

## Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort des Herausgebers</i>	
Starke Marken im Kulturbetrieb .....	9
<i>Armin Klein</i>	
Markenbildung im Kulturbetrieb .....	10
<i>Kai-Uwe Hellmann</i>	
Kulturbranding als Kulturburning? .....	22
<i>Elisa Bortoluzzi Dubach</i>	
Kultursponsoring als Instrument der Markenführung .....	38
<i>Alessandra Bonetti Rubelli</i>	
Sponsoring, Fundraising, Brand-Awareness .....	53
<i>Christophe Monin</i>	
The Brand Louvre: No creation of value without cultural development .....	66
<i>Ralf Kitzberger</i>	
Die Marke und ihr Schutz – Markenrecht .....	75
<b>Kulturinstitutionen als starke Marken</b>	
<i>Maurice Lausberg</i>	
Die Bayerische Staatsoper – eine starke Marke im Umbruch .....	83
<i>Erich W. Hacker</i>	
Starke Marke Schloss Kapfenburg – Eine Herausforderung .....	92
<i>Hannelore Vogt</i>	
Chancen des Markenmanagements für Bibliotheken .....	103

## Die Marke „Kulturhauptstadt Europas“

*Manfred Gaulhofer*

„Graz 2003 – Kulturhauptstadt Europas“ als starke Marke ..... 117

*Jürgen Steiner*

Essen und das Ruhrgebiet – Kulturhauptstadt Europas 2010 ..... 131

*Elke Mai*

Bewerberin Kulturhauptstadt Europas 2010: Karlsruhe ..... 137

*Edda Rydzy*

Netzwerk europäische Kulturhauptstädte ..... 144

## Marken im Kulturtourismus

*Patrick Bartos*

Eine Premium-Marke im Kulturtourismus.

Eine Premium-Marke? Im Kulturtourismus? ..... 149

*Christian Schützinger*

Zukunftsstrategie Kulturtourismus Vorarlberg 2010+ ..... 158

*Annina Bertogg*

Kultur in der Markenstrategie des Kantons Graubünden ..... 161

*Stephan Opitz*

Kulturtourismus in Schleswig-Holstein – eine neue Entwicklung ..... 172

## Marken und Sponsoring

*Klaus Gasteiger*

BASF Aktiengesellschaft Ludwigshafen ..... 179

*Astrid Pietig*

Corporate Sponsorship und die Marke DaimlerChrysler ..... 187

*Jochen Sautter*  
Landesbank Baden-Württemberg ..... 196

*Robert Balthasar*  
Siemens Arts Program ..... 209

## **Kulturberichterstattung und Markenbildung**

*Ekkehard Jürgens*  
Marke „Feuilleton“ – Kulturausbau trotz Kriseneinschnitt ..... 221

*Micaela Lämmle*  
„Radio allein reicht heute nicht mehr“ ..... 239

*Sandra Schulz*  
Markenbildung durch Kultur im Hörfunk ..... 242

## **Anhang**

Biografische Notizen zu den Autoren ..... 249

Tagungsprogramm ..... 255