

t 030. 53 214-391
f 030. 53 215-337

gesellschaft für kulturmarketing
und kultursponsoring mbH

www.causales.de
info@causales.de

causales

bötzowstraße 25
10407 berlin



kultur20
marken12
award

Pressespiegel

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award und
Kulturmarken-Gala am
25. Oktober 2012

Preisverleihung in den Kategorien:

- „Kulturmarke des Jahres“
- „Trendmarke des Jahres“
- „Kulturmanager des Jahres“
- „Kulturinvestor des Jahres“
- „Stadtmarke des Jahres“
- „Förderverein des Jahres“

Geschäftsführer: Hans-Conrad Walter Dipl.-Kommunikationswirt,
Eva Nieuweboer M.A. Kulturmanagement und Kulturtourismus
Handelsregister: Amtsgericht Charlottenburg HRB: 127 153 B
Sitz der Gesellschaft: Berlin, vorl.St. Reg.Nr.: 1001193

causales



Am Abend des 25. Oktober 2012 wurden im TIPI am Kanzleramt die 7. Kulturmarken-Awards vergeben. Der Kulturmarketingpreis hat sich zum wichtigsten Branchenwettbewerb im deutschsprachigen Raum entwickelt. 600 Entscheidungsträger aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien, feierten die Preisträger bis in die frühen Morgenstunden.

Das Beethovenfest Bonn ist „Kulturmarke des Jahres 2012“. Zur "Trendmarke des Jahres 2012" wurde das BMW Guggenheim Lab gekürt. Den Titel "Stadtmarke des Jahres 2012" errang die Europastadt Görlitz/Zgorzelec. Der Leiter des Bamberger Stadtmarketings, Klaus Stieringer, wurde "Kulturmanager des Jahres 2012". Volker Ludwig, der Gründer und langjährige Leiter des Berliner Kinder- und Jugendtheaters GRIPS, erhält einen Ehrenpreis für sein Lebenswerk als Kulturmanager. "Kulturinvestor des Jahres 2012" ist die Otto Group als Förderer des Hamburger musikpädagogischen Projekts "The Young ClassX". "Förderverein des Jahres 2012" ist der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg e.V. bei Hamburg.

causales

Medium	Veröffentlichung	Druckauflage	Kontakte	Seite
Die ZEIT	08.11.2012	505.945	1.517.835	6
Der Tagesspiegel	27.10.2012	132.785	331.963	10
Der Tagesspiegel	26.10.2012	124.244	310.610	13
Der Tagesspiegel	08.10.2012	124.244	310.610	14
Berliner Morgenpost	26.10.2012	137.021	342.553	16
Berliner Morgenpost	15.09.2012	137.021	342.553	18
Hamburger Abendblatt	21.09.2012	232.728	581.820	19
Mitteldeutsche Zeitung	26.10.2012	208.721	521.803	20
Hessisch-Niedersächsischer Allgemeine	19.09.2012	225.903	564.758	21
Bonner Generalanzeiger	26.10.2012	74.724	186.810	22
Bonner Generalanzeiger	26.10.2012	74.724	186.810	24
Extra Tip	23.09.2012	333.738	834.345	26
art Kunstmagazin	17.09.2012	72.433	362.165	28
Blach Report	09.08.2012	1.500	7.500	30
Sächsische Zeitung	-	278.721	696.803	31
Minimale Gesamtkontaktzahl			7.098.938	
DIE WELT Online	26.10.2012	-	8,67 Mio.	32
Focus Online	14.09.2012	-	9,13 Mio.	33

causales

Focus Online	06.08.2012	-	9,13 Mio.	35
Focus Online	07.08.2012	-	9,13 Mio.	37
WAZ.de	26.10.2012	-	2,36 Mio.	39
Express.de	26.10.2012	-	13.149.075	41
public-marketing.net	02.04.2012	-	-	42
Markenartikel.de	26.10.2012	-	7.991	43
Rhein-Maas-Zeitung.de	30.10.2012	-	-	45
fashionUnited.de	30.10.2012	-	180.000	47
Detail.de	29.10.2012	-	-	48
Persoenlich.com	26.10.2012	-	-	50
Finanznachrichten.de	26.10.2012	-	-	52
Kultur-in-Bonn.de	26.10.2012	-	72.000	54
Musik-heute.de	26.10.2012	-	-	56
Theatermanagement aktuell.de	26.10.2012	-	-	58
inFranken.de	25.10.2012	-	1,4 Mio.	60
inFranken.de	24.10.2012	-	1,4 Mio.	62
Prestigecars.de	25.10.2012	-	-	65
Hallenmagazin MT Melsungen	30.09.2012	-	-	67
Touristiker-nrw.de	25.09.2012	-	-	69
Deutschlandtoday.de	20.09.2012	-	-	71

