



Aufbruch

Transform the Culture in Europe

nach

Europa

Kultur 11. Invest! Kongress

7./8. NOVEMBER

UNESCO-WELTERBE ZOLLVEREIN

EUROPAS FÜHRENDER KULTURKONGRESS

EUROPE'S LEADING CULTURE CONGRESS

CREATE EUROPE!

CULTURAL COLLABORATIONS

CULTURAL TOURISM

CULTURAL ENTREPRENEURSHIP

REVIVING INDUSTRIAL SITES

CUSTOMER EXPERIENCE

CULTURAL EDUCATION

PLACES OF CULTURE

CULTURAL MARKETING STRATEGIES

TICKETING INNOVATIONS

URBAN CULTURE

CULTURAL TRANSFORMATION

Hauptförderer:



Presenting-Partner:



Premium-Partner:



Veranstalter:



Veranstalter Producer

Grußwort des Initiators des Kultur- Invest!-Kongresses und des Europäischen Kulturmarken-Awards

Seit dem Jahr 2009 fördert der KulturInvest!-Kongress den Wissenstransfer um alle relevanten Kulturthemen und zeigt neueste Trends im Kulturmarkt auf. Innerhalb von nur zehn Jahren hat sich der Kongress zum größten Forum für Kulturanbieter und Kulturförderer in Europa entwickelt. An zwei Tagen kommen jährlich europäische Entscheidungsträger aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien zusammen und nutzen die Möglichkeit des stetig wachsenden Netzwerkes, um ihre Erfahrungen auszutauschen und Visionen für den europäischen Kulturmarkt zu entwickeln. Starke Partner aus der Wirtschaft ermöglichen die Durchführung dieses einmaligen Kongressformates und Fachmedien garantieren eine hohe Bekanntheit in den relevanten Kultur- und Wirtschaftsmärkten.

Dank der Einladung der Stiftung Zollverein auf das UNESCO-Welterbe Zollverein und der großzügigen Förderung durch das Land Nordrhein-Westfalen können wir den zweitägigen KulturInvest!-Kongress 2019 in sechs Industriehallen auf dem atmosphärischen Gelände der „schönsten Zeche der Welt“ veranstalten. Die Historie des Steinkohlebergbaus als Treibstoff für unseren Wohlstand und die Gründung der Montan-Union als Grundlage für ein modernes, geeinigtes Europa, sowie der Transformationsprozess der Industriegesellschaft zur kreativen Dienstleistungsgesellschaft haben uns zu dem diesjährigen Motto „Aufbruch nach Europa! Transform the Culture“ motiviert.

Mit dem Abschied von der Kohle und der Schließung der letzten Zeche Prosper-Haniel im Jahr 2018 endete das Zeitalter der Kohle und ein bedeutender Abschnitt europäischer Geschichte. Den bereits vor zehn Jahren, durch die Europäische Kulturhauptstadt RUHR.2010, eingeleiteten Strukturwandel wollen wir mit unseren Veranstaltungen im Jahr 2019 auf Zollverein fortsetzen, damit Ideen für die kreative Dienstleistungsmetropole Ruhr zu Tage fördern und eine Vernetzung ihrer Akteure im europäischen Kulturmarkt gewährleisten. Der KulturInvest!-Kongress 2019 wird mit seinen kreativen Ideen und Kontaktmöglichkeiten aber auch denen etwas zurückgeben, die jahrzehntelang den Wohlstand in Deutschland gesichert haben, nämlich den Kumpeln im Ruhrgebiet.

Das UNESCO-Welterbe Zollverein – das Bergwerk der Superlative und das Wahrzeichen des Ruhrgebietes – ist für Europas größten Kulturkongress und seine Teilnehmer eine ideale Projektionsfläche für kreative und nachhaltige Ideen innerhalb des gesellschaftlichen Wandels. Am 07. und 08. November 2019 bringen wir 750 Teilnehmer aus ganz Europa mit der Unterstützung von über 100 Referenten und Moderatoren zusammen. Auf diese Weise wird die Zeche Zollverein zur größten Denkfabrik des europäischen Kulturmarktes und der weltweit bekannte Doppelbock das Symbol für den Aufbruch in eine neue Zeit. Werden Sie Teil dieses einzigartigen Wissenstransfers und freuen Sie sich auf große Emotionen innerhalb der Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards, dem avanciertesten Kulturpreis in Europa!

Mein herzlicher Dank gilt allen Mitwirkenden, Förderern und Partnern, insbesondere dem Land Nordrhein-Westfalen und der Stiftung Zollverein sowie meinem großartigen Team.

Ihr Hans-Conrad Walter
Geschäftsführender Gesellschafter der Causales – Gesellschaft
für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH



Welcoming Address by the Initiator of the CultureInvest! Congress and of the European Cultural Brand Award

Since 2009, the CultureInvest! Congress has been promoting the transfer of knowledge on all relevant cultural matters, highlighting the latest trends in the cultural market. Within just ten years, the Congress has grown into the largest forum for cultural providers and promoters in Europe. For two days each year, European decision-makers from the worlds of culture, business, politics and the media come together and use the ever-growing network to exchange their experiences and views, developing their visions for the European cultural market. Strong partners from the business world enable this unique congress format to be staged with specialist media ensuring a high profile in the relevant cultural and business markets.

Thanks to the invitation of the Zollverein Foundation to the UNESCO World Heritage Site Zollverein and the generous support of the state of North Rhine-Westphalia, we are able to organise the two-day CultureInvest! Congress 2019 in six industrial halls on the atmospheric site of the “Most Beautiful Colliery in the World”. The history of hard coal mining as a main source of our prosperity and the founding of the Montan-Union as the basis for a modern, united Europe, together with the transformation process of the industrial society into a creative service society, have motivated us to this year’s motto “Aufbruch nach Europa! Transform the Culture in Europe”.

With the farewell to coal and the closure of the last colliery Prosper Haniel in 2018, the age of coal and thus a significant period of European history has come to an end. We wish to accompany and support with our events in 2019 at Zollverein the structural change that was already initiated 10 years ago by the European Capital of Culture RUHR.2010, bringing to light new ideas for the Ruhrregion as a conurbation of creative services, providing a great networking opportunity for actors in the European cultural market. The CultureInvest! Congress 2019 wishes also to give something back to those who have ensured Germany’s prosperity for decades, namely the legendary miners in the Ruhrregion.

The UNESCO World Heritage Site Zollverein – the colliery of superlatives and the landmark of the Ruhr area – is an ideal projection screen for Europe’s largest cultural congress and its participants to produce creative and sustainable ideas amidst deep social change. On November 7 and 8 2019, we will welcome 750 attendees from all over Europe with the support of over 100 speakers and moderators. In this way, the Zollverein colliery becomes the largest think tank on the European cultural market; the world-famous double trestle winding tower symbolises the dawn of a new era! We would like to invite you to be part of this unique transfer of knowledge and experience, sharing the great emotions at the ceremony of the European Cultural Brand Award, which is, indeed, is the most advanced cultural award in Europe!

My sincere thanks go to all contributors, sponsors and partners, in particular to the state of North Rhine-Westphalia and the Zollverein Foundation and my great team.

Yours sincerely, Hans-Conrad Walter
Managing Director of Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

causales®

© Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Der Name „Causales“ ist Programm: In der Philosophie versteht man unter „Causa“ (lat. für Grund, Ursache) einen Sachverhalt der objektiven Realität, der einen anderen Sachverhalt – die Wirkung – hervorbringt. Die Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH berät seit 15 Jahren Wirtschaftsunternehmen in der strategischen Planung von Sponsoringprozessen und findet die attraktivsten Kulturprojekte für deren gesellschaftliches Engagement. Kulturprojekte berät Causales in Markenbildungsprozessen und findet für sie die geeigneten Sponsoren aus der Wirtschaft. Zu unseren Kerndienstleistungen gehören: Marketing- und Sponsoringberatung, Erstellung von Marketing- und Sponsoringkonzepten und Matching von Kultur und Wirtschaft für Sponsoringkooperationen. Seit Gründung hat Causales über 275 Kulturanbieter und Wirtschaftsunternehmen beraten und über 320 Sponsoringpartnerschaften zwischen Kultur, Wirtschaft und Medien im deutschsprachigen Raum mit einem siebenstelligen Gesamtvolumen vermittelt.

The name “Causales” says it all: in philosophy the term “causa” (Latin for reason, cause) is defined as a circumstance in objective reality that results in a different circumstance – the effect (cf. causality). The Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH has been advising corporations in their strategic planning of sponsoring processes for the past 15 years. We find the most attractive cultural projects for their societal advocacy. Causales also consults culture projects in the brand development processes and matches them with compatible business sponsors. Our core services comprise: marketing and sponsoring advice, developing marketing and sponsoring concepts, matching of cultural organizations with businesses for sponsoring partnerships. Since its inception, Causales has provided consulting services to more than 275 culture providers and corporation and has brokered in excess of 320 sponsoring partnerships between culture, economy and the media in the German-speaking region, generating 7-digit total volumes.

Kongresslocation Congress location

Grußwort des Vorstandsvorsitzenden der Stiftung Zollverein, Prof. Dr. Hans-Peter Noll

Wenn 2019 der KulturInvest!-Kongress zusammen mit dem Europäischen Kulturmarken-Award erstmals auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein in Essen stattfindet, präsentiert sich die „schönste Zeche der Welt“ als touristische Attraktion und zugleich als junges Kraftwerk der Kreativwirtschaft. Mit 1,5 Millionen Besuchern jährlich, die das Ruhr Museum, das Red Dot Design Museum, die denkmalgeschützten Übertage-Anlagen und viele Events und Kulturveranstaltungen besuchen, ist Zollverein mit seinem berühmten Doppelbock-Fördergerüst Leuchtturm und Wahrzeichen des Ruhrgebiets, Projektionsfläche unserer industriellen Geschichte und Symbol des tiefgreifenden Transformationsprozesses der Region.

Doch Zollverein ist weit mehr als ein Museum. Das Welterbe ist ein Ort des Wandels und hat sich in den vergangenen Jahren zu einem Bildungscampus und wachsenden Wirtschaftsstandort entwickelt. So ist auf dem ehemaligen Materiallagerplatz des Gründerschachtes ein Neubau für den Fachbereich Gestaltung der Folkwang Universität der Künste errichtet worden. Seit dem Wintersemester 2017/18 läuft der Lehrbetrieb mit rund 500 Studenten und 70 Mitarbeitern. Inzwischen haben fast 50 Unternehmen der Kreativbranche ihren Sitz auf Zollverein, darunter „Schacht one“ und seit kurzem auch „Accenture“ – beides Think Tanks, die Unternehmen bei Digitalisierungsprozessen beraten. Mit der Grand Hall Zollverein ist in der ehemaligen Sauger- und Kompressorenhalle auf der Kokerei eine hochmoderne Veranstaltungshalle für bis zu 2.500 Personen entstanden, denkmalgerecht instand gesetzt und erfolgreich betrieben von einer privaten Betreibergesellschaft.

Diesen Wandel wollen wir den Akteuren des europäischen Kulturmarktes präsentieren und gemeinsame Zukunftsperspektiven für die Kreativwirtschaft entwickeln. Der KulturInvest!-Kongress und die Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein mit Gästen aus ganz Europa ist dafür der richtige Impulsgeber. Werden auch Sie Teil dieses neuen Kraftwerkes für die Kreativwirtschaft.

Welcoming address from the Chairman of the Board of the Zollverein Foundation, Prof. Dr. Hans-Peter Noll



When 2019 the CultureInvest! Congress together with the European Cultural Brand Award will take place for the first time at the UNESCO World Heritage Zollverein in Essen, then the “Most Beautiful Colliery in the World” presents itself as a first-class tourist attraction and at the same time as a young powerhouse of the creative industry. About 1.5 million visitors are attracted by the Ruhr Museum annually, by the Red Dot Design Museum and the originally preserved aboveground facilities and many unique events. Zollverein with its iconic “Doppelbock” winding tower is a lighthouse and landmark of the Ruhr area, a projection screen of our industrial history and a symbol of the profound transformation process the region is undergoing.

However, Zollverein is much more than a museum. The World Heritage site is a place of change that in recent years has transformed itself into an educational campus and a growing business location. A new building for the Design Department of the Folkwang University of the Arts has been constructed on the former material storage area of the founder’s shaft. Since the 2017/18 winter semester, teaching has been up and running with around 500 students and 70 staff. Almost 50 companies from the creative sector are now based at Zollverein - including “Schacht one” and, more recently, “Accenture” - both think tanks that advise companies on digitisation. With the Grand Hall Zollverein, a state-of-the-art event hall for up to 2,500 people has been created in the large former compressor hall on the coking plant, refurbished in accordance with the national heritage protection rules and run successfully by a private operating company.

We would like to demonstrate this change to the players in the European cultural market and develop common perspectives for the creative industries. The CultureInvest! Congress and the presentation of the European Cultural Brand Awards at the UNESCO World Heritage Zollverein with guests from all over Europe is the perfect setting for this. We call on you to become a part of this new power plant for the creative industries!

Ihr Prof. Dr. Hans-Peter Noll
Vorstandsvorsitzender der Stiftung Zollverein

Yours sincerely
Prof. Dr. Hans-Peter Noll, Board of the Zollverein Foundation



Das UNESCO-Welterbe Zollverein – Leuchtturm für das Ruhrgebiet

1986 schloss sich ein Kapitel in der Geschichte Zollvereins: Die letzten Kumpel führen auf der Zeche ein. Dann war Schicht im Schacht. Zugleich wurde das Industriedenkmal Inspirationsort für Kreative. Künstler und Kulturschaffende entdeckten das riesige stillgelegte Areal für sich und ihr Wirken neu. 2001 wurden die Zentralschachtanlage Zollverein XII, die Gründerschachtanlage 1/2/8 sowie die Zentralkokerei Zollverein in die Liste des UNESCO-Welterbes aufgenommen. Nach dem Prinzip „Erhalt durch Umnutzung“ begann ab 2002 die Umwidmung der Zeche und Kokerei Zollverein auf der Basis des städtebaulichen Masterplans von Rem Koolhaas (OMA). Acht Jahre später war das Welterbe Zollverein Erkennungszeichen der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 – und Sinnbild für den Wandel einer ganzen Region unter dem Motto „Kultur durch Wandel – Wandel durch Kultur“. Eine Region, die ihre Vergangenheit nicht leugnet, sondern in die Zukunft trägt. Raum war und ist auf Zollverein mehr als genug: für Museen, Tanz und Konzerte, für Theater, Events und Performances und für Kulinarik in atemberaubender Industriekulisse. Das Denkmal besuchen jährlich 1,5 Millionen Menschen, die sich einlassen auf das Abenteuer Zollverein. Kommen Sie auf die „schönste Zeche der Welt“, das „Kraftwerk der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa“, ausgezeichnet als Kulturlocation für Events innerhalb des Location-Awards 2017! www.zollverein.de

The UNESCO World Heritage Zollverein – a beacon for the Ruhr area

In 1986, a chapter in the history of the Zollverein was closed: the last miners descended into the colliery. Then there was stillness in the shaft. Very soon, however, the industrial monument became a place of inspiration for creative people. Artists and cultural workers rediscovered the huge abandoned area for themselves and their work. In 2001, the Zollverein XII central mine, the 1/2/8 founder’s mine and the Zollverein central coking plant were put on the UNESCO World Heritage list. According to the principle of “preservation through conversion”, the reassignment of the Zollverein colliery and coking plant began in 2002 on the basis of architect Rem Koolhaas’ Urban Master Plan (OMA). Eight years on, the Zollverein World Heritage Site was the hallmark of the “European Capital of Culture RUHR.2010” – and likewise a symbol of change for an entire region under the motto “Culture through Change - Change through Culture”. A region that does not negate its heritage, but, on the contrary, proudly carries it into the future. There was and still is more than enough space at Zollverein: for museums, dance and concerts, for theatres, events and performances and for culinary delights in a breathtaking industrial setting. The national heritage site is visited annually by around one and a half million people ready to embark on the Zollverein adventure. Please feel invited to visit the “Most Beautiful Colliery of the World”, the “Power Plant of Culture and the Creative Industries in Europe”, honoured as a “Cultural Location of Events” within the 2017 Location Awards! www.zollverein.de

Opening Party

6.11. Erich Brost-Pavillon

Themen-Partner



Themen-Partner

Das Ruhrgebiet steht als junges Reiseziel in Deutschland für beeindruckende Industriekultur, hochkarätige Kulturveranstaltungen und außergewöhnliche Erlebnisreisen. Ob ein Besuch des UNESCO-Welterbes Zollverein, eine Hochseilklettertour zwischen stillgelegten Hochöfen, Tauchen im Gasometer, Wandern auf Halden, Kunstmuseen mit weltbekannten Meisterwerken und renommierten Ausstellungen oder Restaurants in atemberaubenden Industriekathedralen: Die Metropole Ruhr ist ein überraschendes Reiseziel in Europa und eines der spannendsten Ausflugsziele in NRW!

Topic partner

As a young travel destination in Germany, the Ruhr region stands for impressive industrial culture, top-class cultural events and extraordinary adventure tours. Whether a visit to the UNESCO World Heritage Zollverein, a high-wire climbing tour between disused blast furnaces, diving in the gasometer, hiking on heaps, art museums with world-famous masterpieces and renowned exhibitions or restaurants in stunning industrial cathedrals: The Metropolis Ruhr is a surprising destination in Europe and one of the most exciting destinations in North Rhine-Westphalia!

www.ruhr-tourismus.de

Dresscode:

Smart Casual

Catering:

Currywurst, Falafel und viele erfrischende Getränke
Currywurst, falafel and many refreshing drinks

Moderation



Gerald Meyer

Moderator beim rbb und Gesicht der Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards
Moderator of the rbb and face of the award ceremony of the European Cultural Award



„Zukunft braucht Herkunft. Die Zechen und Stahlwerke sind die Tradition der Metropole Ruhr und die Zeche Zollverein das Kraftwerk der Kultur- und Kreativindustrie von morgen.“ *“The future needs origin. The collieries and steelworks are the tradition of the Ruhr metropolis and the Zollverein colliery is the powerhouse of tomorrow’s cultural and creative industries.”* Axel Biermann, Managing Director Ruhr Tourismus GmbH

Europas größter Kulturkongress wird am 6. November 2019 ab 19 Uhr mit einer großen Opening Party im hochgelegenen Erich Brost-Pavillon auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein eröffnet. Freuen Sie sich auf einen aufregenden Rundumblick über das hell erleuchtete Ruhrgebiet mit einem unvergesslichen Panorama: Hoch oben über dem nächtlichen Revier bietet sich bei einem Glas Sekt oder Selters ein Ausblick, der von der eindrucksvoll illuminierten Architektur des Industriedenkmal bis zu den großen Landmarken und Meilensteinen der Industriekultur des Ruhrgebiets reicht. Sie erwartet darüber hinaus ein extravagantes Kulturprogramm mit den Grubenhelden, eine DJ-Session von BTHVN2020, kulinarische Gaumenfreuden unseres Catering-Partners und Führungen durch das Ruhr Museum. Nutzen Sie die Netzwerkmöglichkeiten mit namhaften Referenten, großzügigen Partnern und kontaktfreudigen Teilnehmern des KulturInvest!-Kongresses 2019.

