

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	6
ANDREA ZEPPA LA PROMOZIONE CULTURALE IN ALTO ADIGE VISTA DALLA FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO	9
ULRICH S. SOÉNIUS KULTUR ALS WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR	15
ANGELIKA SCHINDEL DIE KULTURREISE ALS MARKETINGINSTRUMENT	31
CHRISTINE FUCHS INTERKOMMUNALE FESTIVALS – POTENZIALE FÜR KOMMUNEN UND TOURISMUS	37
HARALD PECHLANER/ELISABETH FISCHER DER KUNDENWERT VON KULTURNETZWERKEN	49
GIORGIO TAVANO BLESSI CULTURA E TERRITORIO: QUALE PARADIGMA PER LO SVILUPPO LOCALE?	63
BARBARA SIMMA DIE FALLSTUDIE LINZ: VON DER »STAHLSTADT« ZUR INNOVATIONS- UND KULTURSTADT	77
ANDREAS KOLB WETTBEWERB UMS INTERNATIONALE PUBLIKUM	87
MICHAEL STEINER GRAZ 2003 – KULTURHAUPTSTADT EUROPAS	99
EVA TEGLAS GEBEN UND NEHMEN	111