causales

Theatermanagement aktuell.de	14.09.2012	-	-	73
Zaw.de	25.07.2012	-	-	75
Bcsd.de	18.07.2012	-	-	76
Gfdk.de	14.05.2012	-	-	77
exzellenz.nrw.de	10.05.2012	-	-	78
Creative.nrw.de	08.05.2012	-	-	79
Gfdk.de	27.04.2012	-	-	80
Kultur-port.de	24.04.2012	-	-	82
Kultur-kreativ-wirtschaft.de	10.04.2012	-	-	84
Klassik-muenchen.de	02.04.2012	-	-	86
Deutsches-business.tv	02.04.2012	-	-	87
EssensArt	-	-	-	89
Newsletter Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH	06.11.2012	-	-	91
Kulturmanagement Network	08.11.2012	-	-	93
Stiftung & Sponsoring	15.12.2012	-	-	95

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

causales kulturmarken award 2012

Die Kulturmarken-Award ist eine Initiative der Causales-Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, die vom Vorstand der Berliner Kulturszene ins Leben gerufen wurde.

Die Preise des wichtigsten Wettbewerbs für Kulturmarketing, -management und Kulturinvestment wurden in Berlin verliehen.

Causales rollt den roten Teppich für die Helden der Kulturszene aus

Der diesjährige Kulturmarken-Award wurde erneut die 100er-Marke überschritten: Insgesamt 104 Bewerber konkurrierten in sechs Kategorien um die begehrten Auszeichnungen „Förderverein“, „Kulturmanager“, „Kulturinvestor“, „Stadtmarke“, „Trendmarke“ und „Kulturmarke des Jahres“. Eine

Die Preisträger des Kulturmarken-Award 2012:

- Förderverein:** Förderverein im Kiezberg e.V.
- Kulturmanager des Jahres:** Prof. Dr. Oliver Schöler
- Kulturinvestor des Jahres:** Stiftung Kulturbank
- Stadtmarke des Jahres:** Stadt Berlin
- Trendmarke des Jahres:** The Young Class
- Kulturmarke des Jahres:** DWI

Die Preise des wichtigsten Wettbewerbs für Kulturmarketing, -management und Kulturinvestment wurden in Berlin verliehen.

Beim diesjährigen Kulturmarken-Award wurde erneut die 100er-Marke überschritten: Insgesamt 104 Bewerber konkurrierten in sechs Kategorien um die begehrten Auszeichnungen „Förderverein“, „Kulturmanager“, „Kulturinvestor“, „Stadtmarke“, „Trendmarke“ und „Kulturmarke des Jahres“. Eine

Causales rollt den roten Teppich für die Helden der Kulturszene aus

Die Preise des wichtigsten Wettbewerbs für Kulturmarketing, -management und Kulturinvestment wurden in Berlin verliehen.

Beim diesjährigen Kulturmarken-Award wurde erneut die 100er-Marke überschritten: Insgesamt 104 Bewerber konkurrierten in sechs Kategorien um die begehrten Auszeichnungen „Förderverein“, „Kulturmanager“, „Kulturinvestor“, „Stadtmarke“, „Trendmarke“ und „Kulturmarke des Jahres“. Eine

causales

namhafte Jury mit 24 Vertretern aus Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft und den führenden Fachmedien wählte in den Verlagsräumen des Tagesspiegel jeweils drei Nominierte in den sechs Kategorien und legte innerhalb spannender Diskussionen die jeweiligen Preisträger fest. Eine Ausnahme bildete die Kategorie „Kulturmanager des Jahres“. Hier gab es vier Nominierte, von denen einer, der GRIPS Gründer Volker Ludwig, auf der Kulturmarken-Gala zur Überraschung der 600 Gäste den Ehrenpreis für sein Lebenswerk erhielt. Ausgezeichnet wurden die erfolgreichsten Marketing- und Kulturvermittlungsstrategien sowie die kreativsten Investitionsformen in Kulturangebote. Die Präsentation der Bewerbungen insgesamt habe dabei gegenüber dem Vorjahr deutlich an Qualität gewonnen, so der Juryvorsitzende, Prof. Dr. Oliver Scheytt.