Europe’s largest cultural congress will open on 6 November 2019 at 7pm with a grand opening party in the Erich Brost-Pavillon towering over the UNESCO World Heritage Site Zollverein. You can look forward to an exciting view of the brightly-lit Ruhr area with an unforgettable panorama: High above the nocturnal Ruhr area, with a glass of champagne or seltzer in your hand, you can enjoy a view that ranges from the impressively illuminated architecture of the industrial heritage to the great landmarks and milestones of industrial culture in the Ruhr area. You can also expect an extravagant cultural programme with the Grubenhelden, a DJ session by BTHVN2020, culinary delights from our catering partner and guided tours of the Ruhr Museum. Take advantage of the networking opportunities there with renowned speakers, generous partners and the very sociable participants in the CultureInvest! Congress 2019!



Performance der legendären Grubenhelden

Grubenhelden, das sind die Väter, Großväter, Onkel, Nachbarn. All die Kumpel und Malocher, die mit ihrer Hände Arbeit dazu beigetragen haben, diese Region zu dem zu machen, was sie heute ist. Ob im T-Shirt, Hoodie oder in einer Cap, der Stoff, aus dem Geschichten sind, wird durch eine Performance des legendären Modelabels „Grubenhelden“ lebendig erzählt, eine ganz eigene Ruhrgebiets-Geschichte.

Performance of the legendary Grubenhelden

The heroes - they are the fathers, grandfathers, uncles, neighbours - all the miners and “malochers” who, with their calloused hands, worked to make this region what it is today. Whether in a T-shirt, hoodie or cap: the stuff of which stories are made is told vividly through a performance by the legendary fashion label “Grubenhelden”. This is a very special Ruhr area history, indeed!

DJ-Session von BTHVN2020

Freuen Sie sich auf Beethoven-Remixe von Elektrokünstlern mit anschließender DJ Musik von Beethoven, die damit eine „World Beat Party“ eröffnen. Dieses innovative Party-Format wurde offiziell von der Deutschen UNESCO Kommission als Beitrag zum Abkommen „Kulturelle Vielfalt“ anerkannt.

DJ session by BTHVN2020

You can look forward to “Beethoven” remixes by electronic artists followed by Beethoven DJ presentation that will open a “World Beat Party”. This innovative party format was officially recognized by the German UNESCO Commission as a contribution to the “Cultural Diversity” agreement.



Tour in offenes Atelier

Zollverein – das Kraftwerk der Kultur- und Kreativwirtschaft beherbergt als Kulturstandort auf dem über 100 Hektar großen Areal unzählige kreative Wohnzimmer mit namhaften Künstlern, Galerien und Ateliers, darunter die Kunsthalle Burkamp. Wir bringen Sie miteinander ins Gespräch.

Tours to open studio

Zollverein - the highly acclaimed power plant of culture and the creative industries - is a great location on an area of more than 100 hectares that houses countless creative quarters with renowned artists, galleries and studios, among them the Kunsthalle Burkamp. We bring you together in animated conversation!

Zollverein-Führungen

Tauchen Sie ein in die authentisch erhaltenen Übertageanlagen von Zollverein Schacht XII. Erfahren Sie mehr über die Produktionsabläufe der einst größten und leistungsstärksten Steinkohlenzeche der Welt und erfahren Sie spannende Details über die Arbeits- und Lebensbedingungen der Zollverein-Bergleute.

Zollverein guided tours

Immerse yourself in the authentically preserved above-ground facilities of Zollverein Shaft XII. Learn more about the operating procedures of the once largest and most powerful coal mine in the world and discover exciting details about the working and living conditions of the Zollverein miners.



Zur Opening-Party sind alle Referenten, Moderatoren, Partner und Teilnehmer des KulturInvest!-Kongresses sowie alle Nominierten, Juroren, Laudatoren und Partner des Europäischen Kulturmarken-Awards eingeladen.
All speakers, moderators, partners and participants of the CultureInvest! Congress are invited to the opening party, and so are all nominees, jurors, laudators and partners of the European Cultural Brand Award



Grand Opening Session

Halle 12/Hall 12 7.11.



Themen-Partner

FUNKE
MEDIEN
GRUPPE

Themen-Partner

Informationen, Entertainment, Services – das ist die FUNKE MEDIENGRUPPE. Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern: Regionalmedien, Frauen- und Programmzeitschriften sowie Digitales. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.500 Medienmacher arbeiten bei FUNKE. Zu den Zeitungstiteln zählen unter anderem die Westdeutsche Allgemeine Zeitung, die Thüringer Allgemeine und das Hamburger Abendblatt. Im Magazinbereich gehören unter anderem HÖRZU, TV Digital, BILD der FRAU oder myself zum Portfolio.

Topic partner

Information, entertainment, services – that's the FUNKE Mediengruppe. The focus is on: regional media, women's and TV magazines as well as digital channels. More than 1.500 journalists and about 4.500 media-makers are employed at FUNKE. Amongst other newspaper titles are the Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Thüringer Allgemeine and Hamburger Abendblatt. HÖR ZU, TV Digital, BILD der FRAU or „myself“ round off the magazine portfolio.

„Nichts auf der Welt ist so mächtig, wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist.“

“Nothing is as powerful as an idea whose time has come.” Viktor Hugo

9:00—10:00 Uhr: Akkreditierung/Accreditation

Tauchen Sie ein, in die vielfältige Welt des 11. KulturInvest!-Kongresses und lassen Sie sich von den ersten Impulsen unserer Eröffnungsredner in der aufregenden Metropole Ruhr zu einem intensiven Wissenstransfer inspirieren.

Immerse yourself into the world of the 11th CultureInvest! Congress and be inspired by the first impulses by our opening speakers in the most exciting European metropolis.



10:00—10:05 Uhr: Begrüßung durch Hans-Conrad Walter

Hans-Conrad Walter ist Kulturmanager, Sponsoringexperte und Veranstalter des 11. KulturInvest!-Kongresses, Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter der Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Initiator des Europäischen Kulturmarken-Awards und Herausgeber der Sponsoring-Periodika Jahrbuch Kulturmarken. Cultural manager, sponsoring expert and organizer of the 11th CultureInvest! Congress, founder and managing partner of Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, initiator of the European Cultural Brand Awards and publisher of the sponsoring periodicals “Annual of Cultural Brands”.



10:05—10:10 Uhr: Begrüßung durch Prof. Dr. Hans-Peter Noll

Prof. Dr. Hans-Peter Noll ist Vorstandsvorsitzender der Stiftung Zollverein, Generalmanager des UNESCO-Welterbe Zollverein, Diplom-Geograph und bedeutender Immobilienentwickler, Botschafter des Ruhrgebietes unter anderem für die Business Metropole Ruhr. Chairman of the Board of the Zollverein Foundation, General Manager of the UNESCO World Heritage Zollverein, graduate geographer and prominent real estate developer, ambassador of the Ruhr region for the Metropolis Ruhr, among other things.



10:10—10:20 Uhr: Eröffnung durch Isabel Pfeiffer-Poensgen

Isabel Pfeiffer-Poensgen ist eine deutsche Politikerin (parteilos), Juristin und Verwaltungsbeamtin. Seit dem 30. Juni 2017 ist sie Ministerin für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen im Kabinett Laschet. Zuvor war sie Generalsekretärin der Kulturstiftung der Länder. Isabel Pfeiffer-Poensgen is a German politician (non-party), lawyer and administrative officer. Since June 30, 2017 she has been Minister of Culture and Science of North Rhine-Westphalia in the Cabinet Laschet. Previously, she was Secretary General of the Cultural Foundation of the States.



10:20—10:45 Uhr: Keynote von Prof. Dr. Ulrike Guerot

Ulrike Guerot ist eine deutsche Politikwissenschaftlerin und Publizistin. Sie ist Professorin für Europapolitik und Demokratieforschung an der Donau-Universität Krems, Gründerin des European Democracy Lab (EDL) in Berlin und beschäftigt sich mit der Zukunft des europäischen Integrationsprozesses. Im April 2013 veröffentlichte sie gemeinsam mit Robert Menasse ein Manifesto zur „Gründung einer Europäischen Republik“. Beide plädieren für eine Neugründung der europäischen Demokratie, eine Europäische Republik, und sind in diesem Zusammenhang für die Schaffung eines nachnationalen Europas. Autorin der Publikation „Warum Europa eine Republik werden muss“ und Initiatorin des „European Balcony Projekts“.

Ulrike Guerot is a German political scientist and journalist. She is a professor of European politics and democracy research at the Danube University Krems, founder of the European Democracy Lab (EDL) in Berlin and deals with the future of the European integration process. In April 2013, together with Robert Menasse, she published a manifesto on the “Establishment of a European Republic”. Both plead for a new foundation of European democracy, a European Republic, and they are committed to the creation of a post-national Europe. Professor Guerot is author of the publication “Why Europe must become a Republic” and initiator of the “European Balcony Project”.

Moderation

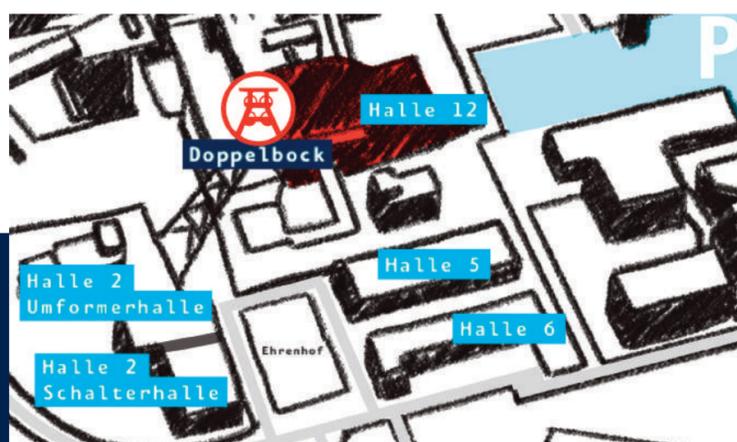


Andrea Thilo

Die Filmproduzentin, Journalistin und Moderatorin ist unter anderem das Gesicht der Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Award und moderiert die Eröffnung des 11. KulturInvest!-Kongresses. The film producer, journalist and presenter is, amongst other things, the face of the award ceremony of the European Cultural Brand Award, moderating the opening ceremony of the 11th CultureInvest! Congress.

Alle Kongressteilnehmer, Moderatoren und Referenten sind herzlich zur Eröffnung in Halle 12 eingeladen. Die Eröffnung des Kongresses wird simultan übersetzt.

All congress participants, moderators and speakers are warmly invited to the opening in hall 12. In this track, all presentations will simultaneously be translated in german/english.



A

CREATE EUROPE!

7.11. Rundeindicker

Themen-Partner



Themen-Partner

Die Kulturpolitische Gesellschaft e.V. ist eine parteipolitisch unabhängige, bundesweite Vereinigung von kulturpolitisch engagierten Menschen und Organisationen. Mit rund 1.500 Mitgliedern aus den unterschiedlichen Feldern kultureller und kulturpolitischer Praxis ist die KuPoGe ein wirkungsvolles Netzwerk für demokratie- und kulturpolitische Meinungsbildung in Bund und Ländern. Sie gibt auf kommunaler, Landes-, Bundes- und europäischer Ebene Impulse für die Profilierung und Qualifizierung der Kulturpolitik und ihren Reformprozess.

Topic partner

The Kulturpolitische Gesellschaft e.V. is a party-politically independent, nationwide association of politically engaged people and organizations. With around 1,500 members from the various fields of cultural and cultural policy practice, the KuPoGe is an effective network for forming democratic and cultural policy in federal and state governments. At the municipal, provincial, federal and European levels, it provides impulses for the profiling and qualification of cultural policy and its reform process.

„Wenn ich nochmals mit dem Aufbau Europas beginnen könnte, dann würde ich mit der Kultur beginnen.“ *“If I could start building Europe again, I would start with culture.”*
Jean Monnet, Entrepreneur

Popdemokratie oder Europunk? Die Werte, die Europa prägen sind so widersprüchlich wie nirgendwo anders auf der Welt; von Aristoteles bis Abba, von Shakespeare bis zu den Sex Pistols, alle haben uns beeinflusst und sind der Humus unserer welt-offenen, toleranten europäischen Kultur. **Unsere europäische und damit auch die regionale Kultur wird in den Regionen und Städten Europas lebendig und in deren zahlreichen Museen, Theatern und Festivals erlebbar.** Diese öffentlichen und privatwirtschaftlichen Kulturanbieter generieren mit ihren Angeboten eine Nachfrage, das ist die Grundlage eines europäischen Kulturmarktes, der für alle zugänglich ist. Bekannte und unbekannt Utopisten, Visionäre und Realisten stellen Ihnen in diesem Forum ihre Ideen vor, die sich mit der Zukunft Europas auseinandersetzen. Denn sie sind die impulsgebende Avantgarde, die Neues wagt, experimentiert und provoziert und damit die Zukunftsdebatte für ein weltoffenes, vielfältiges und post-nationales Europa eröffnet.

Pop democracy or Euro punk? The values that shape Europe are more contradictory than anywhere else in the world, from Aristotle to Abba, from Shakespeare to the Sex Pistols. All have influenced us. They all are the humus of our cosmopolitan, tolerant European culture. Our European and thus also the regional culture becomes alive in the regions and cities of Europe and can be experienced in numerous museums, theatres and festivals. Public and private cultural providers generate a demand with their offers, forming the basis of a European cultural market that is accessible for all. **In this track, both well-known and unknown utopians, visionaries and realists present their ideas on the future of Europe.** They are the impulse-giving avant-garde that dares, experiments and provokes the new - thus opening the debate on the future of a cosmopolitan, diverse and post-national Europe.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr

Grand Opening Session in Halle 12 (s. Seite 5)

Grand Opening Session in Hall 12 (see page 5)

11:00—11:45 Uhr

Keynote

A 1



Die Neuerfindung von Europa: Wege zu einer nachhaltigen und lebenswerten Zukunft
The Fight for Sustainable Development: Europe in the Complexity Trap

Prof. Dr. Franz Lehner: em. Professor Ruhr-Universität Bochum

12:00—13:00 Uhr

A 2



Diskussion „Aufbruch in ein neues Europa – eine Diskussionsrunde mit Visionären, Kritikern und Realisten“

Discussion “Departure to a new Europe - a discussion with visionaries, critics and realists”

Prof. Dr. Franz Lehner: em. Professor Ruhr-Universität Bochum, RA Daniel Röder: Initiative Pulse of Europe, Valerie Sternberg: Volt Deutschland

14:00—14:30 Uhr

A 3.1



Building a stronger Europe through Creativity & Culture

Aufbau eines stärkeren Europas durch Kreativität und Kultur

Dr. Christian Ehler: Mitglied des Europäischen Parlaments, Member of the European Parliament

14:30—15:00 Uhr

A 3.2



European futures and future-proof cultural policies

Europäische Zukunft und zukunftserprobte Kulturpolitik

Robert Manchin: Präsident Culture Action Europe, President Culture Action Europe

15:15—16:15 Uhr

A 4



Kreatives Europa Kultur und die EU-Kulturförderung. Oder: Wie Kultur Europa macht.

Creative Europe Culture and EU Cultural funding. Or: How Culture shapes Europe.

Lea Stöver: Leitung Creative Europe Desk KULTUR, Management Creative Europe Desk KULTUR, Elisabeth Pacher: Creative Europe Desk Austria, ergänzt mit Beispielen aus Österreich, Elisabeth Pacher: Creative Europe Desk Austria, complements with examples from Austria

16:30—17:15 Uhr

A 5



Gesprächsrunde „Heimaten in Europa – ein aufgezwungener Kulturkampf?“

Round table “Homelanding in Europe – an imposed cultural fight?”

Ina Scharrenbach: Ministerin für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes NRW (angefragt); Andreas Bialas, MdL NRW, Ulrike Guérot: Politikwissenschaftlerin und Publizistin, Donau-Universität Krems; Tunay Önder: Soziologin und Autorin
 Moderation: Barbara Neundlinger: Kulturpolitische Gesellschaft e.V.; Jochen Butt-Posnik: Kontaktstelle Deutschland »Europa für Bürgerinnen und Bürger«

Moderation



Björn Döring

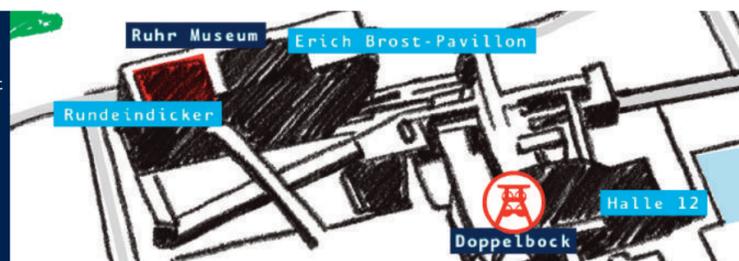
Geschäftsführer Buero Doering – Fachhandel für Ereignisse GmbH
 CEO Buero Doering – Fachhandel für Ereignisse GmbH

In diesem Themenforum werden alle Vorträge simultan übersetzt.

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongress-Teilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

In this track, all presentations will simultaneously be translated in german/english.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



CULTURAL ENTREPRENEURSHIP

Erich Brost-Pavillon 7.11.



„Schnittfläche zweier Welten: Kreativität ist die Grundlage sowohl von künstlerischem Ausdruck als auch von unternehmerischem Erfolg.“

“Cross-section of two worlds: creativity is the basis of both artistic expression and entrepreneurial success.” Konrad Pochhammer, Managing Director RSM

Cultural Entrepreneurs bzw. Kulturunternehmer sind neben den Künstlern die wichtigsten Innovatoren im Kulturmarkt und in der Kreativwirtschaft. Mit ihren Produkten oder Dienstleistungen tragen sie wesentlich zum kulturellen Wandel im europäischen Kulturmarkt bei. Dabei geht es nicht nur um Anerkennung und Ruhm, sondern auch um geeignete Finanzierungsmodelle, um nachhaltige Renditen zu entwickeln. **Die damit einhergehende Ökonomisierung der Kunst und Kultur ist oft mit dem Anspruch auf Nachhaltigkeit ohne öffentliche Förderung verbunden.** Gerade kleine Akteure, die im Kulturbereich den Schritt in die Selbstständigkeit wagen wollen, sehen sich einer Vielzahl an Herausforderungen ausgesetzt. In diesem Forum zeigen Kultur- und Wirtschaftsexperten einen einzigartigen Wissenstransfer für die Wahl der richtigen Unternehmensform, die Kapitalbeschaffung oder die steuerliche Behandlung und zeigen in Praxisbeispielen auf, wie eine Idee zur unternehmerischen Wirklichkeit und damit zum Markterfolg wird.

Alongside artists, cultural entrepreneurs are the most important innovators in the cultural market and in the creative industries. With their products or services, they make a significant contribution to cultural change in the European cultural market. This is not only about recognition and fame, but also about appropriate financing models to develop sustainable returns. The economisation of art and culture is often associated with the claim to sustainability without public funding. **Especially small operators who want to take the step into independence in the cultural sector face a host of challenges.** At this track, cultural and economic experts will be displaying a unique transfer of knowledge for choosing the right form of business, raising capital or dealing with tax issues. With practical examples, they show how an idea can become an entrepreneurial reality and thus a market success.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr

Grand Opening Session in Halle 12 (s. Seite 5)

Grand Opening Session in Hall 12 (see page 5)

11:00—11:45 Uhr

Keynote

B 1



Challenges of Entrepreneurship in an Uncertain World

Herausforderungen des Entrepreneurships in einer unsicheren Welt

Michael Heinz: Future Strategist

12:00—12:30 Uhr

B 2.1



Rechtliche Aspekte der Unternehmensgründung – was ist zu beachten?

