

Prof. Ellen Lissek-Schütz
Kultur und Management
Studiengang Kulturarbeit

Ringvorlesung „KulturMarketing - MarketingKultur“ an der FH Potsdam, 2003

Ohne Marketing gibt es keinen Unternehmenserfolg - das gilt zunehmend auch für den Kulturbetrieb. Wer als kultureller Anbieter auf Dauer bestehen will, muss seine Zielgruppen kennen und sein Angebot entsprechend positionieren. Kulturmarketing will aber nicht nur reagieren („Feuerwehrmarketing“), sondern eigene Akzente setzen: als strategisches „Marketing für die Kultur“. Doch: wie sieht das in der Praxis aus?

Der Studiengang Kulturarbeit an der Fachhochschule Potsdam bietet seit 1999 unter Leitung von Prof. Ellen Lissek-Schütz, Kultur und Management, eine Ringvorlesung an, in der PraktikerInnen und WissenschaftlerInnen verschiedener Fachgebiete über ihre Erfahrungen und ihre Positionen zum Marketing im deutschen Kulturbetrieb berichten. Zu den Vorträgen mit anschließender Diskussion im Sommersemester 2003 sind Interessierte herzlich eingeladen!

Die Vorträge finden jeweils mittwochs von 12 -13.30 Uhr an der FH Potsdam, Pappelallee 8-9, im Haus 3, Raum 1.12 (Hörsaal) statt.

Sebastian Ehlert, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Choriner Musiksommer, Kulturfeste im Land Brandenburg (Absolvent des Studiengangs Kulturarbeit),
Mittwoch, 16. April 2003:

„Tradition und Konservatismus im Musikbetrieb - Barrieren für das Kulturmarketing?“

Dr. Silke Zimmermann, Marketingleiterin, Internationale Filmfestspiele Berlin,
Mittwoch, 23. April 2003:

„Aber die Kinos sind doch schon voll!? - Aspekte des Marketing für die Premium-Marke Berlinale“.

Gaby Hofmann, Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Berliner Ensemble, 7. Mai 2003:

"Aufrecht gehn! - Lieber gutes Theater machen als Marketing: Das Berliner Ensemble unter Claus Peymann".

Dr. Anja Dauschek, LORD Cultural Resources GmbH, Büro Deutschland, Berlin, 14. Mai 2003:

"Missions & Visions - die Bedeutung von Zielsetzungen im Management und Marketing von Museen".

Dr. Matthias Rädels, Stellvertretender Geschäftsführender Direktor, Deutsche Oper Berlin, 28. Mai 2003:

„Corporate Identity und Imagepolitik: Identitätsorientierte Führung von Opernhäusern".

Weitere Informationen sind erhältlich bei Prof. Ellen Lissek-Schütz,
Studiengang Kulturarbeit, Fachhochschule Potsdam, elissek@t-online.de.