Auf der Kulturmarken-Gala am 25. Oktober wurden die glücklichen Preisträger vor 600 Gästen in feierlichem Rahmen im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt. Erneut nutzten die Gäste aus Wirtschaft und Kultur den Branchentreff für Kulturmarketing und Kulturfinanzierung, um miteinander ins Gespräch zu kommen.

Kulturmarke des Jahres

Die Auszeichnung in der Königsdisziplin „Kulturmarke des Jahres“ ging an das Beethovenfest Bonn, das sich aufgrund seiner kreativen, identitätsstiftenden und beispielhaft stringenten Markenführung gegen die Konkurrenz durchsetzen konnte.

Jedes Jahr im Herbst zwischen Ende August und Anfang Oktober feiert die Beethovenstadt Bonn das Beethovenfest. Kern und Grundlage der Marke Beethovenfest Bonn ist das künstlerische Programm. In der lebendigen Auseinandersetzung mit der Tradition bietet es eine Plattform der Begegnung und des Austauschs zwischen weltberühmten Musikern, renommierten Komponisten und dem hochbegabten Nachwuchs. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung Kulturmarke des Jahres. Damit werden unsere Bemühungen, seit 2004 die Marke Beethovenfest Bonn zu etablieren und im internationalen Musikmarkt zu verankern, anerkannt“, freute sich Ilona Schmiel, Intendantin und Geschäftsführerin des Beethovenfest Bonn. Das nächste Ziel ist bereits gesteckt: Bis 2020, dem Jahr von Beethovens 250. Geburtstag, möchte das Beethovenfest Bonn eines der zehn wichtigsten Klassikfestivals Europas werden.

Kulturinvestor des Jahres

Für den innovativen und nachhaltigen Charakter der Investition, die umfassende Kommunikation des Kulturengagements sowie die konsequente Einbindung des Investors wurde die Otto Group mit The Young ClassX als „Kulturinvestor des Jahres“ ausgezeichnet.

Im Jahr 2008 rief die Otto Group zusammen mit dem Ensemble Salut Salon den Verein The Young ClassX ins Leben. Hier bekommen Kinder und Jugendliche in unterschiedlichen Modulen die Chance, Musik zu erleben und selbst aktiv zu musizieren. Bereits über 4.500 Kinder und Jugendliche begeisterten über 60.000 Zuschauer bei Konzerten und Veranstaltungen. „Ein ganzheitliches und dauerhaftes Konzept zur Begeisterung von Kindern für klassische Musik hebt diesen Kulturinvestor über einen engagierten Sponsor hinaus“, erklärte Dr. Gabriele Landwehr, Leiterin des Bereichs Wirtschaft & Stiftungen im Goethe-Institut, in ihrer Laudatio auf den Preisträger. Überzeugt hat die Jury auch die aktive Einbindung von Otto-Mitarbeitern aus sämtlichen Abteilungen und Geschäftsebenen in Form des „Corporate Volunteering“. Aus dem herausragenden ehrenamtlichen Engagement seiner Mitarbeiter entwickelte die Otto Group die neue Unternehmensmission „Die Kraft der Verantwortung“.

causales

Trendmarke des Jahres

Das BMW Guggenheim Lab konnte die Jury durch seine innovative, erfolgreiche Markenbildung sowie kreative Markenpositionierung überzeugen und wurde dafür mit dem Preis „Trendmarke des Jahres“ belohnt.