Legal aspects of business creation – what do you need to know?

Konrad Pochhammer: Geschäftsführer RSM GmbH, Managing Director RSM GmbH

12:30—13:00 Uhr

B 2.2



Rechtsschutz für Investition in Kreativität & digitale Innovation

Aktuelle Änderungen im Urheber – und Geschäftsgeheimnisgesetz. Wer profitiert von den Verbesserungen?

Legal protection for investments in creativity & digital innovation

Dr. Mandy Risch-Kerst: Eventlawyers

14:00—14:30 Uhr

B 3.1



The Minimum Viable Team – Warum es ohne ein funktionierendes Team auch keine außergewöhnlichen Ergebnisse gibt

The Minimum Viable Team – Why there are no extraordinary results without a working team

Klaus Haasis: ask klaus!, Innovation Coach – Startup Mentor – Business Angel

14:30—15:00 Uhr

B 3.2



Mannheim Culture Living Lab. Die Förderung von Cultural Entrepreneurship in Mannheim

Mannheim Culture Living Lab. The promotion of Cultural Entrepreneurship in Mannheim

Dr. Matthias Rauch: mg: mannheimer gründungszentren gmbh, Leitung Kulturelle Stadtentwicklung

Head of Cultural Urban Development

15:15—15:45 Uhr

B 4.1



Innovation neu denken – Kreativwirtschaft wird Teil der Innovationspolitik Europas

Rethinking innovation – creative industries becomes part of Europe's innovation policy

Bernd Fesel: Director European Creative Business Network

15:45—16:15 Uhr

B 4.2



Lasst uns aufbrechen raus in die Welt

Let's go out into the world

Matthias Bohm: Gründer und Geschäftsführer Grubenhelden GmbH, Founder and Managing Director Grubenhelden GmbH

16:30—17:15 Uhr

B 5

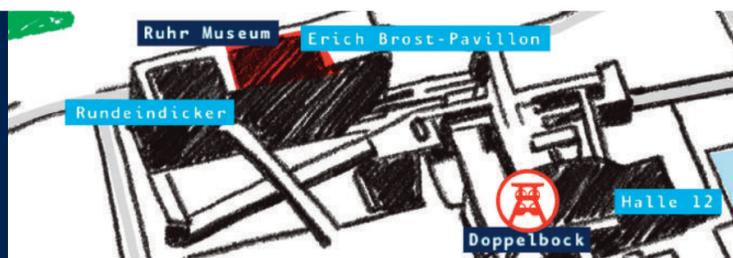


Diskussion mit ausgewählten Referenten

Discussion with selected speakers

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongressteilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



Themen-Partner



Themen-Partner

RSM ist eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften in Deutschland. Mit über 600 Mitarbeitern und einem Umsatz von 64 Mio. € betreuen wir an 14 Standorten vor allem mittelständische Firmen in Fragen der Wirtschaftsprüfung, der Steuer- und Rechtsberatung, des Transaktions- und Risikomanagements sowie zu Restrukturierungsprozessen.

Als Teil des globalen Netzwerks von RSM International sind wir darüber hinaus in der Lage, unseren Mandanten weltweit Dienstleistungen der höchsten Qualität anzubieten. RSM International ist mit mehr als 800 Büros und mehr als 43.000 Menschen in rund 120 Ländern eines der führenden Netzwerke unabhängiger Prüfungs- und Beratungsgesellschaften.

Topic partner

RSM is one of the leading auditing and tax consulting companies in Germany. With more than 600 employees and a turnover of EUR 64 million, we provide our services in the areas auditing, tax and legal advice, transaction and risk management, as well as restructuring processes mainly for medium-sized companies at our 14 offices across Germany.

In addition, being part of the RSM International network allows us to also globally offer our clients services of the highest quality. With more than 800 offices and more than 43,000 employees in approx. 120 countries, RSM International is one of the leading networks of independent auditing and consulting companies.

Moderation



Michael Heinz
Future Strategist

CUSTOMER EXPERIENCE

7.11. Halle 12/Hall 12

Themen-Partner



„Die Grenzen des Denkbaren zu überwinden, war immer unser Ziel.“

“Overcoming the limits of the conceivable has always been our goal.” Bill Gates

Den Kunden bei allen Aktivitäten in den Mittelpunkt zu stellen und über die Schaffung positiver Kundenerfahrungen eine nachhaltige emotionale Bindung zwischen Anbieter und Konsument herzustellen, das ist das Ziel des Customer-Experience-Management bzw. Kundenerfahrungsmanagement. **Auch in europäischen Kultureinrichtungen nehmen digitale Serviceleistungen eine wichtige Funktion ein, indem sie diese Bindung intensiviert.** Inwieweit ist die Digitalisierung Teil unseres Alltags geworden und wie wird sie diesen in Zukunft weiter verändern? Wie können Kulturanbieter digitale Werkzeuge optimal nutzen, um eine langfristige Bindung zu inspirierten und loyalen Kunden aufzubauen? In diesem Forum präsentieren Experten und Dienstleister der digitalen Transformation ihre Visionen für eine digitale Kulturvermittlung und öffnen digitale Werkzeugkästen für die Kundenbindung der Zukunft.

It is the aim of customer experience management to place the customer at the centre of all activities and, by creating positive customer experiences, to establish a lasting emotional bond between supplier and consumer. Digital services also play an increasingly essential role in European cultural institutions by strengthening this link. **To what extent has digitisation become part of our everyday lives and how will it change them in the future?** How can cultural providers make the most of digital tools to build long-term relationships with inspired and loyal customers? At this track, experts and service providers of digital transformation will present their visions for digital cultural mediation and open up digital toolboxes for customer loyalty of the future.

Themen-Partner

Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP SE Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät – SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Über 378.000 Kunden aus der privaten Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung setzen auf SAP-Anwendungen und Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen.

Topic partner

As the market leader in enterprise application software, SAP is at the center of today's business and technology revolution. SAP helps you streamline your processes, giving you the ability to use real-time data to predict customer trends across your entire business. SAP is committed to helping every customer become a best-run business.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr

Grand Opening Session in Halle 12 (s. Seite 5)

Grand Opening Session in Hall 12 (see page 5)

11:00—11:45 Uhr
Keynote
C 1

The Future is digital: Wie die Digitalisierung Teil unseres Alltags geworden ist, erzählt an einem Tag von Emma. Wie wird Emma in 20 Jahren leben?

The Future is digital: How digitalisation became a part in our daily life

Glenn González: SAP Germany, Chief Technology Officer

12:00—12:30 Uhr
C 2.1

Customer Xperience am POI
Customer Xperience at the POI

Thoralf Nehls: Geschäftsführer SonoBeacon GmbH, Managing Director SonoBeacon GmbH

12:30—13:00 Uhr
C 2.2

Besucher Erlebnis - Erfahren was Besucher wünschen. Wann fühlt sich der Besucher wohl. Wie bindet man ihn ein.

Customer Experience - Learn what visitors wish for. When does the visitor feel comfortable. How to implement the visitor.

Dr. Bernhard Escherich: SAP Germany, Chief Industry Expert

14:00—14:30 Uhr
C 3.1

Die Digitale Strategie der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen und neue Wege der digitalen Ausstellungsvermittlung

The digital strategy of the Bayerische Staatsgemäldesammlungen and new ways of digital exhibition mediation

Lucie Boucek: Bayerische Staatsgemäldesammlungen, Digitale Kommunikation
Bavarian State Painting Collections, Digital Communication

14:30—15:00 Uhr
C 3.2

Sound Culture in digitalen Medien

Sound Culture in digital Media

Lars Ohlendorf: WESOUND, Head of Design

15:15—15:45 Uhr
C 4.1

Atelier des Lumières Paris: a new digital and immersive art experience

Atelier des Lumières Paris: ein neues digitales und immersives Kunsterlebnis

Michael Couzigou: Director L'Atelier des Lumières Paris

15:45—16:15 Uhr
C 4.2

Die smarte Kulturinstitution

The smart cultural institution

Dominika Szope: ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe, Kommunikation & Marketing
ZKM | Center for Art and Media Karlsruhe, Communication & Marketing

Moderation



Bernt von zur Mühlen
Geschäftsführer
MedienKultur GmbH
Managing Director
MedienKultur GmbH

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongress Teilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



CULTURAL TOURISM

Halle 6/Hall 6 7.11.



„Man entdeckt keine neuen Erdteile, ohne den Mut zu haben, alte Küsten aus den Augen zu verlieren.“
“One does not discover new continents without having the courage to lose sight of old coasts.” André Gide, Author

Unsere europäische und damit auch die regionale Kultur wird in den Regionen und Städten Europas lebendig und in deren zahlreichen Museen, Theatern und Festivals erlebbar. Kulturtourismusrregionen lenken darüber hinaus die Aufmerksamkeit auf ihren kulturellen Reichtum, der sich den Besuchern in ihrem einzigartigen Lebensgefühl, ihrer Geschichte, Architektur, Kulinarik und in den Angeboten der Kultureinrichtungen zeigt. Der authentische Kulturtourismus und die damit verbundenen Städtereisen stellen den derzeit größten Trend im europäischen Kulturmarkt dar. Doch welche Folgen haben diese Entwicklungen für die Städte und ihre Einwohner? **Was erwarten die Kulturtouristen und welche Anforderungen stellen diese an nachhaltige Konzepte?** Welche Rolle spielen die Kulturanbieter in diesem Prozess? In diesem Forum stellen Ihnen Kulturtourismusexperten und Dienstleister neue Strömungen, innovative Konzepte, Strategien und Lösungen aus ganz Europa für den wachsenden Kulturtourismus vor.

Our European and thus also the regional culture becomes alive in the regions and cities of Europe as can be experienced in their numerous museums, theatres and festivals. Cultural tourism regions also draw attention to their cultural richness, which is revealed to visitors in their unique attitude to life, history, architecture, cuisine and the offerings of cultural institutions. **Authentic cultural tourism and the associated city breaks are currently the biggest upcoming trend in the European cultural market.** But what consequences do these developments have for cities and their inhabitants? What do cultural tourists hope for and what expectations do they place on sustainable concepts? What role do cultural providers play in this process? In this track cultural tourism experts and service providers present new developments, innovative concepts, strategies and solutions from all over Europe for the growing cultural tourism movement.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr

Grand Opening Session in Halle 12 (s. Seite 5)
Grand Opening Session in Hall 12 (see page 5)

11:00—11:45 Uhr
 Keynote

D 1



Kulturtourismus: Fluch oder Segen?
Cultural Tourism: Curse or blessing?

Klaus Lohmann: Vollblut-Touristiker mit maritimem Hintergrund, thoroughbred tourist with maritime background

12:00—12:30 Uhr

D 2.1



Fußballkultur – ein touristisches Thema?

Football culture – a tourist topic?

Axel Biermann: Geschäftsführer Ruhr Tourismus GmbH, Managing Director Ruhr Tourismus GmbH

12:30—13:00 Uhr

D 2.2



European Capital of Culture 2019 – the added value to Plovdiv as a brand
Europäische Kulturhauptstadt 2019 – der Mehrwert für Plovdiv als Marke

Radost Ivanova: Plovdiv2019, Deputy Director Marketing & Advertising
 Plovdiv2019, Stellv. Direktorin Marketing & Advertising

14:00—14:30 Uhr

D 3.1



Kulturplattform Donauraum – Verborgenes Kulturerbe entdecken

Cultural platform Danube area – Discover hidden cultural heritage

Elisabeth Pacher: Bundeskanzleramt Österreich, Creative Europe Desk Austria
 Federal Chancellery Austria, Creative Europe Desk Austria

14:30—15:00 Uhr

D 3.2



Kultur liefert Emotionen – Die Rolle von Kunst und Kultur im Destinationsmanagement
Culture provides emotions – The roll of Arts and Culture in destination management

Prof. Dr. Edgar Kreilkamp: Professor Leuphana Universität Lüneburg

15:15—15:45 Uhr

D 4.1



Übersee ist weit weg – warum sich die Vermarktung von Kultur trotzdem lohnen kann
Overseas is far away – why cultural marketing is still worth it

Mike Adams: Geschäftsführer TourComm Germany
 Managing Director TourComm Germany

15:45—16:15 Uhr

D 4.2



Venice: tools, proposals and criticism for a sustainable tourism

Venedig: Werkzeuge, Vorschläge und Kritik am nachhaltigen Tourismus

Marta Moretti: Vela Spa - AVM Holding, Public Relations and Press

16:30—17:15 Uhr

D 5



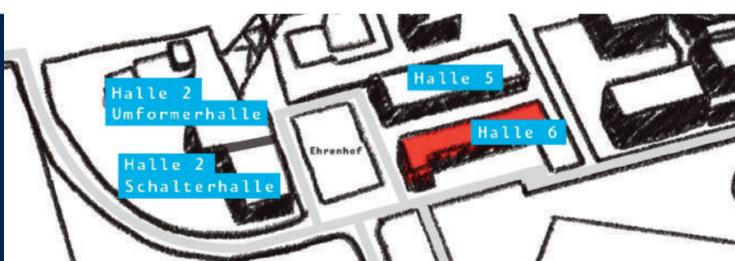
Diskussion nach Impulsvortrag „Negative Auswirkungen auf touristische Sonderziele“
Discussion after Keynote “Negative effects on special tourist destinations”

Frank Petzke: radio1 Reisepapst, Weltenbummler und Autor
 radio1 travel ambassador, world traveler and author

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongress-Teilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

The discussion will be translated in english.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



Themen-Partner

METROPOLE
RUHR
 TOURISMUS

Themen-Partner

Das Ruhrgebiet steht als junges Reiseziel in Deutschland für beeindruckende Industriekultur, hochkarätige Kulturveranstaltungen und außergewöhnliche Erlebnisreisen. Ob ein Besuch des UNESCO-Welterbe Zollverein, eine Hochseilklettertour zwischen stillgelegten Hochöfen, Tauchen im Gasometer, Wandern auf Halden, Kunstmuseen mit weltbekannten Meisterwerken und renommierten Ausstellungen oder Restaurants in atemberaubenden Industriekathedralen: Die Metropole Ruhr ist ein überraschendes Reiseziel in Europa und eines der spannendsten Ausflugsziele in NRW!

Topic partner

As a young travel destination in Germany, the Ruhr region stands for impressive industrial culture, top-class cultural events and extraordinary adventure tours. Whether a visit to the UNESCO World Heritage Zollverein, a high-wire climbing tour between disused blast furnaces, diving in the gasometer, hiking on heaps, art museums with world-famous masterpieces and renowned exhibitions or restaurants in stunning industrial cathedrals: The Metropolis Ruhr is a surprising destination in Europe and one of the most exciting destinations in North Rhine-Westphalia!

Moderation



Markus Exner
 GrimmHeimat Nordessen,
 Projektleiter Dachmarke,
 Projekt manager umbrella brand

CULTURAL COLLABORATIONS

7.11. Halle 2/Hall 2 Schaltherhalle

Themen-Partner




„Zusammenkommen ist ein Beginn, zusammenbleiben ein Fortschritt, zusammenarbeiten ein Erfolg.“ *“Coming together is a beginning, staying together is progress, working together is success.” Henry Ford, Entrepreneur*

Die erfolgreiche Zusammenarbeit von Wirtschaftsunternehmen, Kulturanbietern und Kreativen stellt einen wesentlichen Bestandteil der Markenpflege in Unternehmen und eine wichtige Säule der Kulturfinanzierung dar. Innerhalb dieser Partnerschaften können individuelle und gemeinsame Ziele effizienter realisiert werden. Darüber hinaus werden durch die Förderung von Kreativität, Kunst und Kultur wesentliche Impulse für ein tolerantes, vielfältiges kosmopolitisches Miteinander in Europa gesetzt. In diesem Forum erhalten Sie einen Überblick über den Kultursponsoringmarkt in Europa und die Motivation von Unternehmen, Kultur zu fördern. Namhafte Referenten zeigen Ihnen erfolgreiche Praxisbeispiele und individuelle Formen der Zusammenarbeit auf, von denen auch die Gesellschaft profitiert. **Hier kommen Wirtschaftsunternehmen, Kulturanbieter und Kreative ins Gespräch.** Kreativität ist nicht nur eine künstlerische Ausdrucksform, die gesellschaftliche Auseinandersetzung fördert, sondern auch Grundlage ökonomischer Erfolge.

The successful cooperation of businesses, cultural providers and creative people is an essential part of brand management in companies and an essential pillar of cultural financing. Within these partnerships, individual and common goals can be achieved more efficiently. In addition, the promotion of creativity, art and culture provides great impulses for a tolerant, diverse cosmopolitan coexistence in Europe. Through this track you will obtain an overview of the cultural sponsorship market in Europe and the motivation of companies to promote culture. Renowned speakers will demonstrate successful practical examples and individual forms of cooperation from which society also benefits. **This is where commercial enterprises, cultural providers and creative people come into contact with each other.** Creativity is not only an artistic form of expression that promotes social debate - it is likewise the basis of economic success.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr

Grand Opening Session in Halle 12 (s. Seite 5)

Grand Opening Session in Hall 12 (see page 5)

11:00—11:45 Uhr

Keynote

E 1



Sponsorship Trends in Europe & Best Practice in Cultural Sponsorship

Sponsoring Trends in Europa & Best Practice im Kultursponsoring

William Fenton: Board Director European Sponsorship Association Brussels

12:00—12:30 Uhr

E 2.1



Unternehmerische Kulturförderung in Deutschland – Aktuelle Entwicklungen und Tendenzen

Corporate Cultural Funding in Germany – Current developments and tendencies

Franziska Nentwig: Geschäftsführerin Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V.

Managing Director Association of Arts and Culture of the German Economy at the Federation of German Industries e.V.

12:30—13:00 Uhr

E 2.2



BTHVN on Tour

Malte Boecker: Direktor Beethoven-Haus Bonn, Pedro Muñoz: Deutsche Post DHL, Corporate Communication

14:00—14:30 Uhr

E 3.1



New funding models for opera and ballet in Europe

Neue Finanzierungsmodelle für Oper und Ballet in Europa

Edilia Gänz: Director FEDORA

14:30—15:00 Uhr

E 3.2



„Ist Geld der Fluch der Kunst?“ Kulturelles Engagement der BMW Group

Is money the curse of Art? Corporate Communication in a suspicious environment

Doris Fleischer: BMW Group, Corporate and Governmental Affairs

15:15—15:45 Uhr

E 4.1



E.ON. Corporate life with Art & Design

Dorothee von Posadowsky: E.ON SE, Head of Arts & Culture

15:45—16:15 Uhr

E 4.2



In viele Richtungen – aber gezielt. Kooperationen und Kommunikation am Museum Folkwang

In many directions - but targeted. Cooperations and communication at the Museum Folkwang

Anka Grosser: Museum Folkwang, Head of Communication & Marketing

16:30—17:15 Uhr

E 5



Diskussion „Cultural Collaborations als Weiterentwicklung des Kultursponsorings“

Discussion “Cultural Collaborations as advancement of Cultural Sponsorships”

Thomas Helfrich: Bayer AG, Head of Culture, Sports and Education;

Alexander Krichel: Pianist, Anka Grosser: Museum Folkwang, Head of Communication and Marketing

Topic partner

E.ON is an international private energy company, which focuses on energy networks, customer solutions, and renewable energies. As one of Europe's largest energy companies, E.ON plays a leading role in shaping a clean, digital, decentralized world of energy. To this end, the company develops and sells products and solutions for private, commercial and industrial customers. In fiscal 2017, 40,000 employees generated sales of 38 billion euros. Around 32 million customers purchase electricity, gas, digital products or solutions for electric mobility and energy efficiency from E.ON. The company is one of the world's leading producers of renewable energy. E.ON is headquartered in Essen, Germany.

