

KulturKommunikation Arbeitskreis KulturKommunikation: Braucht die Wirtschaft Kultur?
ZIELGRUPPE ZUKUNFT – KulturKommunikation mit künftigen Zielgruppen: Unternehmensstrategie und
Kulturengagement: Eine Studie und vier Fallbeispiele

ZIELGRUPPE ZUKUNFT – KulturKommunikation mit künftigen Zielgruppen: Unternehmensstrategie und Kulturengagement: Eine Studie und vier Fallbeispiele

Praxisorientiertes Symposium im Anschluss an eine Umfrage, die Roland Berger Strategy Consultants gemeinsam mit dem Schweizerischen Institut für Kunstwissenschaft bei 200 führenden Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführt hat

Termin: 01. Juli 2005

Ort: Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG, Iserlohn

Kooperation: Arbeitskreis KulturKommunikation, Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG (Iserlohn), Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft (Zürich), Arbeitskreis KulturKommunikation

Moderation: Verena Voigt, Leiterin des Arbeitskreises KulturKommunikation

Inhalt: Die Kommunikation mit der „Zielgruppe Zukunft“ ist eine Gleichung mit vielen Unbekannten. Die Zielgruppe gilt als markenbewusst und anspruchsvoll, schwer greifbar und sensibel. KulturKommunikation mit künftigen Zielgruppen, ist ein bisher wenig bearbeitetes Thema, daher greift der Arbeitskreis KulturKommunikation in Kooperation mit dem Schweizerischen Institut für Kunstwissenschaft und Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG diese Thematik fokussiert auf. Ausgangspunkt der Diskussion soll die Studie „Kulturengagement von Unternehmen – integrierter Teil der Strategie?“ sein, die das Schweizerische Institut für Kunstwissenschaft (Zürich) in Kooperation mit Roland Berger Strategy Consultants 2004 veröffentlichte. Das SIK regte damit einen übergreifenden Diskurs an, in dem der Begriff der Kulturstrategie mit der Forderung einer nachhaltigen und zukunftsorientierten Kulturförderung verbunden wurde. Ausgehend von diesen Ergebnissen lassen sich bisher unberücksichtigte Potentiale der Kulturförderung genauer fassen und ein erweiterter Beratungsbedarf präzisieren.

Exemplifiziert an vier Fallbeispielen von KulturKommunikation mit der „Zielgruppe Zukunft“ soll der Austausch zwischen Akteuren der Kulturförderung, Kulturberatung und KulturKommunikation, den das Praxisforum seit 2002 (Archiv: www.praxisforum-berufsorientierung.de) anregt, weitergeführt werden. Wir diskutieren auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Beispiele interner und externer KulturKommunikation, sowie Beispiele aus den Bereichen internationaler Kunstmarkt und Unternehmenskultur.

Veranstalter: Praxisforum Berufsorientierung

Verena Voigt M.A.

Ludgerusweg 25

48720 Rosendahl

Tel: 02547-934 934 - Mobil 0160 150 39 64

E-Mail: kontakt@praxisforum-berufsorientierung.de

Teilnehmerbeitrag: € 50.- (€ 30.- ermäßigt für Teilnehmer des Arbeitskreises KulturKommunikation)

Anmeldung: Die Anmeldung erfolgt über das Anmeldeformular. Erst mit der Überweisung des Teilnehmerbeitrags auf das Tagungskonto ist die Anmeldung verbindlich.

KulturKommunikation Arbeitskreis KulturKommunikation: Braucht die Wirtschaft Kultur?
ZIELGRUPPE ZUKUNFT – KulturKommunikation mit künftigen Zielgruppen: Unternehmensstrategie und
Kulturengagement: Eine Studie und vier Fallbeispiele

PROGRAMM

- 11 Uhr Beginn: Begrüßungskaffee
- 11.15 Uhr Begrüßung, Einführung und Vorstellungsrunde
KulturKommunikation mit künftigen Zielgruppen
- 11.30 Uhr **Dr. Hans Jörg Heusser, Schweizerisches Institut für
Kunstwissenschaften, Zürich (SIK)**
Der Aufbau einer Unternehmenssammlungen: Welche erweiterten
Kulturstrategien und Beratungspotentiale eröffnet die zeitgenössische
Bildende Kunst innerhalb der Unternehmenskommunikation?
- 12.00 Uhr **Holger Struck, KulturKommunikation, Aloys F. Dornbracht
GmbH & Co. KG**
Kulturförderung und Kulturkommunikation als offener Prozess
– das Beispiel Dornbracht

Anschließend Diskussion
- 13.00 Uhr Mittagspause, Mittagsimbiss
- 14.00 Uhr **Georg Elben, Leiter der Videonale, Kunstberater der KfW
Bankengruppe:** Corporate Identity: Die Potentiale der Kunstförderung,
ihre Außenwirkung und andere Kommunikationsinstrumente
- 14.20 Uhr **Herrad Schorn, Auktionshaus Christie's Düsseldorf**
Zielgruppenkommunikation mit dem mäzenatischen Nachwuchs
- 14.45 Uhr **Dr. Stefan Krankenhagen, Kurator des Bronnbacher Stipendiums
Thorsten Grohsjean, Stipendiat (1. Jahrgang)**
Das Stipendienprogramm „Kulturelle Kompetenz“ des Kulturkreises der
Deutschen Wirtschaft in Kooperation mit der Universität Mannheim:
Ein Erfahrungsbericht
- 15.30 Uhr Diskussion
- 16.30 Uhr Voraussichtliches Ende