Beim BMW Guggenheim Lab handele es sich um eine gelungene Zusammenarbeit zwischen Kultur und Wirtschaft. Die Mobilität und der internationale Aspekt heben das Kulturprojekt von anderen Bewerbern ab, so die begeisterte Jury. Das BMW Guggenheim Lab ist ein mobiles Forschungslabor, das in den kommenden sechs Jahren in weltweit neun Metropolen reisen wird. Junge internationale Teams aus den Bereichen Stadtentwicklung, Architektur, Kunst, Design, Wissenschaft, Technik, Bildung und Nachhaltigkeit befassen sich in Projekten und Experimenten mit Fragen des modernen städtischen Lebens. Ziel ist die Erforschung von neuen Konzepten sowie die Entwicklung zukunftsweisender Lösungsansätze für das Leben in der Stadt. Das BMW Guggenheim Lab startete in New York und zog vom 15. Juni bis 29. Juli 2012 nach Berlin, wo sich über 27.000 Teilnehmer an Workshops und Diskussionsrunden beteiligten.

Stadtmarke des Jahres

Ausgezeichnet wurde die Europastadt Görlitz/Zgorzelec für ihren konsequenten und professionellen Markenaufbau, der das kulturelle Potential erfolgreich und nachhaltig in das Stadtmarketing integriert hat.

Die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH vereint seit ihrer Gründung 2007 als integrierte Standortmarketinggesellschaft die Bereiche Wirtschaftsförderung und Tourismusmarketing unter einem Dach. Ziel ist die Positionierung von Görlitz als attraktiver Investitions- und Urlaubsort mit hoher Lebensqualität und als Zentrum einer sich entwickelnden, Staatsgrenzen überschreitenden Region. Mit über 4.000 Einzeldenkmälern von der Romantik bis zum Jugendstil ist Görlitz ein einzigartiges Flächen- und Kulturerbe, das mit der Erlangung des zweiten Platzes im Wettbewerb um den Titel „Europäische Kulturhauptstadt 2010“ einen ersten großen Erfolg feierte. Dank seines substanzstarken Produktmanagements und einer reichweitenstarken Marketingkommunikation, positioniert sich die Europastadt Görlitz/Zgorzelec als einmaliger Mikrokosmos, der die deutsche und polnische Kultur sinnstiftend verbindet.

Kulturmanager des Jahres

Für seine engagierte und nachhaltige Kulturvermittlung, sein netzwerkorientiertes Handeln und seine starke Kommunikationsfähigkeit erhielt Klaus Stieringer vom Stadtmarketing Bamberg die Auszeichnung „Kulturmanager des Jahres“.

Klaus Stieringers erfolgreichem Stadtmarketing ist es unter anderem zu verdanken, dass Bamberg seit 2003 weit über die regionalen Grenzen hinaus als Kulturstadt bekannt wurde und mittlerweile eine Vorbildfunktion im Bereich Stadtmarketing/Kulturtourismus einnimmt. Es ist Klaus Stieringers großes Verdienst, Kulturveranstaltungen wie „Bamberg zaubert“ und das „Blues & Jazz Festival“ für mehr als eine Viertelmillion Menschen zu organisieren, ohne dass dabei der kommunale Haushalt belastet wird. Für sein ehrenamtliches Engagement bei den Wirtschaftsjunioren Bayern wurde Klaus Stieringer 2006 zum Ehrenmitglied ernannt und 2005 zum Senator der Junior Chamber International erhoben.

causales

Ehrenpreis für das Lebenswerk

In diesem Jahr verlieh die Jury erstmals einen Ehrenpreis für das Lebenswerk: an den Gründer des GRIPS Theater Volker Ludwig für sein engagiertes Wirken im Berliner Kulturleben, seinen consequenten Einsatz für das GRIPS Theater und seine außergewöhnlichen Verdienste für das moderne Kinder- und Jugendtheater, auch über die Grenzen der Republik hinaus.

Das Werk dieses Mannes ist bemerkenswert: Volker Ludwig hat mit GRIPS nicht nur das moderne Kindertheater erfunden, er hat auch als Kulturmanager nun schon mehr als 43 Jahre einen notorisch unterfinanzierten Betrieb mit viel Geschick, unermüdlichem Kampfgeist und großem Sachverstand durch alle Unwägbarkeiten geleitet, seien sie politisch oder wirtschaftlich. Sein Lebenswerk, das GRIPS Theater, ist in der vitalen Kultur-Großstadt Berlin seit mehr als dreißig Jahren fest etabliert und das einzige Kinder- und Jugendtheater der Welt, das sich auch mit einem Abendspielplan profiliert hat. Darüber hinaus ist er Autor zahlreicher Theater- und Musicalstücke, sein Werk „Linie 1“ ist das meistgespielte deutsche Musical der Welt.