Moderation



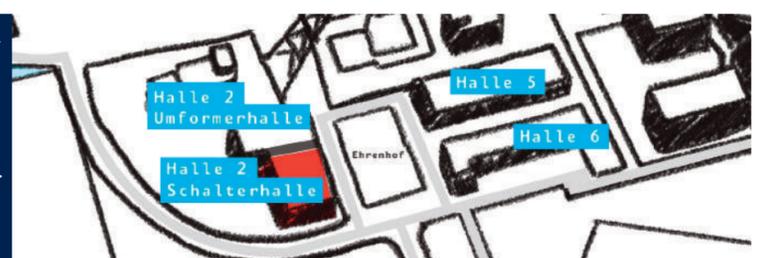
Jean-Baptiste Felten

Vize-Präsident FASPo – Fachverband für Sponsoring e.V.

Vice President FASPo – Fachverband für Sponsoring e.V.

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongressteilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



REVIVING INDUSTRIAL SITES

Halle 2/Hall 2 Umschalterhalle 7.11.



„Strukturwandel beginnt im Kopf, der Rest ist Handwerk!“

“Structural change begins in the mind, the rest is craftsmanship!”

Prof. Hans-Peter Noll, Chairman of the Board, Zollverein Foundation

Industriearale sind die ideale Projektionsfläche für kreative und nachhaltige Ideen innerhalb des gesellschaftlichen Wandels. **Mit dem Transformationsprozess der Industriegesellschaft hin zu einer kreativen Dienstleistungsgesellschaft werden sie mit einer neuen Bedeutungsdimension aufgeladen.** Denn es sind gerade diese Industriestandorte, die auf die Kreativwirtschaft und Kulturveranstalter eine hohe Anziehungskraft ausüben. Der Prozess einer erfolgreichen Entwicklung basiert auf einer kontinuierlichen städtebaulichen Planung im Spannungsfeld denkmalgeschützter Strukturen und neuer Ideen und gibt damit eine Antwort auf die Frage, wie die divergierenden Ziele von Denkmalschutz, Stadtentwicklung, Kreativwirtschaft, kultureller Bildung und neuer Architektur in Einklang gebracht werden können. Namhafte Experten zeigen in diesem Forum auf, wie sich ehemalige Industriestandorte zu wahren Kraftwerken der Kreativwirtschaft und kreativen Zukunftsstandorten entwickeln, die durch die Bewahrung von Geschichte, das Ansiedeln von Kulturanbietern, das Lebendigmachen durch Kulturveranstaltungen und das Ansiedeln von kreativen Dienstleistern einzigartige, charismatische Orte in Europa schaffen.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr

Grand Opening Session in Halle 12 (s. Seite 5)
Grand Opening Session in Hall 12 (see page 5)

11:00—11:45 Uhr

Keynote
F 1



Erlebnis Zollverein. Chancen und Grenzen der Vermittlung eines UNESCO-Welterbes der Menschheit
Experience Zollverein. Opportunities and limits of conveying a UNESCO World Heritage to humanity
Prof. Heinrich Theodor Grütter: Direktor Ruhr Museum, Director Ruhr Museum

12:00—12:30 Uhr

F 2.1



Empowering citizens to improve urban spaces through culture and creativity
Bestärkung der Bürgerschaft zur Verbesserung der städtischen Lebensräume durch Kultur und Kreativität
Beth Powell: Managing Director Creative City Manchester, Geschäftsführerin Creative City Manchester

12:30—13:00 Uhr

F 2.2



Rijeka 2020: a new life of industrial heritage
Rijeka 2020: industriellem Erbe ein neues Leben einhauchen
Ivan Šarar: Head of the Department of Culture at the City of Rijeka and the President of RIJEKA 2020 Supervisory Board, Kulturamtsleiter der Stadt Rijeka und Präsident des Aufsichtsrats von RIJEKA 2020

14:00—14:30 Uhr

F 3.1



Der Mensch als Industriepalast. Das Deutsche Hygiene-Museum und die 4. Sächsische Landesausstellung
The human as industrial palace. The German Hygiene Museum and the 4th Saxon State Exhibition
Anja Sommer: Deutsches Hygiene-Museum, Stabsstelle Kooperation, German Hygiene Museum, Department Cooperation

14:30—15:00 Uhr

F 3.2



Glück auf! Ferropolis wandelt Landschaft
Glück auf! Ferropolis transforms scenery
Thies Schröder: Geschäftsführer Ferropolis GmbH
Managing Director Ferropolis GmbH

15:15—16:15 Uhr

F 4



Diskussion „Die Herausforderungen der Belebung von Industriearalen“
Discussion “The challenges of the revival of industrial areas”
Beth Powell: Creative City Manchester, Ivan Šarar: City of Rijeka, Anja Sommer: Deutsches Hygiene-Museum, Thies Schröder: Ferropolis GmbH

16:30—17:15 Uhr

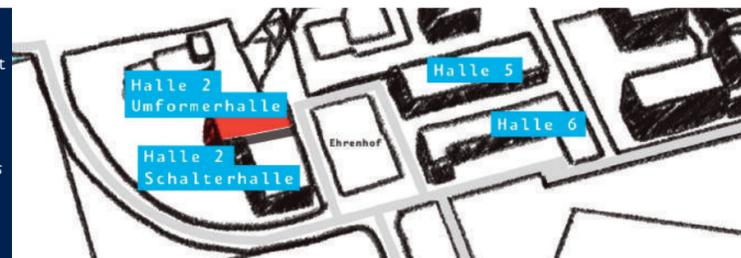
F 5



Titel steht zum Redaktionsschluss noch nicht fest/
Title is not yet fixed at the editorial deadline
Marcin Stańczyk, Deputy Chief Promotion Department City of Katowice
Stellv. Leiter der Promotionabteilung der Stadt Katowice

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongress-Teilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

The discussion will be translated in english.
A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



Themen-Partner



Themen-Partner

Hunderte Bergwerke förderten Kohle im Ruhrgebiet, doch nur eines gehört seit 2001 zum UNESCO-Welterbe. Und das aus gutem Grund: Die Zeche Zollverein ist mit ihrer angrenzenden Kokerei ein Meisterwerk der Bergwerk-architektur und komplett erhaltenes Gesamtkunstwerk. Zollverein gilt als „schönste Zeche der Welt“. Das berühmte Doppelbock-Fördergerüst repräsentiert eindrucksvoll den Wandel einer ganzen Region. Rund 1,5 Millionen Gäste aus aller Welt besuchen mittlerweile jährlich das Gelände, um die außergewöhnliche Industriearchitektur zu erleben, an Führungen teilzunehmen, Ausstellungen zu besuchen, Feste zu feiern oder im Zollverein-Park zu entspannen.

Topic partner

Zollverein UNESCO World Heritage Site: 100 hectares, distributed over the central shaft facilities of Zollverein XII, the Shafts 1/2/8 and the coking plant premises. 100 hectares which fill the term “industrial culture” with life like no other place. More than 25 years after its closure, the once largest colliery in Europe combines culture and dining, design and architecture, handicraft and the creative industry – as the only World Heritage Site of the Ruhr Area

Moderation



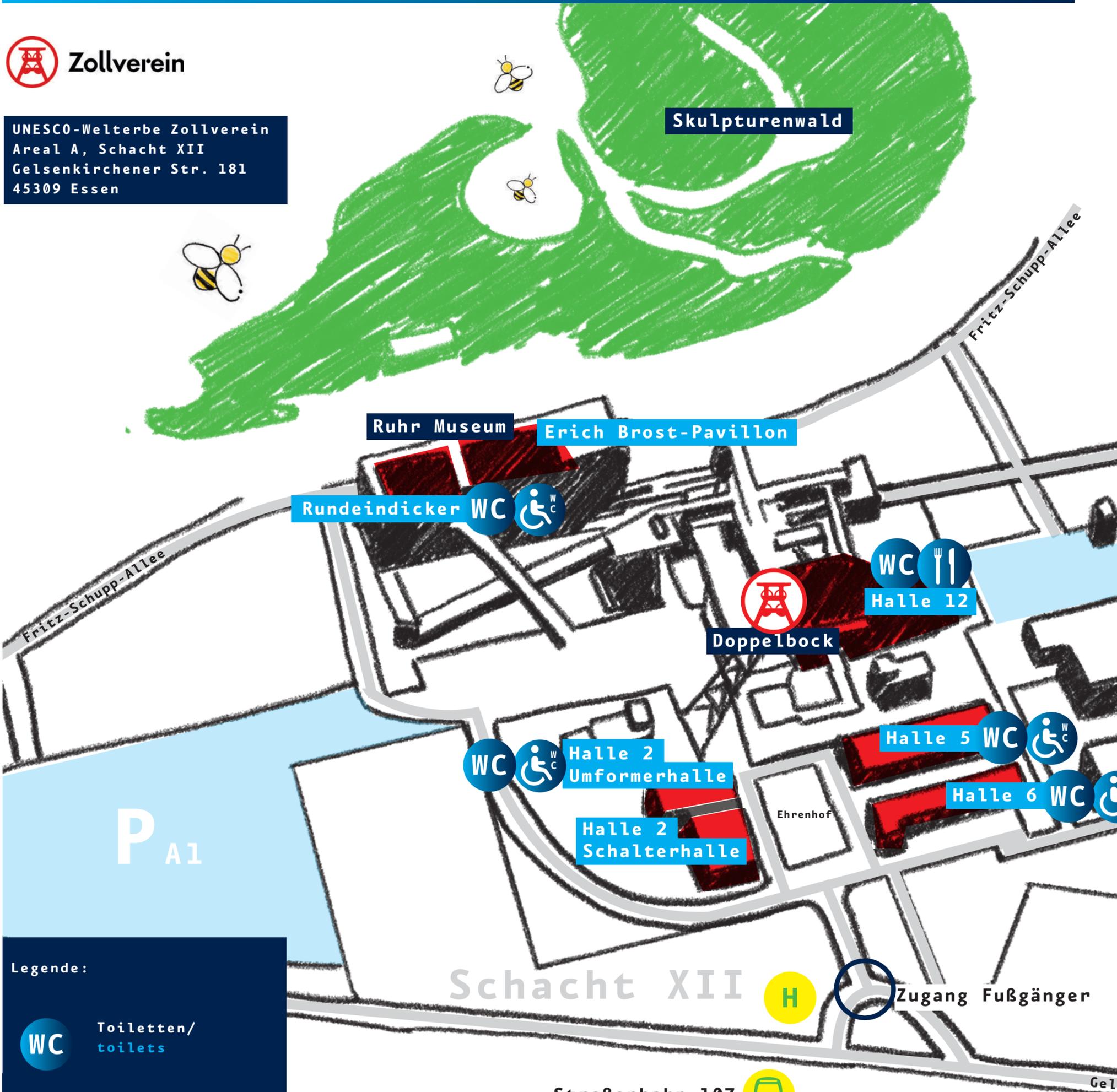
Tobias Häußler
Fernseh- und Radiomoderator, WDR
TV and radio anchor WDR

Lageplan UNESCO-Welterbe Zollverein

Map UNESCO World Heritage Zollverein



UNESCO-Welterbe Zollverein
 Areal A, Schacht XII
 Gelsenkirchener Str. 181
 45309 Essen



Legende:

-  Toiletten/
toilets
-  Behinderten-
toiletten/
disabled toiletts
-  Kulinarische
Köstlichkeiten/
Culinary delights
-  Haltestelle für
Kongress-Shuttle
vom Partnerhotel
Motel One in Essen/
Stop for
congress shuttle
from partner hotel
Motel One in Essen

Rundeindicker (Kohlenwäsche)
 7.11. » A. CREATE EUROPE! » S. 6
 8.11. » G. CULTURAL TRANSFORMATION » S. 14

Halle 2 / hall 2 Umformerhalle
 7.11. » F. REVIVING INDUSTRIAL SITES » S. 11
 8.11. » L. URBAN CULTURE » S. 19

Halle 2 / hall 2 Schalterhalle
 7.11. » E. CULTURAL COLLABORATIONS » S. 10
 8.11. » K. TICKETING INNOVATIONS » S. 18



Im Rahmen Ihrer Akkreditierung am Morgen des ersten Kongresstages erhalten Sie Ihre Kongressmappe und weitere Informationen. Nach der Grand Opening Session können Sie sich zwischen den parallel stattfindenden Themenforen frei bewegen. Bitte planen Sie ca. 5 Gehminuten zwischen den Hallen ein.

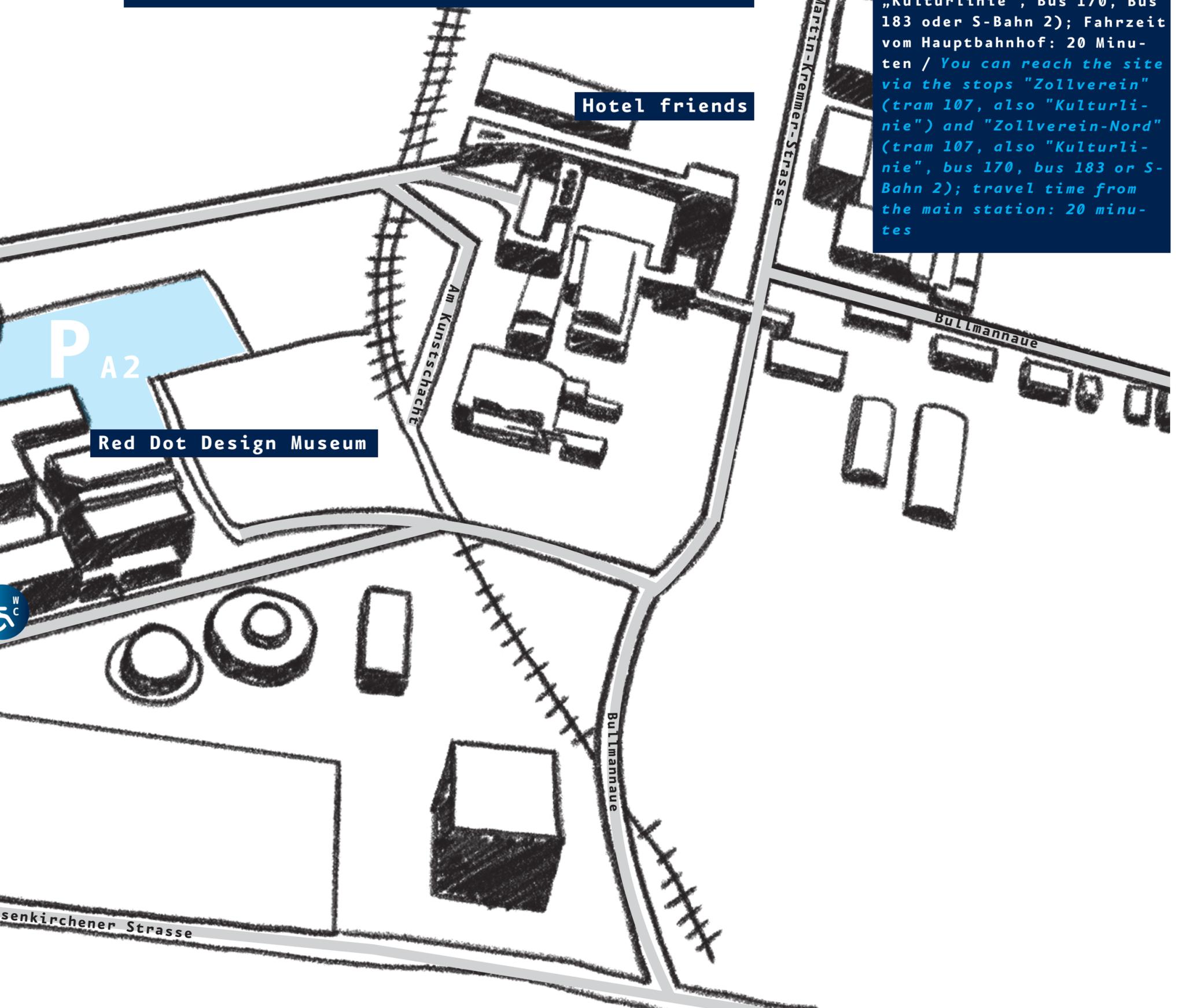
Zur Mittagspause steht Ihnen ein reichhaltiges Buffet in Halle 5 sowie Kaffee zu jeder Zeit in allen Hallen zur Verfügung. / *When you are accredited on the morning of the first day of the Congress, you will receive your congress folder plus further information. After the Grand Opening Session you are invited to move freely between the parallel theme forums. Please allow approx. 5 minutes to reach the halls on foot. At lunchtime you can enjoy a rich buffet in hall 5 as well as coffee in all halls at any time.*



Adresse für Ihr Navigationsgerät für die kostenfreien Parkplätze: Fritz-Schupp-Allee / *Address for your navigation device for the free parking: Fritz-Schupp-Allee*



Sie erreichen das Gelände über die Haltestellen „Zollverein“ (Straßenbahn 107, auch „Kulturlinie“) und „Zollverein-Nord“ (Straßenbahn 107, auch „Kulturlinie“, Bus 170, Bus 183 oder S-Bahn 2); Fahrzeit vom Hauptbahnhof: 20 Minuten / *You can reach the site via the stops "Zollverein" (tram 107, also "Kulturlinie") and "Zollverein-Nord" (tram 107, also "Kulturlinie", bus 170, bus 183 or S-Bahn 2); travel time from the main station: 20 minutes*



Halle 5 / hall 5 EUROPA-Halle » S. 22
 Kongresszentrum / Congress center
 Mittagsbuffet/Lunch buffet, Kaffee & Kuchen/coffee & cake
 Aussteller aus Kultur, Wirtschaft und Medien/
 Exhibitors from culture, economy & media
 7.11. » Meet & Match
 7.11. » After-Award-Party

Halle 6 / hall 6
 7.11. » D. CULTURAL TOURISM » S. 9
 8.11. » J. CULTURAL EDUCATION » S. 17

Erich Brost-Pavillon
 6.11. » Opening Party » S. 4
 7.11. » B. CULTURAL ENTREPRENEURSHIP » S. 7
 8.11. » H. PLACES OF CULTURE » S. 15

Halle 12 / hall 12
 7.11. » Akkreditierung
 7.11. » Grand Opening Session » S. 5
 7.11. » C. CUSTOMER EXPERIENCE » S. 8
 7.11. » Preisverleihung / Price-giving » s. Beileger
 8.11. » I. CULTURAL MAREKTING STRATEGIES » S. 16
 8.11. » FINAL DEBATE » S. 20/21

CULTURAL TRANSFORMATION

8.11. Rundeindicker

Themen-Partner

INNOGY FÜR ENERGIE
UND GESELLSCHAFT
STIFTUNG



Themen-Partner

Die innogy Stiftung für Energie und Gesellschaft gestaltet Diskurse und fördert Projekte, die gesellschaftliche Fragen rund um die Transformation des Energieversorgungssystems in den Mittelpunkt stellen. In einem offenen, fairen und kooperativen Prozess, der Innovation und Akzeptanz unterstützt, sucht und entwickelt sie Ideen in den Handlungsfeldern soziale Nachhaltigkeit, Bildung und Kultur und will zu einem umfassenden gesellschaftlichen Verständnis von Energie beitragen. Sie ist 2009 aus der RWE Jugendstiftung hervorgegangen und verfügt über ein Eigenkapital von gut 60 Millionen Euro.

