

Prof. Ellen Lissek-Schütz
Kultur und Management
Studiengang Kulturarbeit

**„Viel Kult um Marketing?“ – Positionen und Praxisberichte
Ringvorlesung zum Marketing im deutschen Kulturbetrieb, an der FH Potsdam, 1999**

Für das Sommersemester 1999 ist eine Vortragsreihe zum Kulturmarketing geplant - eine in Deutschland neuen, noch umstrittenen Disziplin des Kulturmanagements. Ziel dieser Ringvorlesung ist es, durch die Berichte aus Theorie und Praxis einen realistischen Einblick in den Stand von Diskussionen und Projekten des Kulturmarketing zu gewinnen.

Dr. Bernd Meyer, Kulturdezernent des Deutschen Städtetages, Köln-Berlin:
„Feste feiern – aber wie? Für und wider eine Eventkultur in den Städten“
21. April 1999, 10.30-12.00 Uhr

Prof. Dr. Armin Klein, Professor für Kulturwissenschaften und Kulturmanagement,
Studiengang Kulturmanagement, Pädagogische Hochschule Ludwigsburg:
„Kulturmarketing in der Erlebnisgesellschaft“
Termin: 28.04.99, 11.00-12.30 Uhr

Dr. Hans Walter Hütter, Stellvertretender Direktor der Stiftung Haus der
Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn:
„Marketing und Merchandising in Museen“
Termin: 26. Mai 1999, 11.00-12.30 Uhr

Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Leiter der Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen
Theaters und Leiter des Instituts für Kultur- und Medienmanagement, Hochschule für
Musik „Hanns Eisler“, Berlin:
„Das Menschenhaus“. Kulturmarketing am Deutschen Theater, Berlin
Termin: 09. Juni 1999, 11.00-12.30 Uhr

Claudia Apel-Köhler, Geschäftsführerin der Potsdam Touristik und Marketing GmbH
„Tourismus-Marketing am Beispiel des Projekts Schlössernacht in Potsdam“
Termin: 23. Juni 1999, 11.00-12.30 Uhr

Dr. Lutz Vogel, Leiter der Stadtkulturdirektion, Kulturhauptstadt Weimar
„Event-Marketing in der Kulturhauptstadt Weimar“
Termin: 30. Juni 1999, 11.00-12.30 Uhr

Fortsetzung:

Prof. Dr. Ulrich Eckhardt, Intendant der Berliner Festspiele
„Sinn und Tat – Eventkultur und die Verantwortung des Kulturmanagers“
Termin: 14. Dezember 1999