Förderverein des Jahres

Der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg e.V. konnte sich mit der vielseitigen und langfristigen Förderung seiner Kulturinstitution, dem außergewöhnlichen bürgerschaftlichen Engagement seiner Mitglieder sowie der professionellen Kommunikation seiner Aktivitäten gegenüber anderen Bewerbern durchsetzen.

Der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg e.V. zählt bundesweit 8.000 Mitglieder und hat 270 ehrenamtliche Mitarbeiter, die den Verein 18.000 Stunden im Jahr tatkräftig unterstützen. Im Jahr 2011 konnten bemerkenswerte 1.000 neue Vereinsmitglieder geworben werden. Der Verein engagiert sich kulturell, zum Beispiel mit dem Museumsbauernhof Wennerstorf, sozial, wie mit dem Wohnheim Wennerstorf, und ökologisch, unter anderem mit „Baumpatenschaften“. Mit Hilfe der Beiträge und Spenden seiner Mitglieder betreibt der Verein darüber hinaus eine Museumsbrennerei, Museumsimkerei und Museumsbäckerei und stellt damit auch ein effektives wirtschaftliches Arbeiten unter Beweis. Mit seiner professionellen Vereinsarbeit und effektiven Mitglieder-Akquise konnte der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg e.V. die Jury überzeugen.

Datum: 08.11.2012	DIE ZEIT
Auflage: 505.945	Kontakt: 1.517.835

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Du bist vielleicht 'ne Marke

Wo Künstler, Publikum und Sponsoren sich finden: der 4. Berliner Kulturinvest-Kongress.

Kreuzberg brennt, und es ist nicht mal der 1. Mai. Der Feind: Ein Raumschiff namens Guggenheim Lab, das im Kiez Station machen soll, fatalerweise aber das Kürzel BMW im Namen führt. Geht in Kreuzberg natürlich gar nicht. Das Projekt musste ins neubürgerlich befriedete Prenzlauer Berg ausweichen – ein extremes Beispiel für die Klippen, die auf Kulturanbieter und Sponsoren warten, wenn sie zusammenarbeiten. In Zeiten knapper öffentlicher Kassen wird diese Form der Kooperation trotzdem immer wichtiger, und meistens läuft sie ja auch viel diskreter ab als im Fall des Guggenheim Lab.

causales

Auf Einladung der Agentur Causales kamen am Donnerstag und Freitag rund 400 Vertreter von Firmen sowie Theatern, Museen und Festivals zum 4. „Kulturinvest-Kongress“ ins Tagesspiegel-Gebäude.

Sie wollten sich austauschen und mehr erfahren über die Möglichkeiten des Kultursponsorings, über die Bedeutung von Markenbildung, über steuerliche Rahmenbedingungen, Grauzonen bei Medienpartnerschaften oder Begriffe wie „Crowdfunding“ oder „360 Grad- Marketing“.

Natürlich geht es darum, dass beide Seiten gleichermaßen profitieren. BMW hat die Aufregung um das Lab letztlich überhaupt nicht geschadet, sondern die Marke nur noch bekannter gemacht. Zwar lässt sich der unmittelbare Ertrag für den Sponsor – der sogenannte return on investment – nicht in Euro ausdrücken. „Das ist, als ob sie Pudding an die Wand nageln wollen“, sagt Thomas Girst, Leiter des Kulturengagements von BMW. Dennoch ist der Nutzen klar.

Auch im Fall der Firma Würth, einem anderen großen Sponsor mit langer Tradition, handeln 40 Prozent der Medienberichte von dessen kulturellem Engagement, nur 30 Prozent von den Produkten. Die sind zwar in der Tat schlecht sichtbar, weil sie meist in der Wand stecken – Würth handelt nämlich mit Schrauben, Dübeln etc. Dennoch hat Würth-Geschäftsführer Harald Unkelbach mit diesen beiden Zahlen im Grunde schon alles gesagt.

