

Konferenzplan "Kulturbranding?"

Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar - Studiengang Kulturmanagement
Platz der Demokratie 2/3 - 99423 Weimar
Tel.: 03643 / 555128 - Fax: 03643 / 555130
Mobil (nur während der Konferenz) 0163 / 29 37 151
www.hfm-weimar.de/kulturmanagement - kulturmanagement@hfm-weimar.de

Donnerstag, 3. November 2005

Neuer Ort: Forum Seebach, Marie-Seebach-Stiftung, Tiefurter Allee 8, 99425 Weimar

Moderation: Prof. Dr. Steffen Höhne (Studiengang Kulturmanagement – Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar)

14:00-14:15

Prof. Ulrike Rynkowski-Neuhof (Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar)

Begrüßung

14:15-15:00

Prof. Dr. Andrea Hausmann (Juniorprofessur Kulturmanagement - Europa Universität Viadrina - Frankfurt/Oder)

Die Kunst des Branding: Kulturbetriebe im 21. Jahrhundert erfolgreich positionieren

15:30-16:00

Michael Kaufmann (Intendant Philharmonie Essen)

Markenmanagement in der Präsentation von Kultur am Beispiel der Philharmonie Essen

16:00-16:30

Dr. Gerhard Panzer (Studiengang Kulturmanagement TU Dresden)

Kultur-Marken und Stadtimage am Beispiel der documenta

16:30-17:00

Prof. Dr. Volker Jänich (Rechtswissenschaftliche Fakultät Friedrich-Schiller-Universität Jena)

Kulturbranding und aktuelle Strömungen im Markenrecht

17:30-18:30

Stefan Schulte (Geschäftsführer Gläserne Manufaktur Dresden)

Marke und Kultur – Die Gläserne Manufaktur Dresden

Freitag, 4. November 2005

Tagungsort wie angegeben: hochschulzentrum am horn

Carl-Alexander-Platz 1, 99425 Weimar, Hörsaal (4. Stock)

Moderation: Prof. Dr. Andrea Hausmann (Europa Universität Viadrina, Frankfurt/Oder)

09:30-10:00

Prof. Dr. Klaus Siebenhaar (Institutsleiter Institut für Kultur- und Medienmanagement, Freie Universität Berlin)

Der notwendige Unterschied: Markenbildungsprozesse als Teil umfassender Markenstrategien

10:00-10:30

Dr. Klaus Klemp (Leiter der Kulturabteilung des Amtes für Wissenschaft und Kunst der Stadt Frankfurt/Main)

Probleme kommunaler Markenbildung

11:00-11:30

Dr. Christian Ebert (Deutsche Bahn AG – Konzernmarketing Marketingprozesse und Marketingcontrolling Berlin)

Die Stadt als Marke – identitätsorientiertes Stadtmarketing am Beispiel der Stadt Münster

11:30-12:30

Prof. Dr. Franz Liebl (Lehrstuhl für Strategisches Marketing – Universität der Künste Berlin)

Erkenntnisse aus kulturellem Handeln als Grundlage eines allgemeinen strategischen Marketings

12:30-14:30

- Gelegenheit zum Mittagessen -

hochschulzentrum am horn, Carl-Alexander-Platz 1, 99425 Weimar, Hörsaal (4. Stock)
Moderation: Peter Hegwein (Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar)

14:30-15:00

Hans-Joachim Frey (Operndirektor Sächsische Staatsoper „Semperoper“ - Dresden)
Starke Kultur-Marken als Partner für die Wirtschaft

15:00-15:30

Dr. Uli Kostenbader (Geschäftsführer Vodafone Stiftung - Stuttgart)
Qualitäten von Markenmanagement im Kulturbereich für die Partnerschaft mit der Wirtschaft

16:00-16:30

Dr. Ralph Philipp Ziegler (Studiengang Kulturmanagement – Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar)
Probleme der Markenführung im Kulturbereich zwischen Erzeugnis- und Dienstleistungscharakter

16:30-17:15

PD Dr. Uwe Hellmann (Institut für Kulturwissenschaft – Universität Leipzig)
"Ist Kultur markentauglich?"

17:30-18:15

PD Dr. Ralf Terlutter (Institut für Konsum- und Verhaltensforschung der Universität des Saarlandes)
Kulturmarke und Lebensstil

20:00 Uhr

- Gelegenheit zum gemeinsamen Abendessen / Köstritzer Schwarzbierhaus, Scherfgasse 4, 99423 Weimar -

Samstag, 5. November 2005

hochschulzentrum am horn, Carl-Alexander-Platz 1, 99425 Weimar, Hörsaal (4. Stock)
Moderation: Dr. Ralph Philipp Ziegler, Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar)

09:30-10:00

Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau (Professur für Marketing und Medien – Bauhaus Universität Weimar)
Künstler als "Ingredient Brands" für Kulturgüter?

10:00-10:30

Capitol Theater Offenbach / Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar
Präsentation eines integrierten Markenkonzeptes für das Capitol Theater Offenbach

11:00-11:30

Ian Pascal Volz (Berliner Opernstiftung)
Der Einfluß der Onlinedistribution und -präsentation auf die Nachfrage im Musikmarkt

11:45-12:15

Marcel Engh (Sony BMG Music Entertainment - London)
Popstar als Marke - Ein Beitrag zum ganzheitlichen Markenmanagement populärer Musik aus identitätsorientierter Perspektive