

Der Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ (KuK) führt Lehre und Forschung auf den Gebieten der Vermittlung und des Managements von Kunst und Kultur zusammen. Damit positioniert er sich als eine der wichtigsten Instanzen der akademischen Auseinandersetzung mit dem interdisziplinären Arbeits- und Forschungsfeld in Deutschland.

Der Kompetenzerwerb in unterschiedlichen Bereichen der Kunstvermittlung und des Kulturmanagements steht im Vordergrund: Neben einem systematischen Grundlagenwissen der Kunstgeschichte und der BWL werden umfassende theoretische und praktische Kenntnisse multiperspektivisch gefördert sowie kunstwissenschaftliche Konzepte der Vermittlung gelehrt und erprobt. Dabei bilden die interfakultäre Verzahnung des Studienangebots und die strategische Kooperation mit einer Vielzahl von außeruniversitären Partnern aus der vielseitigen Kunst- und Kulturlandschaft an Rhein und Ruhr die tragenden Säulen des Studiengangs. Die stete Aktualisierung in Forschung und Lehre unter Berücksichtigung der wissenschaftlichen, rechtlichen und kulturpolitischen Rahmenbedingungen sowie die individuelle Betreuung der Studierenden definieren den Qualitätsanspruch des Studiengangs.

Der Masterstudiengang hat zum Ziel, wissenschaftliche und praktische Diskurse der Kunstvermittlung und des Kulturmanagements zu reflektieren, zu erschließen und analysierend zu verbinden.

Des Weiteren werden gezielt Wissens- und Handlungskompetenzen in den Bereichen der Museologie, des Kunsthandels, der Provenienzforschung und der Kunstvermittlung entwickelt.

Externe Praktika, Teamprojekte und Exkursionen ermöglichen den Studierenden praxisbezogenes Lernen und Forschen.

Das starke Netzwerk in der Region fördert zudem den persönlichen Austausch mit Expert*innen. Wegweisend hierfür sind das exklusive Mentoring-Programm „Mentoring@KuK“ sowie die Fachgespräche und Exkursionen im Rahmen der „Art Talks & Art Walks“.

Durch vielfältige interdisziplinäre Bezüge und die eigenständige Schwerpunktbildung wird die Entwicklung individueller Spezialisierungen gefördert.

Berufsperspektiven

Das Studium bereitet Absolvent*innen auf qualifizierte und leitende Positionen im Kunst- und Kulturbereich sowie auf eine fachlich einschlägige Promotion vor.

Es werden neben fachspezifischem Wissen auch berufsrelevante Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre und Kunstgeschichte, Kompetenzen in der kuratorischen Praxis, der personellen, medialen und digitalen Kunstvermittlung, dem Ausstellungsmanagement und Kunsthandel sowie Grundlagen des Personalmanagements, Kulturmarketings und Kunstrechts vermittelt.

Berufliche Perspektiven eröffnen sich u. a. in Museen und Kunstvereinen, im Kunsthandel (u. a. Galerien, Auktionshäuser) und dem Ausstellungswesen in privaten Sammlungen inkl. Corporate Collections, im Stiftungs- und Verlagswesen sowie in weiteren Bereichen des Kultursektors (u. a. Konzert- und Opernhäuser, Festivals).

Modulübersicht

Grundlagen Kunstgeschichte	Grundlagen Betriebswirtschaftslehre	Kunst- und Kulturmanagement	Praxisbereich
Seminar: Grundlagen der Kunstgeschichte 1: Spätantike bis Neuzeit [2 SWS / 6 LP]	Vorlesung: Einführung in die BWL und das wissenschaftliche Arbeiten [2 SWS / 4 LP]	Vorlesung: Einführung in das Kulturmanagement [2 SWS / 4 LP]	Exkursion [mind. 5 Tage / 5 LP]
Seminar: Grundlagen der Kunstgeschichte 2: Neuzeit bis Gegenwart [2 SWS / 6 LP]	Vorlesung: Rechnungswesen [2 SWS / 4 LP]	Praxisseminar Publikumsforschung [2 SWS / 4 LP]	Praktikum inkl. Bericht [mind. 4 Wochen / 5 LP]
Übung: Kunst an Rhein und Ruhr [2 SWS / 2 LP]	Vorlesung: Personal und Organisation [2 SWS / 4 LP]	zwei Vorlesungen mit inhaltlicher Spezialisierung [à 2 SWS / 4 LP]	Teamprojekt inkl. Bericht [10 LP]
Übung: Wissenschaftliches Arbeiten in der Kunstgeschichte [2 SWS / 2 LP]	Vorlesung: Marketing und Strategie [2 SWS / 4 LP]		
[16 LP]	**[16 LP]**	**[16 LP]**	**[20 LP]**
Vertiefungsbereich Kunstwissenschaft	**Vertiefungsbereich Betriebswirtschaftslehre**	**Anwendungsbereich**	**Examensbereich**
Kunst und Kulturvermittlung [2 SWS / 6 LP]	BWL - Personalmanagement [8 SWS / 16 LP] ***oder*** zwei Vertiefungsmodule BWL [à 4 SWS / 8 LP]	Theorie und Praxis des Ausstellens und Archivierens [2 SWS / 6 LP]	Kolloquium [2 SWS / 2 LP]
Museums- und Kunstmarktwissenschaften / Sammlungsgeschichte / Provenienzforschung [2 SWS / 6 LP]		Digitalität in Kunst und Kultur [2 SWS / 6 LP]	Masterarbeit [20 LP]
Kunstgeschichte [2 SWS / 6 LP]			
[18 LP]	**[16 LP]**	**[12 LP]**	**[22 LP]**