

Anmeldung

Die Konferenzgebühr von 50.- € beinhaltet die Teilnahme an den wissenschaftlichen Veranstaltungen der gesamten Konferenz

Die Gebühr ermäßigt sich für Studierende auf 25.- €

Die Anmeldung erfolgt per Post, Fax oder e-mail und wird per e-mail bestätigt. Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, empfehlen wir eine frühzeitige Anmeldung.



Ja,
ich habe die Bedingungen
zur Kenntnis genommen
und melde mich verbindlich
zur Konferenz Kulturbranding? an.

Institution
Name
Straße
PLZ / Ort
Telefon / Fax
e-mail
Datum / Unterschrift

Bitte
fernreichen!

Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar
Studiengang Kulturmanagement
Herrn Dr. Ralph Philipp Ziegler
Platz der Demokratie 2/3
99423 Weimar

Veranstalter:

Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar
Prof. Dr. Steffen Höhne / Dr. Ralph Philipp Ziegler
Institut für Musikwissenschaft Weimar-Jena
Studiengang Kulturmanagement
Platz der Demokratie 2/3
99423 Weimar

Ansprechpartner:

Dr. Ralph Philipp Ziegler
Telefon+49 (0) 36 43 555 128
(Di-Do 10:00-17:00)
Fax +49 (0) 36 43 555 130
kulturmanagement@hfm-weimar.de
www.hfm-weimar.de/kulturmanagement

Kooperationspartner:

Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar
weim|art e.V.
Friedrich-Schiller-Universität Jena
Kulturmanagement Network
H-Net Network for Museums and Museum Studies

Informationen auch unter
www.hfm-weimar.de/kulturmanagement



Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar

3. - 5. November 2005

Wissenschaftliches Symposium
zu Konzepten und Perspektiven
der Markenbildung im Kulturbereich

Kulturbranding?

Donnerstag, 3. November 2005

hochschulzentrum am horn, Seminarraum 1 (3. Stock)
Moderation: Steffen Höhne (Weimar)

14:00 Ulrike Rynkowski-Neuhof (Weimar)
Begrüßung

14:15-15:00 Andrea Hausmann (Frankfurt/Oder)
*Die Kunst des Branding: Kulturbetriebe
im 21. Jahrhundert erfolgreich positionieren*

15:30-16:00 Michael Kaufmann (Essen)
*Markenmanagement in der Präsentation
von Kultur am Beispiel der Philharmonie Essen*

16:00-16:30 Gerhard Panzer (Dresden)
*Kultur-Marken und Stadtimage
am Beispiel der documenta*

16:30-17:00 Volker Jänich (Jena)
*Kulturbranding
und aktuelle Strömungen im Markenrecht*

17:30-18:15 Stefan Schulte (Dresden)
*Marke und Kultur -
Die Gläserne Manufaktur Dresden*

Freitag, 4. November 2005

hochschulzentrum am horn, Hörsaal (3. Stock)
Moderation: Andrea Hausmann (Frankfurt/Oder)

09:30-10:00 Klaus Siebenhaar (Berlin)
*Der notwendige Unterschied: Markenbildungs-
prozesse als Teil umfassender Markenstrategien*

10:00-10:30 Klaus Klemp (Frankfurt/Main)
Probleme kommunaler Markenbildung

11:00-11:30 Christian Ebert (Berlin)
*Die Stadt als Marke: Identitätsorientiertes
Stadtmarketing am Beispiel der Stadt Münster*

11:30-12:30 Franz Liebl (Berlin)
*Erkenntnisse aus kulturellem Handeln
als Grundlage eines allgemeinen
Strategischen Marketings*

12:30-14:30 Mittagspause

hochschulzentrum am horn, Hörsaal (3. Stock)
Moderation: Peter Hegwein (Weimar)

14:30-15:00 Hans-Joachim Frey (Dresden)
*Starke Kultur-Marken als Partner für die
Wirtschaft am Beispiel der Semperoper*

15:00-15:30 Uli Kostenbader (Stuttgart)
*Qualitäten von Markenmanagement
im Kulturbereich für die Partnerschaft
mit der Wirtschaft*

16:00-16:30 Ralph Philipp Ziegler (Weimar)
*Fragen der Markenführung im
Kulturbereich zwischen Erzeugnis-
und Dienstleistungscharakter*

16:30-17:15 Uwe Hellmann (Berlin/Halle)
Ist Kultur markentauglich?

17:30-18:15 Ralf Terlutter (Saarbrücken)
Kulturmarke und Lebensstil

Samstag, 5. November 2005

hochschulzentrum am horn, Hörsaal (3. Stock)
Moderation: Ralph Philipp Ziegler (Weimar)

09:30-10:00 Thorsten Hennig-Thurau (Weimar)
*Künstler als "Ingredient Brands"
für Kulturgüter?*

10:00-10:30 Torsten Heitjans (Weimar)
Brand Extensions von Kulturgütern

11:00-11:30 Ian Pascal Volz (Berlin)
*Der Einfluß der Onlinedistribution und
-präsentation auf die Nachfrage im Musikmarkt*

11:30-12:00 Marcel Engh (Berlin)
*Popstar als Marke - Ein Beitrag zum
ganzheitlichen Markenmanagement populärer
Musik aus identitätsorientierter Perspektive*

Kulturbranding?

MoMA, Semperoper, Deutsche Grammophon & Co.: Was Leuchttürmen der Hochkultur scheinbar perfekt gelingt, hat sich zum hochaktuellen Diskussionsthema im Kulturmanagement entwickelt: Markenmanagement für Kulturinstitutionen. Ob Staatstheater oder Stadtbücherei allenthalben wird angestrengt nach Alleinstellungsmerkmalen und schlüssigen Strategien gesucht, die gerade das eigene Haus zur ‚Marke‘ stilisieren und damit bei schwindenden öffentlichen Förderungen die Existenz der Institution sichern helfen sollen.

Auf der Basis einer praxisrelevanten Verbindung von Theorie und Empirie sollen im Rahmen der Konferenz Entwürfe von Anwendungskonzepten für Kulturprodukte, -dienstleistungen und -institutionen diskutiert werden - aus ökonomischer, soziologischer, kommunikationswissenschaftlicher, kulturmanagerialer und kulturphilosophischer Sicht.

Neben einführenden Beiträgen sollen anhand von ausgewählten Beispielen und Fallstudien die Kulturinstitutionen, ihre Akteure („Stars“) sowie die Rolle der Medien im Hinblick auf Prozesse des Branding im Kulturbereich untersucht werden.

Als praktischer Anwendungsentwurf für die aktuelle Praxis wird im Rahmen der Konferenz ein integrierendes Kulturmarken-Konzept für das Capitol Theater Offenbach/Main präsentiert, das ab 2006 umgesetzt werden wird.