Und wie sehen das die Vertreter der Kulturinstitutionen? Die hören interessiert zu, wenn ihnen Julia Frohne von der International School of Management nahelegt, so wie die kommerzielle Werbung mehr Bilder und kaum Text auf Plakaten zu verwenden, weil die Informationen heute im Internet nachgelesen werden können. Zudem sollten sie nicht mit negativen Emotionen wie Bedrohung oder Ohnmacht arbeiten, wie es vor allem Theater gerne tun. Elke Siebert vom Kulturamt Karlsruhe berichtet, wie es ihrer Stadt gelang, Potenziale von Managern und Mitarbeitern zu bündeln und so Karlsruhe als Marke quasi neu zu erschaffen – denn auch Städte lassen sich heute als Produkte wahrnehmen, ähnlich wie Festivals.

Intendantin Ilona Schmiel schildert den Aufstieg des Beethovenfestes Bonn in schillerndsten Farben und lässt nebenbei keine Gelegenheit aus, gegen den Erhalt der von Bonner Bürgern geschätzten Beethovenhalle von 1959 zu sticheln, die in ihren Augen „nicht funktioniert“ – auch dafür ist Zeit auf dem Kongress.

Wie auch für die Frage, warum Sponsoring im Sport einfacher ist als in der Popmusik: Weil es im Sport schon länger passiert und man sich daran gewöhnt hat. Weil Fußball immer stattfindet, eine Band aber manchmal jahrelang kein neues Album vorlegt. Weil Geld im Sport eine Metapher ist für Erfolg, in der Kunst hingegen nur manchmal. Und weil Künstler sowieso anders sind als bolzende Profis: Sie stellen sich auch mal quer. Deshalb gibt es eigene Agenturen wie Akzio, dessen Geschäftsführer Thomas Kahl am Beispiel von Shakira und der Automarke Seat erklärte, wie er den passenden Künstler findet, wenn eine Firma ihre Marke „emotionalisieren“ will (hier kommt das 360- Grad-Marketing ins Spiel).

Thomas Girst von BMW handelt gerne nach der Maxime „Subtilität des Auftritts zeugt von der Souveränität des fördernden Unternehmens.“ Die Proteste gegen das Guggenheim Lab hat er übrigens auch ganz subtil eingemeindet: Das Schild „BMW kollektivieren!“, das damals geschwenkt wurde, steht heute in seinem Büro. Verstanden hat er die Forderung sowieso nie so richtig: „Wieso kollekti-

causales

vieren? Es kann doch jeder Aktien kaufen.“ *Udo Badelt*

Zu jedem Kulturinvest-Kongress gehört eine Gala im Tipi am Kanzleramt. Dabei werden die Preisträger der „Kulturmarken“ vorgestellt, auserkoren von einer hochkarätigen Jury deutscher Kulturgrößen. Zum Beispiel das BMW Guggenheim Lab als „Trendmarke des Jahres“. Während zur Auszeichnung des Bamberger Stadtmarketingchefs Klaus Stieringer gleich eine ganze Armee von fränkischen Volksvertretern angereist ist, um dem „Kulturmanager des Jahres“ zu gratulieren, übt sich Ilona Schmiel, Intendantin des als „Kulturmarke des Jahres“ ausgezeichneten Beethovenfestes, in Fatalismus. Dass aus Bonn kein Politiker gekommen sei, spreche für sich.

In Gripstheaterchef Volker Ludwig, der für sein Lebenswerk einen Ehrenpreis erhielt, hat die Hauptstadt einen mehr als würdigen Vertreter. Der frotzelte standesgemäß, er habe bisher gar nicht gewusst, ein „Kulturmanager“ zu sein. Andererseits kümmere er sich, seit er die künstlerische Leitung abgegeben hat, tatsächlich „nur noch ums Geld“ für das Jugendtheater. Das Grips-Theater nimmt die kulturelle Bildung ernst, zieht für die gesamte Kulturlandschaft Nachwuchs heran, und zwar nachhaltig und ohne viel PR-Tamtam für Einzelaktionen im Blitzlichtgewitter. