



# HEADLINE

- DAS NEUE MAGAZIN FÜR WERBUNG & MARKETING -



Kulturinvest ist Europas größter Treff der Macher und Manager

## Quo vadis, Kulturmarkt?

**München – Die Münchner Kultur-Manager aus den Chefetagen sind schon reisefertig: Kommende Woche, am 3. und 4. November, findet in Berlin Europas größtes Treffen von Kulturmachern und ihren Marken statt. Knapp 700 Besucher werden erwartet beim Kulturinvest-Kongress in den Verlagsräumen des Berliner Tagesspiegel (hier der Info-Link). Höhepunkt des Kongresses, den wieder die Agentur Causales veranstaltet, wird die Verleihung des Kultur-Oscars sein, der goldenen Aurica. Und eine Münchner Marke hat es auf die Shortlist geschafft.**



Björn Wäspe,  
UBS



Prof. Dr. Manfred  
Bruhn



Hedy Graber, Migros



Svenja Kluckow,  
Daimler



Mechthild Kronenberg,  
Staatl. Museen



Der Kongress-Macher: Hans-Conrad Walter, Chef der  
Berliner Agentur Causales

„Quo vadis Kulturmarkt“ - so das Motto des diesjährigen Kongresses. 85 Referenten liefern auf zehn Themenforen ein Update über die aktuellen Entwicklungen der nationalen und internationalen Szene. Aus dem Programm:

- Prof. Luigi Reitani, Chef des italienischen Kulturinstituts, über die Zukunft des italienischen Kulturmarktes;
- Svenja Kluckow von Mercedes-Benz, über die ideale Springpartnerschaft;
- Prof. Dr. Manfred Bruhn, Marketing-Berater aus Basel, zur Frage: „Effektivität und Effizienz des Kultursponsorings – sind das die Schlüsselthemen der Zukunft?“
- Mechthild Kronenberg von den Staatlichen Museen zu Berlin über die „Vielfalt unter einem Dach“.
- Mira Song von der Credit Suisse und Björn Wäspe von UBS zum Thema „gemeinsam fördern, unterschiedlich positionieren“;
- Hedy Graber, Präsidentin des Forum Kultur und Ökonomie und Kulturchefin bei Migros, über Strategie und Zukunft des bekannten "Migros-Kulturprozents" und

- Manager Thomas Helfrich über die Bayer AG im Kulturbusiness. Von Kulturimmobilien über Kulturtourismus bis hin zu digitalen Strategien und strategischen Fallbeispielen ist die Themenbreite in diesem Jahr enorm. „Mit der Kultur kann die Seele einer Marke sichtbar gemacht werden“, sagt Kongress-Chef Hans-Conrad Walter. Mit seiner Agentur Causales berät der Berliner Marken in aller Welt, z.B. auch das Leonard Bernstein-Office in New York. Und wohin geht nun der Kulturmarkt, Herr Walter? „Es sind nach wie vor pro Jahr rund 500 Millionen Euro, die deutsche Unternehmen in die Kultur investieren“, sagt Walter, „aber die Kultur muss sich den Sport zum Vorbild nehmen und valide Erfolgswerte liefern.“ Höhepunkt des Kongresses ist die Gala mit der Auszeichnung der Kulturmacher des Jahres. 34 Jurymitglieder haben die Besten in sieben Kategorien ausgewählt. Auf der Shortlist „Kulturmanager des Jahres“ hat es der Münchner BMW-Manager Thomas Girst geschafft. Bekommt er die goldene Aurica? Schaut mal... **Peter Ehm**

ARCHIV

## 100 x made in Munich



Drei Autoren, 100 Marken

**München –** Drei Münchner Ex-Prinz-Redakteure haben ein interessantes Buch zum Thema "Startup 2.0" abgeliefert. Amadeus Danesitz, Astrid Dobmeier und Alexander Wulkom (Foto oben) präsentieren auf 139 Seiten 100 Macher aus München und der Region, die es nach dem Start zum Geheimtipp gebracht haben. Dies reicht von der Kürbiskern-Manufaktur über Schuhdesigner bis hin zur Surfboard-Schmiede. "Es sind nicht die alltäglichen Unternehmen, die im Fokus stehen", sagt Amadeus Danesitz, "sondern Handwerker und Dienstleister, die mit viel Herzblut ihre Idee realisiert haben." Ein kunterbunter Stadtführer, denn wer weiß schon wo's Monaco Pops gibt, die Munich Brew Mafia ist oder was Hot Wollée anbietet. "Das Beste in München", erschienen im MünchenVerlag, kostet € 19,99.

LINKS: friends & family

<http://www.baw-online.de>

- ADC - DIREKT ZUM ART DIRECTORS CLUB
- JOBBÖRSE BEI ROCKITDIGITAL