Topic partner

The innogy Foundation for Energy and Society organizes discussions and promotes projects, with a central focus on the social issues surrounding the transformation of the energy supply system. The foundation supports, develops and searches for ideas in the active environments of social sustainability, education and culture with a fair and cooperative process, innovation and acceptance and would like to contribute to an extensive social understanding of the energy subject. The foundation emerged from the RWE Jugendstiftung in 2009 with an equity capital of approximately Euro 60 million.

„Nicht weil es schwer ist, wagen wir es nicht, sondern weil wir es nicht wagen, ist es schwer.“ *“Not because it's hard, we don't dare, but because we don't dare, it's hard.”*
Seneca, Philosoph

Um den Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung gerecht zu werden, besteht die Notwendigkeit einer umfassenden Transformation von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Doch wie funktioniert dieser Transformationsprozess? Wer ist beteiligt und wer sollte beteiligt werden? **Wie verändern die Prozesse in einzelnen Systemen unsere Gesellschaft insgesamt?** Und was passiert in der Zwischenzeit? Noch existieren 'alt' und 'neu' nebeneinander, noch ist nicht ausgehandelt, wohin die Reise geht und wie sich Veränderungen z. B. in Technik und Politik gegenseitig verstärken und unserer gesellschaftlichen Entwicklung eine Richtung geben. Wie wollen wir in Zukunft leben? Wer übernimmt Verantwortung und mit welchen Zielen? Bieten sich neue Chancen oder verlieren wir den sozialen Zusammenhalt? Kunst und Kultur sind Teil dieser Entwicklung, aber sie sind auch in der Reflexion dieser Fragen gefordert. Antworten können wir nur gemeinsam finden.

In order to meet the challenges of sustainable development, there is a need for a comprehensive transformation of politics, economy and society. But how does this transformation process work? Who is involved and who should be involved? How do the processes in individual systems change our society as a whole? And what happens in the meantime? There is still 'old' and 'new' side by side and it is still not negotiated, where to go in the journey and how changes in technology and politics reinforce each other and give direction to our social development. **How do we want to live in the future?** Who takes responsibility and with what goals? Are there any new opportunities or are we losing social cohesion? Art and culture are part of this development, but they are also required in the reflection of these questions. We can only find answers together.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr

Keynote

G 1



Die Transformation unseres Energiesystems: Über die Rolle von Kultur
The transformation of our energy system: About the role of culture

Dr. Stephan Muschick: Geschäftsführer innogy Stiftung für Energie und Gesellschaft
Managing Director innogy Foundation

11:00—11:30 Uhr

G 2.1



Neue Kulturen des Miteinander. Kultur als Transformationstreiber
New cultures of togetherness. Culture as a driver of transformation

Folkert Uhde: Intendant der Köthener Bachfesttage, Intendant of the Köthener Bachfesttage

11:30—12:00 Uhr

G 2.2



How to turn complex social signals into concrete workable solutions and substance.
A case study on former and current editions of Manifesta, the European nomadic biennial

Wie komplexe soziale Signale in konkrete umsetzbare Lösungen und Inhalte verwandelt werden können.
Eine Fallstudie zu früheren und aktuellen Ausgaben von Manifesta, der europäischen Nomadenbiennale
Hedwig Fijen: Director Manifesta

13:00—13:30 Uhr

G 3.1



Das Museum als Ort des öffentlichen Nutzens am Beispiel des Japanischen Palais
The museum as a place of public benefit exemplified by the Japanese Palace

Noura Dirani: Staatliche Kunstsammlungen Dresden, Referentin für transkulturelle Methodik
SKD, Consultant for transcultural methodology

13:30—14:00 Uhr

G 3.2



Storytellers of the Information Age: Wie die (Medien-)Kunst in einer globalisierten und durch Technologie beschleunigten Welt einen neuen, kritischen Blick auf die Gegenwart wirft

Storytellers of the Information Age: How (media) art takes a new, critical look at the present in a globalized and technology-accelerated world

Dr. Inke Arns: Direktorin Hartware MedienKunstVerein e.V. (HMKV), Director HMKV Dortmund

14:15—15:15 Uhr

G 4



Diskussion „Alles im Fluss: Wer transformiert hier eigentlich wen?“
Discussion “Everything in the flow: who actually transforms whom?”

mit Hedwig Fijen: Manifesta; Thomas Zenker: Oberbürgermeister der Stadt Zittau; Dr. Stephan Muschick: innogy Stiftung; u.a.
with Hedwig Fijen: Manifesta; Thomas Zenker: Mayor of Zittau; Dr. Stephan Muschick: innogy Foundation; and more

15:30—17:00 Uhr

Final Debate „Transform the European Cultural Market“ (S. 20)

Moderation

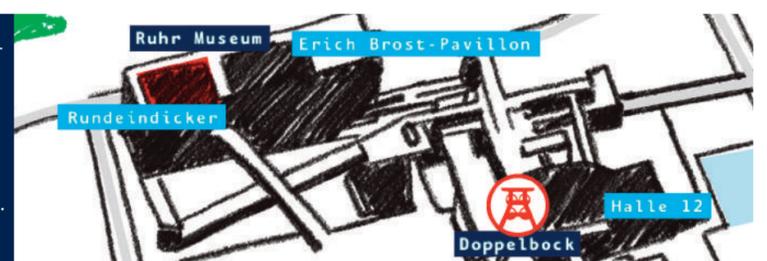


Daniela Berglehn
innogy Stiftung für Energie
und Gesellschaft, Leitung Kultur
innogy Foundation, Head of Culture

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongress-Teilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

The discussion will be translated in english.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



PLACES OF CULTURE

Erich Brost-Pavillon 8.11.



„Wenn man uns Architekten konsequent tun ließ, wovon wir träumen, würde die Welt ein besserer Ort.“ *“If we architects were allowed to do consistently what we dream of, the world would be a better place.” Zaha Hadid, Architect*

Trotz Digitalisierung und Medialisierung ist der Ausgangspunkt für die Arbeit der meisten Kulturinstitutionen in Europa ein physischer Ort. Sei dieser Ort ein weltweit beachtetes Gebäude aus der Feder eines Stararchitekten, die kulturelle Umnutzung eines bestehenden Ortes wie etwa einer Industrieimmobilie oder eine temporäre Performance im städtischen Raum – die Lokalisierung ist Teil der künstlerischen Produktion. Was sind die Erfolgskriterien für neue Orte der Kultur? **Wie können kulturelle Orte neue gesellschaftliche Diskurse anstoßen?** Das Forum fasst das Konzept der Kulturimmobilie weit, um auf das Entstehen und die Entwicklung kultureller Orte zu fokussieren. Es kontrastiert offizielle Planungen mit zivilgesellschaftlichen Initiativen, etablierte Institutionen mit neuen Entwicklungen, erprobte Strategien mit innovativen Simulations- und Analysemethoden. Die Diskussion der verschiedenen Ansätze zeigt die aktuellen Trends im Umgang mit kulturellen Orten im europäischen Kulturmarkt auf.

*Despite digitalisation and medialisisation, the starting point for the work of most cultural institutions in Europe is a physical place. Whether the respective site is a globally acclaimed building designed by a star architect, the cultural conversion of an existing site such as an industrial building, or a temporary performance in an urban space - localisation is part of the artistic production. What are the success criteria for new places of culture? How can cultural places trigger new social discourses? **The track broadly summarises the concept of cultural property in order to focus on the emergence and development of cultural relevant places.** It contrasts official planning with civil society initiatives, established institutions with new developments, tried and tested strategies with innovative simulation and analysis methods. The discussion of the different approaches shows the current trends in dealing with cultural places in the European cultural market.*

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr
Keynote
H 1



Kulturelle Orte: den Erfolg planen.
Cultural Places: planning for success

Dr. Pablo v. Frankenberg: Freischaffender Kurator, Freelancing curator

11:00—11:30 Uhr
H 2.1



Kunst ohne Haus
Art without a house

Britta Peters: Urbane Künste Ruhr, Künstlerische Leiterin, Urban Arts Ruhr, Artistic Director

11:30—12:00 Uhr
H 2.2



Stadtraum = Kultureller Ort: Flussbad Berlin
Urban Space = cultural places: Flussbad Berlin

Tim Edler: Vorstand realities:united, Board realities:united

13:00—13:30 Uhr
H 3.1



Kooperationen: Programm- und Architekturentwicklung des Dänischen Architekturentrums

Peter Fangel Poulsen: Managing Partner BAUHERR, Geschäftsführender Gesellschafter BAUHERR

13:30—14:00 Uhr
H 3.2



Der Vielfalt Einheit verleihen: die James Simon Galerie
Giving unity to diversity: the James Simon Gallery

Prof. Dr. Hermann Parzinger: Präsident Stiftung Preußischer Kulturbesitz, President Prussian Cultural Heritage Foundation

14:15—15:15 Uhr
H 4



Utopien/Heterotopien
Utopias/heterotopias

Podiumsgespräch mit allen Referent*innen, Panel discussion with all speakers

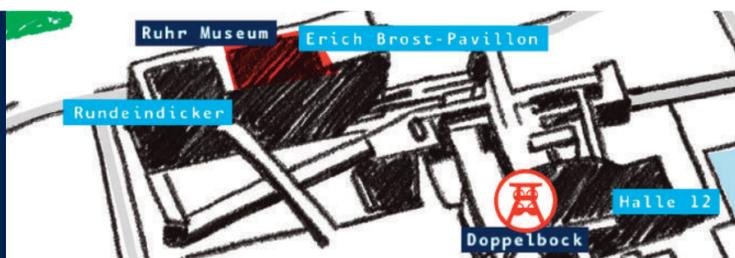
15:30—17:00 Uhr

Final Debate „Transform the European Cultural Market“ (S. 20)

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongressteilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

The discussion will be translated in english.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



Themen-Partner

MEYER ARCHITEKTEN

Themen-Partner

Als traditionsreiches Architekturbüro hat sich MEYER ARCHITEKTEN aus Düsseldorf über Jahrzehnte ein ausgewiesenes Knowhow erarbeitet, welches Neubauten wie auch Sanierungen von Kulturbauten im Bestand bei laufendem Betrieb umfasst. Mit der konsequenten Anwendung präziser 3 D-BIM-Technologie (Building Information Modeling) nutzt MEYER ARCHITEKTEN die Vorteile für den gesamten Projektlebenszyklus. So können fundierte Planungsentscheidungen getroffen, präzise gebaut und Gebäude im Betrieb ökonomisch effizient verwaltet und instand gehalten werden. Über 60 Architekten haben sich darauf spezialisiert, sich mit großer Empathie und Leidenschaft in die Bedürfnisse der Bauherren aus dem Kulturbereich einzufühlen und architektonische Lösungen zu finden, die so individuell und anspruchsvoll wie ihre Nutzer sind.

Topic partner

As an architectural office with tradition, MEYER ARCHITEKTEN has established within decades a designated know how which covers new buildings and renovation of cultural estates while continuing operations. With the consequent utilization of precise 3 D-BIM technology (Building Information Modeling) MEYER ARCHITEKTEN uses the advantage for the whole project life cycle. Thus well-founded planning decisions can be taken, buildings can be constructed precisely and managed economically efficient as well as be maintained. More than 60 architects are specialised to respond to the needs of their clients by using empathy and passion, to find architectural solutions with as much individuality and aspiration as their future users are representing.

Moderation



Dr. Pablo v. Frankenberg
freischaffender Kurator
freelancing curator

CULTURAL MARKETING STRATEGIES

8.11. Halle 12/Hall 12

Themen-Partner

causales®

Themen-Partner

Der Name „Causales“ ist Programm: In der Philosophie versteht man unter „Causa“ (lat. für Grund, Ursache) einen Sachverhalt der objektiven Realität, der einen anderen Sachverhalt – die Wirkung – hervorbringt. Die Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH berät seit 15 Jahren Wirtschaftsunternehmen in der strategischen Planung von Sponsoringprozessen und findet die attraktivsten Kulturprojekte für deren gesellschaftliches Engagement. Kulturprojekte berät Causales in Markenbildungsprozessen und findet für sie die geeigneten Sponsoren aus der Wirtschaft. Zu unseren Kerndienstleistungen gehören: Marketing- und Sponsoringberatung, Erstellung von Marketing und Sponsoringkonzepten und Matching von Kultur und Wirtschaft für Sponsoringkooperationen. Seit Gründung hat Causales über 275 Kulturanbieter und Wirtschaftsunternehmen beraten und über 320 Sponsoringpartnerschaften zwischen Kultur, Wirtschaft und Medien im deutschsprachigen Raum mit einem siebenstelligen Gesamtvolumen vermittelt.

Topic partner

The name „Causales“ says it all: in philosophy the term „causa“ (Latin for reason, cause) is defined as a circumstance in objective reality that results in a different circumstance – the effect (cf. causality). The Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH has been advising corporations in their strategic planning of sponsoring processes for the past 15 years. We find the most attractive cultural projects for their societal advocacy. Causales also consults culture projects in the brand development processes and matches them with compatible business sponsors. Our core services comprise: marketing and sponsoring advice, developing marketing and sponsoring concepts, matching of cultural organizations with businesses for sponsoring partnerships. Since its inception, Causales has provided consulting services to more than 275 culture providers and corporation and has brokered in excess of 320 sponsoring partnerships between culture, economy and the media in the German-speaking region, generating 7-digit total volumes.

Moderation



Henry C. Brinker
Geschäftsführer Brinkermedia
Managing Director Brinkermedia



„Um eine Kultur zu schaffen, genügt es nicht, mit dem Lineal auf die Finger zu klopfen!“
Albert Camus, Schriftsteller *"To create a culture, it's not enough to rap the ruler on the knuckles!" Albert Camus, Writer*

Mit einem Blick auf die aktuellen politischen Entwicklungen in Europa, bedeutet eine erweiterte Kulturmarketing-Interpretation, unsere europäische Wertegemeinschaft und die Kultur in Europa durch ein identitätsbasiertes Marketing zu stärken. Diese vielfältige Kultur wird erst in Theatern, Orchestern, Museen, Clubs und Festivals lebendig, die sich als Flaggschiffe, Leuchttürme oder Experimentierlaboratorien sowie als gesellschaftliche und ökonomische Impulsgeber mit ihren trendsetzenden, individuellen Marketingstrategien positionieren. Damit nehmen die Kulturanbieter eine gestaltende Rolle im europäischen Entwicklungsprozess ein. **Doch wie werden diese Kulturanbieter zur Marke – einer authentischen Kulturmarke – um innerhalb der Ökonomie der Aufmerksamkeit langfristig bestehen zu können?** Das innovative Forum zeigt zeitgemäße Kulturmanagement-Techniken, neue Kulturmarketing-Strategien und Fallbeispiele zur strategischen Entwicklung von Kulturmarken sowie zur Kulturkommunikation auf.

Looking at the current political developments in Europe, an expanded cultural marketing interpretation means strengthening our European community of values and culture through identity-based marketing. First of all, this diverse culture comes to life in theatres, orchestras, museums, clubs and festivals that position themselves as flagships, lighthouses or experimental laboratories, as well as social and economic generators of inspiration with their trend-setting individual marketing strategies. **In this way, cultural providers play a creative role in the European development process.** But how do these cultural providers become a brand – an authentic cultural brand – in order to survive in the long term within the economy of attention? The innovative track presents contemporary cultural management techniques, new cultural marketing strategies and case studies for the strategic development of cultural brands and cultural communication.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr
Keynote

I.1



Haltung statt Image. Kulturorientierte Kommunikation als identitätsstiftende Schlüsselkompetenz für Institutionen und Marken Attitude instead of image. Culture-oriented communication as an identity-creating key competence for institutions and brands
Prof. Dr. Julia Frohne: Westfälische Hochschule, Professorin für Kommunikationsmanagement
Westphalian University, Professor for Communication Management

11:00—11:30 Uhr

I.2.1



Titel steht zum Redaktionsschluss noch nicht fest / Title is not yet fixed at the editorial deadline
Jack Lang, President Institut du monde arabe (requested/angefragt)

11:30—12:00 Uhr

I.2.2



Braucht Europa Kulturmarketing? Does Europe need cultural marketing?
Dr. Gabriele Minz: Geschäftsführerin Young Euro Classic
Managing Director Young Euro Classic

13:00—13:30 Uhr

I.3.1



100 Jahre bauhaus – Zur Architektur einer Jubiläums-Kommunikation 100 years bauhaus - On the architecture of a jubilee communication
Andrea Brandis: bauhaus100, Kommunikation
bauhaus100, Communication

13:30—14:00 Uhr

I.3.2



Kulturförderung lohnt sich! So bereichern Sie Ihre Umwegrentabilität Cultural Funding is worth it! This is how you boot your detour profitability
Dr. Sigrud Schmid: Senior Consulting Management, Sebastian Klein: Research Director
GIM, Gesellschaft für innovative Marktforschung, GIM, Innovative Market Research

14:15—14:45 Uhr

I.4.1



BTHVN2020 – die vielfältigste Kulturmarke Europas BTHVN2020 – the most diverse cultural brand in Europe
Malte Boecker: Direktor Beethoven-Haus Bonn
Director Beethoven-House Bonn

14:45—15:15 Uhr

I.4.2



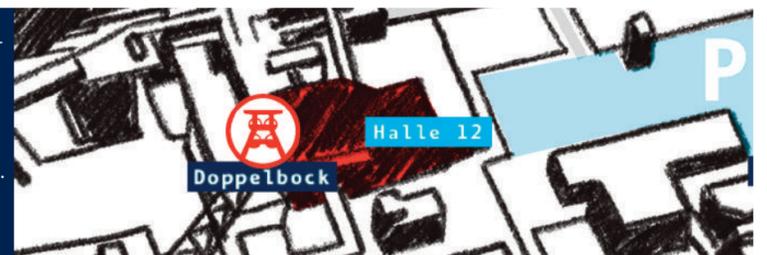
The Price is Right! Strategische Preisgestaltung im Kulturmarketing Strategic pricing in cultural marketing
Dr. Tom Schöbler: Kulturmanager und Kulturmarketing-Experte,
cultural managerin and cultural marketing expert

15:30—17:00 Uhr

Final debate "Transform the European Cultural Market" (S. 20)

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongress-Teilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



CULTURAL EDUCATION

Halle 6/Hall 6 8.11.



„Lernen ist Erfahrung. Alles andere ist einfach nur Information.“

“*Learning is experience. Everything else is just information.*” Albert Einstein

Offenheit und Neugier gegenüber der erlebbaren Umwelt sind grundlegende Wesenszüge, die kulturelle Bildung durch die Schulung einer ästhetischen Wahrnehmung wecken kann. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Umwelt und gesellschaftlichen Fragen ist dabei wesentlich und von Bedeutung, um Schlüsselkompetenzen zu entwickeln, Veränderungen verstehen, reflektieren und mitgestalten zu können. Die Förderung von digitaler Kreativität und von Medienkompetenz leistet einen wichtigen Beitrag dafür, Teil der digitalen Gesellschaft zu werden und ist auch Teil von Audience Development in Kultureinrichtungen. **Transnationale Bildungsprojekte können das Demokratieverständnis erfahrbar machen und so zu einer mündigen und weltoffenen Gesellschaft beitragen.**

Welche Herausforderungen ergeben sich daraus und welches Potenzial birgt kulturelle Bildung für eine zukunftsfähige Gesellschaft? In diesem Forum zeigen namhafte Referenten auf, wie durch kulturelle Bildung in Kultureinrichtungen ein individueller und gesamtgesellschaftlicher Nutzen gestiftet werden kann.

Open-mindedness and curiosity about the environment in which we experience it are fundamental characteristics that cultural education can trigger through the training of aesthetic perception. The examination of one's own environment and of social issues is essential and important for developing key competences, to understand, reflect on and help shape changes. The promotion of digital creativity and media literacy makes an important contribution to becoming part of the digital society and is also part of audience development in cultural institutions. Transnational educational projects can make the understanding of democracy and Europe perceptible thus contributing to a mature and cosmopolitan society. What challenges arise from this and what potential does cultural education hold for a sustainable society? In this track, renowned speakers will demonstrate how cultural education in cultural institutions can provide individual and societal benefits.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr
Keynote
J.1



Was ist und wozu braucht man Kulturelle Bildung?

What is cultural education and why do we need it?

Prof. Dr. Eckart Liebau: Vorsitzender Rat für Kulturelle Bildung e.V.
Chairman Council for Cultural Education e.V.

11:00—11:30 Uhr
J.2.1



FENICE FOR EVERYONE audience development strategies through education VENEDIG FÜR ALLE Audience Development Strategien durch Bildung

Simonetta Bonato: Teatro La Fenice, Education

11:30—12:00 Uhr
J.2.2



Das dezentrale Museum als Museum der Zukunft?

The decentralized museum as a museum of the future?

Dr. Florence Thurmes: Staatliche Kunstsammlungen Dresden, Leiterin Programm SKD, Head of Program

13:00—13:30 Uhr
J.3.1



#in the bubble? – Konzeption, Umsetzung und Reichweite eines digitalen und partizipativen Konzertformats #in the bubble? – conception, realization, and reach of a digital and participative concert format

Andreas Hempel: Künstlerischer Leiter Cölner Barockorchester, Artistic Director Cölner Barockorchester

13:30—14:00 Uhr
J.3.2



Art led and audience focused

Kunst geführt und Publikum fokussiert

Alessandra Gariboldi: Project Coordinator of Adeste+, Projektkoordinatorin Adeste+

14:15—14:45 Uhr
J.4.1



Visitors are not a crowd

Besucher sind keine Massen

Marta Graczyńska: National Museum Krakaw, Head of Education

14:45—15:15 Uhr
J.4.2



WORK it OUT – Europa tanzt

WORK it OUT – Europa is dancing

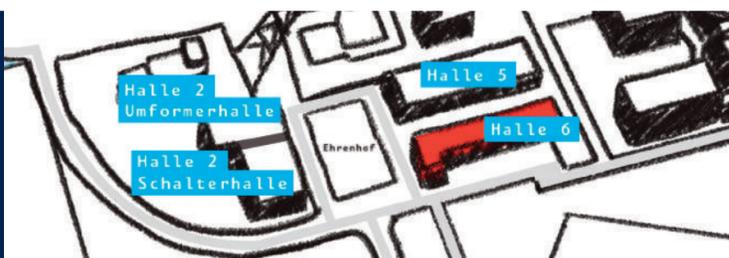
Prof. Dr. Meinrad Maria Grewenig: Präsident European Route of Industrial Heritage e.V.
Chairman European Route of Industrial Heritage e.V.

15:30—17:00 Uhr

Final debate “Transform the European Cultural Market” (S. 20)

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongress-Teilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



Themen-Partner

Bayer/Kultur



Themen-Partner

Bayer Kultur ist eine Marke der Bayer AG und seit 1907 im Konzern verankert. Ursprünglich gegründet, um die Lebensqualität der Mitarbeiter zu verbessern, entwickelte die Abteilung über die Jahrzehnte hinweg ein eigenes Profil. Heute richtet sie im Erholungshaus in Leverkusen – dem eigenen Theater- und Konzerthaus mit 800 Plätzen und einem Studio – jährlich rund 120 Vorstellungen in den Sparten Musik, Theater, Tanz und Kunst aus. Theaterpädagogische Formate für Kinder und Jugendliche, Workshops sowie die stARTacademy ergänzen das Programm und tragen mit zum nachhaltigen Engagement der Bayer AG bei.

Topic partner

Bayer Kultur is a trademark of Bayer AG. It has been an established part of the company since 1907. Originally founded to improve the quality of life of its employees, over the decades the department has developed a distinctive identity. Today it oversees about 120 performances per year in music, theater, dance and art at its performing arts center [Erholungshaus] in Leverkusen, which includes its own theater, concert hall with 800 seats, and a studio. Theatrical educational events for children and young people, workshops and the stART funding program complete the program and contribute to Bayer AG's sustainable commitment.

Moderation



Bettina Münzberg

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied Rat für Kulturelle Bildung e.V.
Executive Board Member Council for Cultural Education e.V.

TICKETING INNOVATIONS

8.11. Halle 2/Hall 2 Schaltherhalle

Themen-Partner



MUSEEN

THEATER

OPERNHÄUSER

KONZERTHÄUSER

MUSIKSCHULEN



„Die Zukunft ist bereits hier – sie ist bloß nicht gleich verteilt.“ *“The Future is already here – it is just not evenly distributed.” William Gibson, Science Fiction Writer*

Es muss nicht gleich die kopernikanische Wende sein. Das Prinzip des Wandels hat auch im Kleinen eine durchaus belebende Funktion. **Wer es wagt, einmal über den Tellerrand hinauszuschauen, wird die Zukunft mitgestalten können.** In diesem Forum erhalten Sie Einblicke in die Vielfalt der Handlungsmöglichkeiten unterschiedlichster Kulturbetriebe, denn alle haben ein gemeinsames Ziel: die Kundenbeziehungen zu verbessern und die Besucherzahlen und Erlöse zu erhöhen, auch mittels Einsatz von künstlicher Intelligenz bei der Suche von besonderen Momenten für die Kundenerfahrung. CTS EVENTIM eröffnet das Forum mit einem Vortrag über die heute stattfindende Transformation. Mit namhaften Referentinnen und Referenten werden mit Ihnen die Weichen in die Digitalität des Kulturbetriebs gestellt und neue Horizonte in der Kundenfindung und -bindung eröffnet.

It doesn't have to be necessarily the Copernican Revolution. The principle of change may have an invigorating effect even on a small scale. Those who dare to look beyond their own horizons will be able to help shaping the future. In this forum you will gain insights into the variety of possible actions of different cultural institutions, as they all have a common goal: to improve customer relations and increase visitor numbers and revenues, also by using artificial intelligence in the search for special moments for the customers' experience. CTS EVENTIM opens the forum with a lecture on the transformation taking place today. **Renowned speakers will help you set the course for the digital world of the cultural industry and open up new horizons in customer acquisition and retention.**

Themen-Partner

CTS EVENTIM ist einer der international führenden Anbieter in den Bereichen Ticketing und Live Entertainment. 2018 wurden rund 250 Millionen Tickets über die Systeme des Unternehmens vermarktet – stationär, online und mobil. Zu den Onlineportalen zählen Marken wie eventim.de, oeticket.com, ticketcorner.ch, ticketone.it und entradas.com. Zur EVENTIM-Gruppe gehören außerdem zahlreiche Veranstalter von Konzerten, Tourneen und Festivals wie „Rock am Ring“, „Rock im Park“, „Hurricane“, „Southside“ oder „Lucca Summer“. Darüber hinaus betreibt CTS EVENTIM einige der renommiertesten Veranstaltungsstätten Europas, etwa die Kölner LANXESS Arena, die Berliner Waldbühne und das EVENTIM Apollo in London. Die CTS EVENTIM AG & Co. KGaA ist seit 2000 börsennotiert und gegenwärtig Mitglied des SDAX. Im Jahr 2018 erwirtschafteten 3.141 Mitarbeiter in 21 Ländern einen Umsatz von mehr als 1,2 Milliarden Euro.

Topic partner

CTS EVENTIM is one of the leading international providers of Ticketing and Live Entertainment. In 2018, approx. 250 million tickets were marketed using the company's systems – through stationary box offices, online or mobile. Its online portals operate under brands such as eventim.de, oeticket.com, ticketcorner.ch, ticketone.it, and entradas.com. The EVENTIM Group also includes many concert, tour and festival promoter companies for events like 'Rock am Ring', 'Rock im Park', 'Hurricane', 'Southside', and 'Lucca Summer'. In addition, some of Europe's most renowned venues are operated by CTS EVENTIM, for example the LANXESS arena in Cologne, the Waldbühne in Berlin and the EVENTIM Apollo in London. CTS EVENTIM AG & Co. KGaA has been listed on the stock exchange since 2000 and is currently a member of the SDAX segment. In 2018, its 3,141-strong workforce generated more than 1.2 billion Euros in revenue in 21 countries.

Moderation



Rainer Glaat
CTS EVENTIM Solutions GmbH,
Lead Product Marketing Manager
EVENTIM.Inhouse

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr

Keynote

K1

**Digitale Transformation – Prozesse, Strategien & Handlungsfelder für Kulturbetriebe****Digital transformation – processes, strategies and fields of action for the cultural sector**

Prof. Dr. Lorenz Pöllmann, HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft

HMKW University of Applied Sciences for Media, Communication and Management

11:00—11:30 Uhr

K2.1

**Kundenbindung mit „Mein Konzerthaus“ – Umsetzung einer digitalen CRM-Strategie****Customer loyalty with “Mein Konzerthaus” – the implementation of a digital CRM strategy**Martin Redlinger: Konzerthaus Berlin, Direktor für Marketing und Vertrieb, *Director Marketing and Sales*

11:30—12:00 Uhr

K2.2

**Subscriptions – The Foundation of a Wellfunctioning Arts Organization****Abonnements – Die Grundlage für gut funktionierende Kulturorganisationen**Magnus Still: Geschäftsführer StillArt, *Managing Director StillArt*

13:00—13:30 Uhr

K3.1

**Dynamic Pricing – Erläsoptimierung im Live Entertainment****Dynamic Pricing – revenue optimization in Live Entertainment**Sönke Scope: Stage Entertainment, *Analytics & Optimisation Director*

13:30—14:00 Uhr

K3.2

**Kampagnen Management – Individuell, persönlich – und automatisiert****Campaign Management – individual, personal – and automated**Stefanie Giljum: CTS EVENTIM Solutions GmbH, *Senior Lead Campaign Management*

14:15—14:45 Uhr

K4.1

**IT-Security und Ticketing – Im Spannungsfeld von High Demand OnSales, Bots und zufriedenen Kunden****IT-Security and Ticketing – In the field of tension of High Demand OnSales, bots and satisfied customers**Christoph Bodi: Geschäftsführer CTS EVENTIM Solutions GmbH, *Managing Partner CTS Eventim Solutions GmbH*

14:45—15:15 Uhr

K4.2

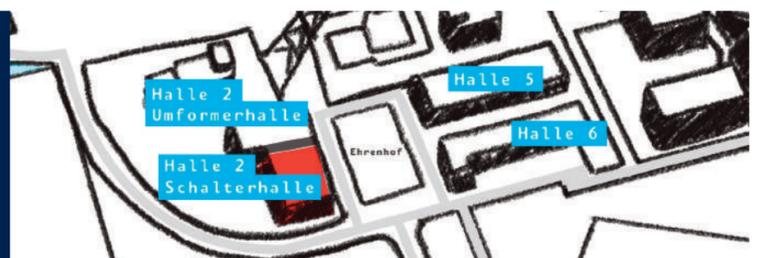
**Finding “Moments” – how analytics and machine learning can tell you how to improve your business and create amazing customer experiences****Glücksmomente – Analytisches CRM und maschinelles Lernen helfen Glücksmomente für Kunden zu finden**Martin Gammeltoft: Vice President Activity Stream, *Vizepräsident Activity Stream*

15:30—17:00 Uhr

Final debate “Transform the European Cultural Market” (S. 20)

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongress-Teilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



URBAN CULTURE

Halle 2/Hall 2 Umformerhalle 8.11.



„Die Menschen, nicht die Häuser, machen die Stadt.“
 “The people, not the houses, make the city.” From England

Jährlich listet das europäische Städteranking die lebenswertesten Städte in Europa auf. Doch welche Kriterien spielen bei der Auswahl eine Rolle? Was macht die Attraktivität und Einzigartigkeit einer Stadt aus? Und wie kann die ideale Kultur- und Kreativstadt aussehen? Im 21. Jahrhundert leben mehr als die Hälfte der europäischen Bevölkerung in Städten. Sie stellen innovative wirtschaftliche Zentren dar und bieten den Bürgerinnen und Bürgern und ihren Gästen über das direkte Erleben von Kunst und Kultur eine Heimat. **Städte in Europa vernetzen sich, um zu lernen und gemeinsam die Zukunftsdebatte für ein weltoffenes Europa mitzugestalten.** Die Vorträge und Diskussionen in diesem Forum zeigen auf, wie mit Stadtkultur die Lebensqualität erhöht wird, eine Kultur der Begegnungen und Partizipation in Städten entstehen kann und diese Prozesse durch die Nutzung von Bausteinen aus dem digitalen Werkzeugkasten verstärkt werden kann.

Every year, the European city ranking lists the most livable cities in Europe. But which criteria play a role in the selection? What makes a city so attractive and unique? And what can the ideal cultural and creative city look like? In the 21st century, more than half of Europe's population lives in cities. **They represent innovative economic centres and offer citizens and their guests a home through the direct experience of art and culture.** Cities in Europe are networking to learn and jointly shape the debate on the future of a Europe open to the world. The lectures and discussions in this track document how urban culture can improve the quality of life, how a culture of exchange and participation can emerge in the cities, and how these processes can be strengthened by the use of modules from the digital toolbox.

PROGRAMM:

10:00—10:45 Uhr
 Keynote

L 1



The Cultural and Creative Cities Monitor – 2019 edition
Der Kultur- und Kreativstädte Monitor – 2019 Edition
 Valentina Montalto & Francesco Panella:
 Joint Research Centre of the European Commission

11:00—11:20 Uhr
 L 2.1



Stadt.Heimaten. Über Zugehörigkeit in urbanen Räumen
City.Homelanding. On affiliation in urban spaces
 Dr. Simone Caroline Egger: Institut für Kulturanalyse, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
 Institute for cultural analyses, Alpen-Adria-University Klagenfurt

11:20—11:40 Uhr
 L 2.2



SonoNet – Die smarte Vernetzung von Städten via Ultraschall
SonoNet - The smart interconnectedness of cities via ultrasound
 Michael Gundacker: SonoBeacon GmbH, Director SonoNet

11:40—12:00 Uhr
 L 2.3



Das HWWI/Berenberg Kulturstädte-Ranking 2018
The HWWI/Berenberg Cultural Cities Ranking 2018
 Dörte Nitt-Drießelmann: Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut, Senior Researcher
 Hamburg Institute of International Economics, Senior Researcher

13:00—13:30 Uhr
 L 3.1



REJA – The CLOUD of TIRANA
 Edit Pula: Municipality of Tirana, Cultural Adviser of the Mayor
 Stadt Tirana, Kulturberaterin des Bürgermeisters

13:30—14:00 Uhr
 L 3.2



Monheim – Wo? Wie eine kleine Mittelstadt mit Kultur, Bildung und Digitalisierung von sich Reden macht
Monheim – Where? How a small city proves to be a talking point through culture, education and digitalisation
 Martin Witkowski: Intendant und Geschäftsführer Monheimer Kulturwerke GmbH
 Managing Director Monheimer Kulturwerke GmbH

14:15—15:15 Uhr
 L 4



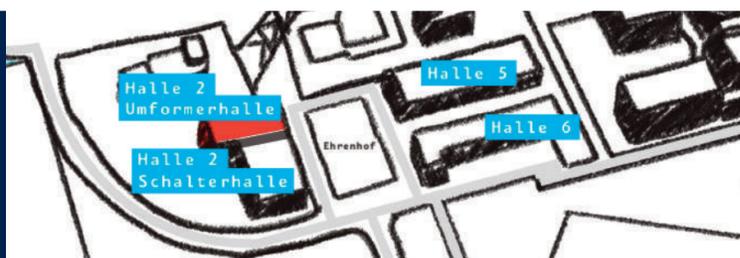
Diskussion: Kultur – Wirklich nur ein weicher Standortfaktor?
Discussion: Culture – Just a soft location factor?
 Martin Witkowski: Monheimer Kulturwerke; Edit Pula: Municipality Tirana; Guido Redlich: Kunstareal München

15:30—17:00 Uhr

Final debate “Transform the European Cultural Market” (S. 20)

Ein Wechsel zu den parallel stattfindenden Themenforen ist während der Pausen möglich. Als Kongress-Teilnehmer erhalten Sie darüber hinaus Ihre persönliche Kongressmappe, ein reichhaltiges Mittagsbuffet in Halle 5, Kaffee und Kuchen sowie Online-Zugriff auf alle Vorträge.

The discussion will be translated in english.
 A change in tracks is possible during the breaks. All congress participants are receiving their own receipt of congress documents, lunch in hall 5, coffee and cake and the possibility to download the presentations of the speakers.



Themen-Partner

**MONHEIMER
 KULTURWERKE**

Themen-Partner

Die Monheimer Kulturwerke GmbH ist die noch junge, frisch gegründete 100%-ige Tochtergesellschaft der Stadt Monheim am Rhein, die als Motor für die Bereiche Kultur, Tourismus und Brauchtum in die Stadtentwicklung hineinwirkt. Sie fördert und verbindet lokale Strukturen, involviert Bürger in den Gestaltungsprozess und schlägt einen Bogen zwischen Alltags-, Sozio- und Hochkultur. Mit dem Umbau der historischen Fassabfüllhalle in ein Kultur- und Kongresszentrum schaffen die Kulturwerke für die diverse Stadtgesellschaft einen Identifikationsraum. Das Besondere ist die künstlerisch-inhaltliche Gestaltung des Spielplans, der die Sparten Musik, Theater, Tanz, Film, Kabarett und Comedy abbildet. Die Monheimer Kulturwerke GmbH wird von ihrem Intendanten und Geschäftsführer Martin Witkowski geleitet.

Topic partner

The Monheimer Kulturwerke GmbH, as a freshly founded 100% subsidiary of the city Monheim am Rhein, operates as an important engine of culture, tourism and tradition within the urban development. It promotes and links local structures, involves citizens in creative processes and bridges the gap between everyday, social and advanced culture.

Moderation



Bernward Tuchmann
 Inhaber
 TUCHMANN Kulturberatung
 Owner TUCHMANN Kulturberatung

FINAL DEBATE

8.11. 15:30 Uhr Halle 12



Themen-Partner



Innerhalb einer Kooperation mit der Kulturpolitischen Gesellschaft und dem WDR3 findet eine finale Abschlussdiskussion des KulturInvest!-Kongress zum Thema „TRANSFORM THE EUROPEAN CULTURAL MARKET“ mit namhaften Referenten des Kongresses und Experten aus Kultur, Wirtschaft und Politik statt. Alle Kongressteilnehmer sind eingeladen, sich an dieser lebendigen Debatte zu den Zukunftsperspektiven des europäischen Kulturmarktes zu beteiligen. Das finale Abschlussforum wird vom WDR3 aufgezeichnet und synchron übersetzt.

Within the cooperation with the Kulturpolitische Gesellschaft and the WDR3, the final closing discussion of the KulturInvest! Congress on the topic "TRANSFORM THE EUROPEAN CULTURAL MARKET" with renowned speakers of the Congress and experts from culture, business and politics will be taking place in Hall 12. All congress participants are invited to participate in this lively debate on the future prospects European cultural market. The final degree forum will be recorded by the WDR3 and translated synchronously.

Themen-Partner

WDR 3 ist die Hörfunk-Kulturwelle des Westdeutschen Rundfunks in Nordrhein-Westfalen. Unter dem Motto "Partnerschaft für mehr Kultur" arbeitet WDR 3 mit rund 80 Theatern, Konzerthäusern, Museen, Kulturorganisationen und Festivals in Nordrhein-Westfalen eng zusammen.

Topic partner

WDR3 is the cultural radio broadcast by Westdeutscher Rundfunk (WDR, West German Broadcasting) in North Rhine-Westphalia. Under the motto "Partnership for more culture", WDR3 works closely together with around 80 theatres, concert halls, museums, cultural organizations and festivals in North Rhine-Westphalia.

Popdemokratie oder Europunk? Europa, das ist eine vielfältige Wertegemeinschaft mit kultureller Strahlkraft und Magnetismus zugleich. Die vielfältigen, durchaus widersprüchlichen Werte sind der Humus unserer weltweiten, toleranten europäischen Kultur, die künstlerische Freiheit garantiert. Aber auch Handel und Wirtschaft haben zur Einigung des Kontinents beigetragen, während religiöser Fanatismus, Nationalismus und Kriege ihn spalteten. Die Gründung der Montan-Union als wirtschaftliche Grundlage für ein modernes, geeinigtes Europa, sowie der Transformationsprozess der Industriegesellschaft zur kreativen Dienstleistungsgesellschaft und die zukunftsorientierten Impulse für eine postnationale Demokratie sind wichtige Meilensteine für ein demokratisches Europa der Bürgerinnen und Bürger. **Welche politische Verantwortung haben die einzelnen Kulturakteure innerhalb des europäischen Entwicklungs- und Einigungsprozesses?**

Entfesselung oder Steuerung? Der europäische Kulturmarkt ist ein heterogener Wachstumsmarkt, der nicht nur aus Kulturanbietern und Kulturpublikum besteht. Dieser spezifische Markt wird durch kulturpolitische Entscheidungen beeinflusst, durch die Kultur- und Kreativwirtschaft wirtschaftlicher, durch Kulturmarketing sichtbarer, durch die Digitalisierung smarter, durch Kulturtourismus lebendiger und sichert sich durch kulturelle Bildung nachhaltig sein Publikum. Der Kulturmarkt ist durch die notwendigen Förderungen der Öffentlichen Hand nicht mit anderen Märkten zu vergleichen, da er durch die öffentlichen Zuwendungen verzerrt wird und nicht nur ökonomisch betrachtet und bewertet werden kann. Für einen Erfolg im ganzheitlichen Sinne ist ein Austausch auf kultureller, wirtschaftlicher und akademischer Ebene sowie auch durch eine intensivere, europäische Zusammenarbeit der einzelnen Marktsegmente und seiner Akteure nötig. **Welche kulturpolitischen, ökonomischen und fiskalischen Rahmenbedingungen braucht der Kulturmarkt, um sein Potenzial zu entfalten?**

Bewahren und entwickeln. Das UNESCO-Welterbe Zollverein mit seinem 100 Hektar großen denkmalgeschützten Areal ist eine Ikone des Steinkohlezeitalters, touristische Attraktion, Bildungs-Campus und ein wachsendes Kraftwerk der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Stiftung Zollverein hat die Aufgabe, das Industriedenkmal zu erhalten und zugleich zu einem Zukunftsstandort zu entwickeln. Dieser Auftrag ist eine Herausforderung und erweist sich in der Praxis als äußerst komplex: Unterhalt und Betrieb, kulturelle Bespielung und Standortvermittlung, denkmalgerechter Erhalt sowie Sanierung und bauliche Entwicklung des Welterbes müssen miteinander in Einklang gebracht werden. Die Ansiedlung von Künstlern, Museen, Unternehmen der Kreativwirtschaft und der Folkwang-Universität der Künste mit dem Fachbereich Gestaltung sind Bestandteile eines Masterplans Zollverein und des damit verbundenen Prinzips „Erhalt durch Umnutzung“. Dieser Masterplan ist Ende 2018 weitgehend abgearbeitet und wird aktuell fortgeschrieben. **Welche Vorteile entstehen durch diesen kulturellen Transformationsprozess für den Standort, das Umfeld und die einzelnen Akteure? Wie lässt sich der Erfolg auf andere Standorte übertragen und was kann Zollverein für die Zukunft von anderen Standorten in Europa lernen?**

Pop democracy or Euro punk? Europe is a multifaceted community of values with cultural radiance and magnetism at the same time. The manifold, quite contradictory values are the humus of our cosmopolitan, tolerant European culture that guarantees artistic freedom. But trade and economics did also contribute to the unification of the Continent, while religious fanaticism, nationalism and wars have divided it. The founding of the Montan Union, the European Community for Coal and Steel, as the economic basis for a modern, united Europe, as well as the transformation process of the industrial society into a creative service society and the future-oriented impulses for a post-national democracy are important milestones for a democratic Europe of its citizens. **What political responsibility do the individual cultural players have within the European development and unification process?**

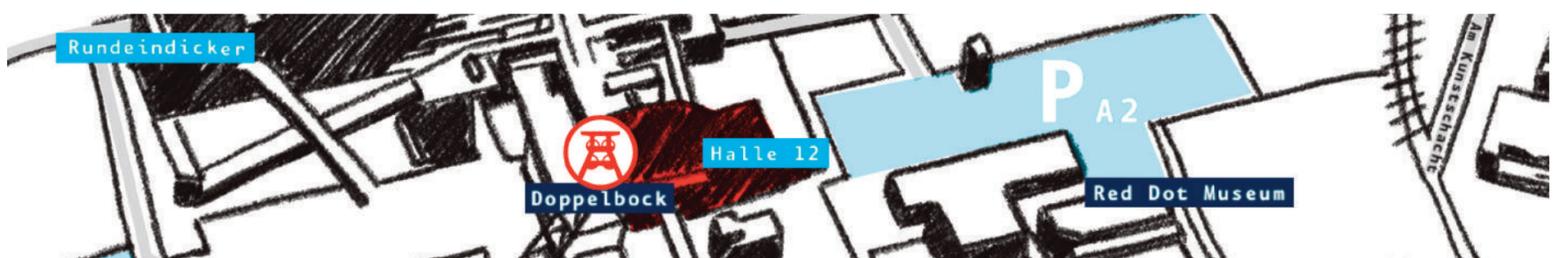
Unleash or control? The European cultural market is a heterogeneous growth market, consisting not only of cultural providers and audiences. This specific market is influenced by cultural policy decisions. The cultural and creative industries make it economically more efficient, cultural marketing makes it more visible, digitalisation makes it smarter and cultural tourism makes it more vibrant. By a more advanced cultural education it secures its audience in a sustainable way. The cultural market cannot be compared with any other markets due to the impact of the indispensable public funding. It cannot merely be viewed and evaluated from a commercial point of view. Success in the holistic sense requires exchanges at the cultural, economic and academic levels as well as more intensive European cooperation between the individual market segments and their players. **What cultural-political, economic and fiscal framework terms does the cultural market need in order to develop its potential?**

Preserve and develop. The UNESCO World Heritage Zollverein with its 100 hectare listed historic site is an icon of the coal age, a tourist attraction, an educational campus and a growing power plant of the cultural and creative industries. The Zollverein Foundation has the task of preserving the industrial monument and at the same time turning it into a viable future location of culture. This task is a great challenge and proves to be extremely complex in practice: maintenance and operation, cultural attractiveness and location mediation, preservation in accordance with the statutory heritage regulations as well as restoration and structural development of the World Heritage Site must be harmonised. The settlement of artists, museums, creative industry companies and the Folkwang University of the Arts with its Design Department are all elements of a Zollverein master plan based on the associated principle of "preservation through conversion". This master plan was largely completed by the end of 2018 and is currently being updated. **What are the advantages of this cultural transformation process for the location, the environment and the individual players? How can success be passed on to other locations and what can Zollverein learn for its future from other locations in Europe?**

Moderation



Dr. Michael Köhler
Freier Journalist,
Moderator bei
Deutschlandfunk und WDR3
Freelance journalist, anchor
at Deutschlandfunk and WDR3



TRANSFORM THE EUROPEAN CULTURAL MARKET



Es diskutieren auf dem Podium



Michelle Müntefering (angefragt)

Michelle Müntefering ist Journalistin und Politikerin (SPD). Sie war von 2004 bis 2014 Mitglied des Parteivorstandes in Nordrhein-Westfalen. Sie ist seit dem 14. März 2018 Staatsministerin (parlamentarische Staatssekretärin) für internationale Kultur- und Bildungspolitik beim Bundesminister des Auswärtigen.

Michelle Müntefering is a journalist and politician (SPD). She was a member of the party executive committee in North Rhine-Westphalia from 2004 to 2014. Since March 14, 2018, she has been Minister of State (Parliamentary State Secretary) for International Cultural and Educational Policy at the Federal Foreign Office.



Prof. Dieter Gorny

Prof. Dieter Gorny ist ein deutscher Medienmanager, Lobbyist und Musiker. Er war einer der vier künstlerischen Direktoren der RUHR.2010 – Kulturhauptstadt Europas und wurde anschließend Geschäftsführer des als Institut der RUHR.2010 gegründeten european centre for creative economy (ecce).

Prof. Dieter Gorny is a German media manager, lobbyist and musician. He was one of the four artistic directors of the RUHR.2010 - European Capital of Culture and subsequently became managing director of the european centre for creative economy (ecce), founded as the institute of RUHR.2010.



Prof. Dr. Hans-Peter Noll

Prof. Dr. Hans-Peter Noll ist Vorstandsvorsitzender der Stiftung Zollverein und Generalmanager des UNESCO-Welterbes Zollverein, Diplom-Geograph und bedeutender Immobilienentwickler sowie Botschafter des Ruhrgebietes unter anderem für die Business Metropole Ruhr.

Prof. Dr. Hans-Peter Noll is Chairman of the Zollverein Foundation and General Manager of the UNESCO World Heritage Zollverein, graduate geographer and major real estate developer as well as ambassador of the Ruhrgebiet.



Dr. Hagen Lippe-Weißenfeld

Dr. Hagen Lippe-Weißenfeld ist Vorstandsmitglied der Kulturpolitischen Gesellschaft, Betriebswirt, Unternehmer, Kulturmanager und leidenschaftlicher Netzwerker. Seit 2016 ist Hagen Lippe-Weißenfeld Geschäftsführer der Meyer Architekten GmbH und Geschäftsführender Gesellschafter der ProjektSchmiede GmbH.

Dr. Hagen Lippe-Weißenfeld is a board member of the Kulturpolitische Gesellschaft, business economist, entrepreneur, cultural manager and passionate networker. Since 2016, Hagen Lippe-Weißenfeld has been managing director of Meyer Architekten GmbH and managing partner of ProjektSchmiede GmbH.

Europa, das bedeutet „Weite Sicht“

Das Europa, wie wir es heute kennen, blickt auf eine lange Geschichte zurück. Die Entstehung Europas ist von zahlreichen Mythen geprägt, die im Orient, dem antiken Phönizien beginnen, dessen Gebiet auf den östlichen Teilen von Syrien, Israel und dem Libanon an der Mittelmeerküste lag. Noch heute erinnern zahlreiche Bilder und Motive an die Entführung der schönen Europa durch Zeus, die letztendlich unserem Kontinent ihren Namen gegeben haben. Jeder der schon einmal eine Zwei-Euro-Münze aus Griechenland in der Hand hatte, könnte Europa und den Stier auf der Rückseite gesehen haben. Am Rand steht das Wort Europa in Griechisch. Das Wort selbst stammt ursprünglich aus dem Altgriechischen und bedeutet soviel wie „weite Sicht“.

Europe, that means “wide view”

The Europe as we know it today looks back on a long history. The emergence of Europe is marked by numerous myths, starting their story in the Orient, located at the Mediterranean coast, territory on the eastern parts of Syria, Israel and Lebanon. Even today many pictures and motives evoke the abduction of the beautiful Europa by Zeus, who as finally naming our continent. Everyone who has ever had a two euro coin from Greece in hand could have seen Europa and the bull on the back. At the edge is the word Europa in Greek. The word itself comes originally from ancient Greek and means something like “wide view”.

Kooperationspartner

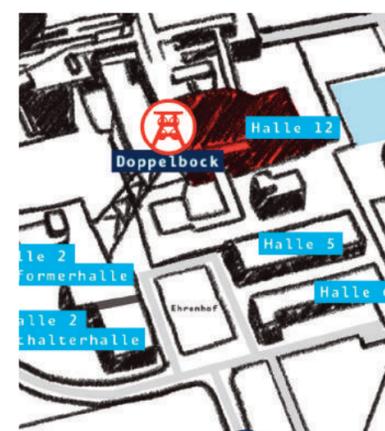


Kooperationspartner

Die Kulturpolitische Gesellschaft ist ein bundesweiter Zusammenschluss kulturpolitisch interessierter und engagierter Menschen und will die Meinungen und Erfahrungen ihrer 1.500 Mitglieder aus den unterschiedlichen Feldern kultureller und kulturpolitischer Praxis stärker in diesen Diskurs einbringen. Sie entwickeln Ideen und Konzepte für eine Kulturpolitik der Zukunft und setzt sich ein für eine öffentlich verantwortete Kulturpolitik, kulturelle Vielfalt und künstlerische Freiheit als Grundlagen einer demokratischen, interkulturellen Gesellschaft.

Cooperation partner

Kulturpolitische Gesellschaft is a nationwide cultural policy association of interested and engaged individuals that is committed to representing the views and experiences of its 1,500 members from the different fields of cultural and cultural-political practice in the industry discourse. It pioneers ideas and concepts for a cultural policy of the future and is committed to cultivating responsible public cultural policy, cultural diversity and artistic freedom as the foundations of a democratic, intercultural society.



Halle 5 (Europa-Halle) Das Forum des europäischen Kulturmarktes

Hall 5 (Europe Hall) The Forum of the European Cultural Market



Presenting-Partner

BTHVN
2020

„Geselliges Vergnügen, muntres Gespräch muß einem Festmahl die Würze geben.“
“Tis given with welcome: to feed were best at home; From thence the sauce to meat is ceremony; Meeting were bare without it.” Shakespeare

Presenting-Partner

2020 feiert Deutschland mit der ganzen Welt den 250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven. Die gemeinnützige Beethoven Jubiläums Gesellschaft mbH koordiniert und kommuniziert dieses bedeutende Jubiläum unter der Dachmarke BTHVN2020. Ziele des Beethoven Jubiläums sind zum einen die Vermittlung von Beethovens Werk sowie die Stärkung innovativer Projekte, zum anderen die Steigerung der Bekanntheit Bonn's als Beethoven-Stadt. Die Veranstaltungsvielfalt im Jubiläumsjahr 2020 bietet ganzjährig großartige Musikerlebnisse in unterschiedlichen Projektformen - in Konzerten, Ausstellungen, Opern, Tanz-, oder Theaterproduktionen, aber auch in Symposien und Bildungsprogrammen werden Beethovens Werke aus verschiedenster Perspektive beleuchtet.

Presenting partner

In 2020 Germany will join the entire world in celebrating the 250th anniversary of the birth of Ludwig van Beethoven. The Beethoven Jubiläums Gesellschaft gGmbH (Beethoven Anniversary Society) coordinates this important jubilee and publicises it beneath the umbrella brand BTHVN2020. The goals of the Beethoven Jubilee are to communicate Beethoven's music, to strengthen and promote innovative projects and to enhance Bonn's image as the city of Beethoven. The wide-ranging events of the Jubilee will offer magnificent musical experiences in various forms of projects throughout the year 2020. Whether in concerts or exhibitions, operas or ballet and theatre productions or symposia and outreach programmes, Beethoven's music will be illuminated from many different perspectives.



Das pulsierende Zentrum von Europas größtem Kulturkongress ist die Halle 5, in der sich ausgewählte Kulturprojekte und Kulturförderer präsentieren. Eine Bewirtung mit Getränken unserer Sponsoren schafft hier gantztägig eine einzigartige Netzwerkathmosphäre und lässt in den Mittagspausen und während der After-Show-Party der Europäischen Kulturmarken-Awards Ihr kuliarisches Herz höher schlagen. Treffen Sie hier Referenten, Kulturanbieter, Kulturförderer, Aussteller sowie Juroren, Nominierte und Preisträger!

Ihre Highlights

7. November von 13.00 – 14.00 Uhr

Kulinarische Gaumenfreuden vom Buffet und erfrischende Getränke. Orient trifft Okzident, Europa war eine wunderschöne phönizische Prinzessin, mit ihr kam nicht nur die Kultur des Orients nach Europa, sondern unzählige Gewürze und Aromen, die in unseren kulinarischen Gaumenfreuden enthalten sind.

7. November von 17.15 – 19.00 Uhr

Meet & Match. Kultur trifft Wirtschaft, Wirtschaft trifft Kultur, für alle die zwischen dem ersten Kongresstag und der Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards nicht ins Hotel wollen.

7. November von 22.00 – 2.00 Uhr

After-Show-Party des Europäischen Kulturmarken-Awards mit einem Flying Buffet, Cocktails und viele weitere erfrischende Getränke an den Bars, Musik zum Tanzen mit den Elektrokünstlern von BTHVN2020.

8. November von 12.00 – 13.00 Uhr

Kulinarische Gaumenfreuden vom Buffet und erfrischende Getränke. Orient trifft Okzident, Europa war eine wunderschöne phönizische Prinzessin, mit ihr kam nicht nur die Kultur des Orients nach Europa, sondern unzählige Gewürze und Aromen, die in unseren kulinarischen Gaumenfreuden enthalten sind.



Hall 5 is the pulsating centre of Europe's largest cultural congress, where selected cultural projects and sponsors are presented. A catering service with drinks from our sponsors will stimulate a unique network atmosphere throughout the day and is certain to delight your culinary heart during lunch breaks and during the after-show party of the European Cultural Brand Awards. Here you can meet speakers, cultural providers, cultural sponsors, exhibitors as well as jurors, nominees and award winners!

Your Highlights

7. November, from 1pm – 2pm

Gastronomic delights from the buffet with refreshing drinks. Orient meets Occident! Europe was a beautiful Phoenician princess. With her, not only the culture of the Orient came to Europe, but countless spices and aromas that enrich our palate.

7. November, from 5.15pm – 9.00pm

“Meet & Match”. Culture meets business, business meets culture, for all those who don't want to go to their hotel between the first day of the Congress and the presentation of the European Cultural Brand Awards...

7. November, from 10pm – 2am

After-Show-Party of the European Cultural Brand Awards with a flying buffet, cocktails and many more refreshing drinks at the bars, music to dance with the electronic artists of BTHVN2020.

8. November, from 12am – 1pm

Culinary delights from the buffet with refreshing drinks Orient meets Occident! Europe was a beautiful Phoenician princess. With her, not only the culture of the Orient came to Europe, but countless spices and aromas that enrich our palate.



Ihr Ticket zu Europas größtem Kulturkongress

Your ticket to Europe's leading Culture Congress



Freuen Sie sich auf die neue Kongress-App, die es Ihnen ermöglicht, die gesamte Kongressarchitektur online einzusehen, Ihr eigenes Kongressprogramm zusammenzustellen und in Kontakt mit anderen Kongressteilnehmern zu treten.

Feel free to make use of the new Congress App that allows you to view the entire congress architecture online, compile your own congress programme and get in touch with other congress participants."

Die Opening Party am 6. November im Erich Brost-Pavillon sowie die Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards am 7. November in Halle 12 sind im Kongressticket inkludiert. Bei Ihrer Akkreditierung am Morgen des ersten Kongresstages erhalten Sie Ihre Kongressmappe und weitere Informationen. Nach der Grand Opening Session können Sie sich zwischen den parallel stattfindenden Themenforen frei bewegen. Bitte planen Sie ca. 5 Gehminuten zwischen den Hallen ein. Das gesamte Themenforum A. CREATE EUROPE wird simultan übersetzt. Darüber hinaus werden einige weitere Vorträge und Diskussionen simultan übersetzt. Weitere Informationen dazu finden Sie in der Programm-Übersicht.

Veranstaltungsort

Event location



Unsere Hotелеmpfehlung

Our hotel recommendation



Unsere zweite Hotелеmpfehlung

Our hotel recommendation



Unsere Anreiseempfehlung

Our travel recommendation



1-Day-Ticket	7.11.2019	€ 340,- in Germany: + 19% MwSt.
1-Day-Ticket	8.11.2019	€ 340,- in Germany: + 19% MwSt.
2-Day-Ticket	buchbar bis / bookable till 31.7.2019	€ 590,- in Germany: + 19% MwSt.
2-Day-Ticket	buchbar bis / bookable till 7.11.2019	€ 650,- in Germany: + 19% MwSt.

>>> Melden Sie sich jetzt online an unter:

www.kulturmarken.de/veranstaltungen/kulturinvest-kongress/anmeldung

>>> Register now at:

www.cultural-brands.com/conventions/11th-cultureinvest-kongress/registration



The Opening Party on 6 November in the Erich Brost Pavilion and the award ceremony of the European Cultural Brand Awards on 7 November in Hall 12 are included in the congress ticket. When you are accredited on the morning of the first day of the Congress, you will receive your congress folder plus further information. After the Grand Opening Session you are invited to move freely between the parallel theme forums. Please allow approx. 5 minutes to reach the halls on foot. The entire A. CREATE EUROPE forum will be translated simultaneously. In addition, some lectures and discussions will also be translated simultaneously. Further information can be found in the programme overview.

UNESCO-Welterbe Zollverein, Bullmannau 11, 45327 Essen

So erreichen Sie den KulturInvest!-Kongress und die Kulturmarken-Gala:
How to access the CultureInvest! Congress and the Cultural Brands Gala:

Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln: Sie erreichen das Gelände über die Haltestellen „Zollverein“ (Straßenbahn 107, auch „Kulturlinie“) und „Zollverein-Nord“ (Straßenbahn 107, auch „Kulturlinie“, Bus 170, Bus 183 oder S-Bahn 2) Fahrzeit vom Hauptbahnhof: 20 Minuten

By public transport: You can reach the site via the stops "Zollverein" (tram 107, also "Kulturlinie") and "Zollverein-Nord" (tram 107, also "Kulturlinie", bus 170, bus 183 or S-Bahn 2); travel time from the main station: 20 minutes

Mit dem Auto: Bitte geben Sie „Fritz-Schupp-Allee“ in Ihr Navigationsgerät ein. Fahrzeit vom Flughafen Düsseldorf: 30 Minuten, Fahrzeit vom Hauptbahnhof Essen: 15 Minuten, Parkmöglichkeiten befinden sich auf Areal A und Areal B.
By car: Please enter "Fritz Schupp Allee" into your navigation device. Travel time from Düsseldorf Airport: 30 minutes, Travel time from Essen main station: 15 minutes, Parking is available on Areal A and Areal B.

hotel friends Zeche Zollverein Essen, Martin-Kremer-Strasse 1, 45327 Essen

Warum ein 08/15 Hotel buchen, wenn es auch anderes geht? Übernachten Sie doch im Hotel friends, direkt auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein. Sie erwarten 67 Zimmer rund um die 5 großen Themenfelder von Zeche Zollverein. Ob „Kumpel-“ oder „Grubenheldenzimmer“, ob Möbelloft- oder Vallone-Suite, ob Zollverein-Themenzimmer oder ein „citizen-room“ – alle Zimmer sind mit viel Liebe zum Detail erstellt worden. Buchungen sind nach Eröffnung im August 2019 hier möglich: www.hotelfriends.de/essen

Why book a 08/15 hotel, if there are other possibilities? Stay at the Hotel friends, directly on the UNESCO World Heritage Site Zollverein. Whether it's a "miners' room" or other Zollverein themed suites - all rooms have been designed with great attention to detail. Bookings are possible after opening in August 2019 at: www.hotelfriends.de/essen

Motel One Essen, Kennedyplatz 3, 45127 Essen

Das Motel One Essen lässt die Blütezeit der Industriegeschichte des Ruhrgebietes aufleben. Fotografien rund um den Bergbau, originale Industrieleuchten und eine Abbildung der Schutzheiligen der Bergleute, der heiligen Barbara, tragen zum authentischen Industrie-Flair bei. Das moderne Design Hotel hat eine ausgezeichnete Verkehrsanbindung und befindet sich in der Nähe des Hauptbahnhofs.

The Motel One Essen revives the heyday of the industrial history of the Ruhr area. Photographs around the mining industry, original industrial luminaires and a picture of St Barbara, the patron saint of the miners, contribute to the authentic industrial flair. This modern design hotel has excellent transport connections and is located near the main railway station.

Konditionen des Hotelkontingents „KulturInvest!-Kongress“:
Conditions of the hotel contingent „KulturInvest! -Kongress“:

€ 69,90 pro Zimmer und Nacht / per room and night
Buchung über Abrufformular unter www.kulturmarken.de
Booking via call form at www.cultural-brands.com

Wir bieten Ihnen einen Shuttle-Service vom Motel One zum UNESCO-Welterbe Zollverein.

We offer a shuttle service from Motel One to the UNESCO World Heritage Zollverein

Das Extra für Sie als Besucher! Ihr Veranstaltungsticket zum bundesweiten Festpreis, von jedem DB-Bahnhof.
The extra for you as a visitor! Your event ticket from any station of Deutsche Bahn at a nationwide fixed price.

Mit dem Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn reisen Sie bequem zum diesjährigen KulturInvest!-Kongress nach Essen. Allen Kongressteilnehmern bieten wir in Kooperation mit der Deutschen Bahn ein exklusives Veranstaltungsticket an. Zum bundesweiten Festpreis und von jedem DB-Bahnhof können Sie hier Ihre Reise zum 11. KulturInvest!-Kongress am 7. und 8. November 2019 buchen. With that special Deutsche Bahn event ticket you can travel comfortably to this year's CultureInvest! Congress in the city of Essen. In cooperation with Deutsche Bahn, we offer all congress participants an exclusive event ticket with which they can travel on 7 and 8 November 2019 to the 11th CultureInvest! Congress at a Germany-wide fixed price from any DB railway station.

Veranstaltungsticket einfache Fahrt vollflexibel / One-way event ticket

■ 2. Klasse / Economy class € 54,90 ■ 1. Klasse / Business class € 89,90

Das Angebot ist gültig vom 5.11.2019 bis zum 10.11.2019.

Buchen Sie jetzt online und sichern Sie sich das garantiert günstigste Ticket. Wir bieten Ihnen eine Übersicht aller Bahn-Angebote auf Ihrer Wunschstrecke:

Book online now and secure the cheapest ticket guaranteed. We offer you an overview of all railway offers on your desired route:
www.kulturmarken.de/veranstaltungen/kulturinvest-kongress/veranstaltungsticket-deutsche-bahn

Partner des 11. KulturInvest! - Kongress

Partners of the 11th CultureInvest! Congress

Wir bedanken uns herzlich bei unseren Partnern, Förderern und Sponsoren, die den 11. KulturInvest!-Kongress auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein ermöglicht haben:

We would like to thank our partners, sponsors and supporters for making the CultureInvest! Congress at the UNESCO World Heritage Zollverein:

HAUPTFÖRDERER / MAIN FUNDER

Ministry of Culture and Science
of the German State
of North Rhine-Westphalia



Nordrhein-Westfalen entwickelt sich zu einer der kreativsten Regionen Europas. Nirgendwo sonst gibt es eine solche Dichte an Theater- und Konzerthäusern, Museen und Bibliotheken. Diese Dichte verbunden mit der Qualität in allen Sparten zeichnet das Land aus. Mit dem Förderprogramm „Kreativ.Quartiere Ruhr“ unterstützt das Land Nordrhein-Westfalen die Entstehung künstlerischer und kreativer Milieus im Ruhrgebiet, ermöglicht durch eine vermehrte Ansiedlung von kreativwirtschaftlichen Unternehmen wirtschaftliche Effekte und fördert somit den Strukturwandel im Ruhrgebiet.

The Ministry of Culture and Science of the State of North Rhine-Westphalia is responsible for all matters regarding education, universities, research institutes and culture in North Rhine-Westphalia. The main activities of the ministry are basic funding of universities and non-university research institutes, research and technology promotion, knowledge transfer and science policy. www.mkw.nrw



Die gemeinnützige Stiftung Zollverein wurde 1998 von der Stadt Essen und dem Land Nordrhein-Westfalen gegründet. Zuzister ist der Landschaftsverband Rheinland. Neben der Förderung von Kultur und Denkmalpflege hat die Stiftung die zentrale Aufgabe, die Bestandsgebäude und Anlagen des UNESCO-Welterbes Zeche und Kokerei denkmalgerecht zu erhalten, zu sichern und für eine künftige Nutzung zu entwickeln.

Zollverein UNESCO World Heritage Site: 100 hectares, distributed over the central shaft facilities of Zollverein XII, the Shafts 1/2/8 and the coking plant premises. 100 hectares which fill the term "industrial culture" with life like no other place. More than 25 years after its closure, the once largest colliery in Europe combines culture and dining, design and architecture, handicraft and the creative industry – as the only World Heritage Site of the Ruhr Area. www.zollverein.de

PREMIUM - PARTNER / PREMIUM PARTNER



RSM ist eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungs-gesellschaften in Deutschland. Mit über 600 Mitarbeitern und einem Umsatz von 64 Mio. € betreuen wir an 14 Standorten vor allem mittelständische Firmen in Fragen der Wirtschaftsprüfung, der Steuer- und Rechtsberatung, des Transaktions- und Risikomanagements sowie zu Restrukturierungsprozessen. Als Teil des globalen Netzwerks von RSM International sind wir darüber hinaus in der Lage, unseren Mandanten weltweit Dienstleistungen der höchsten Qualität anzubieten. RSM International ist mit mehr als 800 Büros und mehr als 43.000 Menschen in rund 120 Ländern eines der führenden Netzwerke unabhängiger Prüfungs- und Beratungsgesellschaften.

RSM is one of the leading auditing and tax consulting companies in Germany. With more than 600 employees and a turnover of EUR 64 million, we provide our services in the areas auditing, tax and legal advice, transaction and risk management, as well as restructuring processes mainly for medium-sized companies at our 14 offices across Germany. In addition, being part of the RSM International network allows us to also globally offer our clients services of the highest quality. With more than 800 offices and more than 43,000 employees in approx. 120 countries, RSM International is one of the leading networks of independent auditing and consulting companies. www.rsm.de

Bayer/Kultur



Bayer Kultur ist eine Marke der Bayer AG und seit 1907 im Konzern verankert. Ursprünglich gegründet, um die Lebensqualität der Mitarbeiter zu verbessern, entwickelte die Abteilung über die Jahrzehnte hinweg ein eigenes Profil. Heute richtet sie im Erholungs- und Kulturhaus in Leverkusen – dem eigenen Theater- und Konzerthaus mit 800 Plätzen und einem Studio – jährlich rund 120 Vorstellungen in den Sparten Musik, Theater, Tanz und Kunst aus. Theaterpädagogische Formate für Kinder und Jugendliche, Workshops sowie die stARTacademy ergänzen das Programm und tragen mit zum nachhaltigen Engagement der Bayer AG bei.

Bayer Kultur is a trademark of Bayer AG. It has been an established part of the company since 1907. Originally founded to improve the quality of life of its employees, over the decades the department has developed a distinctive identity. Today it oversees about 120 performances per year in music, theater, dance and art at its performing arts center [Erholungs- und Kulturhaus] in Leverkusen, which includes its own theater, concert hall with 800 seats, and a studio. Theatrical educational events for children and young people, workshops and the stART funding program complete the program and contribute to Bayer AG's sustainable commitment. www.bayer.de

Mihai.
www.mihai.de

Die Firma Mihai. Gesellschaft für Mediaservice mbH ist seit 1993 als zuverlässiger Fullserviceanbieter und kompetenter Partner für Mediaplanung und Außenwerbung im gesamten Bundesgebiet tätig. Wir sind Partner namhafter Agenturen und Werbeunternehmen. Die Mihai GmbH unterstützt Sie durch umfassende, innovative Konzepte bei der Planung und Umsetzung von Plakatkampagnen, Präsentationen und Aktionswerbung. Mit unserem Rund-Um-Service garantieren wir reibungslose Abläufe sowie transparente Kommunikation zwischen den Geschäftspartnern. Wir sorgen für nahtlose Verbindungen der einzelnen Produktionsprozesse und umfangreiche Kontrollen der Werbekampagne.

The Company Mihai. Gesellschaft für Mediaservice mbH has been a reliable full-service provider and competent partner for media planning and out-of-home advertising throughout Germany since 1993. We are partners of renowned agencies and advertising companies. supports you with comprehensive, innovative concepts in the planning and implementation of poster campaigns, presentations and campaign advertising. With our all-round service we guarantee smooth processes as well as transparent communication between the business partners. We ensure seamless links between the individual production processes and comprehensive controls of the advertising campaign. www.mihai.de



Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP SE Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät – SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Über 378.000 Kunden aus der privaten Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung setzen auf SAP-Anwendungen und Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen.

As the market leader in enterprise application software, SAP is at the center of today's business and technology revolution. SAP helps you streamline your processes, giving you the ability to use real-time data to predict customer trends across your entire business. SAP is committed to helping every customer become a best-run business. www.sap.de

FUNKE
MEDIEN
GRUPPE

Informationen, Entertainment, Services – das ist die FUNKE MEDIENGRUPPE. Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern: Regionalmedien, Frauen- und Programmzeitschriften sowie Digitales. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.500 Medienmacher arbeiten bei FUNKE. Zu den Zeitungstiteln zählen unter anderem die Westdeutsche Allgemeine Zeitung, die Thüringer Allgemeine und das Hamburger Abendblatt. Im Magazinbereich gehören unter anderem HÖRZU, TV Digital, BILD der FRAU oder myself zum Portfolio.

Information, Entertainment, Services - that's the FUNKE MEDIENGRUPPE. The focus is on: regional media, women and program magazines as well as digital. More than 1.500 journalists and about 4.500 media-makers are working at FUNKE. Amongst other newspaper titles are Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Thüringer Allgemeine and Hamburger Abendblatt. HÖRZU, TV Digital, BILD der FRAU oder myself are rounding off the magazin portfolio. www.funkemedien.de



Die Kulturpolitische Gesellschaft ist ein bundesweiter Zusammenschluss kulturpolitisch interessierter und engagierter Menschen und will die Meinungen und Erfahrungen ihrer 1.500 Mitglieder aus den unterschiedlichen Feldern kultureller und kulturpolitischer Praxis stärker in diesen Diskurs einbringen. Sie entwickeln Ideen und Konzepte für eine Kulturpolitik der Zukunft und setzt sich ein für eine öffentlich verantwortete Kulturpolitik, kulturelle Vielfalt und künstlerische Freiheit als Grundlagen einer demokratischen, interkulturellen Gesellschaft.

Kulturpolitische Gesellschaft is a nationwide cultural policy association of interested and engaged individuals that is committed to representing the views and experiences of its 1,500 members from the different fields of cultural and cultural-political practice in the industry discourse. It pioneers ideas and concepts for a cultural policy of the future and is committed to cultivating responsible public cultural policy, cultural diversity and artistic freedom as the foundations of a democratic, intercultural society. www.kupoge.de

THEMENPARTNER / TOPIC PARTNER



MEYER ARCHITEKTEN



VERANSTALTUNGSPARTNER / EVENT PARTNER



MEDIEN - PARTNER / MEDIA PARTNER



Impressum und
Ansprechpartner
Imprint and
contact person

Initiator und V.i.S.d.P.:
Hans-Conrad Walter

Veranstalter:
Causales – Gesellschaft für
Kulturmarketing und Kultur-
sponsoring mbH,
Bötzowstraße 25
10407 Berlin, Germany

Telefon: +49(0)30.53 214 391
Fax: +49(0)30. 53 21 5 337
www.kulturmarken.de

© Causales – Gesellschaft
für Kulturmarketing
und Kultursponsoring mbH

Ihre Ansprechpartner:
Your Contact:



Christine Fischer
Kulturmanagerin,
Kongressmanagement
Mail: fischer@causales.de
Telefon: +49 (0)30.53 214 391
Mobil: +49 (0) 152 2756 7160



Jennifer Miethke
Eventmanagerin,
Kongressmanagement
Mail: miethke@causales.de
Telefon: +49 (0)30.53 214 391

Bildnachweise:
S. 3 Prof. Dr. Hans-Peter Noll
© Volker Wiciok

S. 7 Matthias Bohm
© Felix Rabas
Matthias Rauch
© Ricardo Wiesinger

S. 10 Edila Gänz
© Julien Mouffron-Gardner
Malte C. Boecker © Horst Müller

S. 14 Folkert Uhde © Jim Rakete
Dr. Inke Arns © Frank Vinken

S. 15 Pablo v. Frankenberg
© Susanne Günther
Tim Edler © 2015 Axel Schmidt
Prof. Dr. Hermann Parzinger
© Herlinde Koelbl
Britta Peters © Caroline Seidel

S. 16 Teaserfoto Young Euro
Classic © Kai Bienert |
MUTESOUVENIR
Malte C. Boecker © Horst Müller
Dr. Tom Schöbler ©
Björn Behrens

S. 19 Edit Pula
© Lucia Cardenas

S. 20 Dr. Michael Köhler
© Sandra Then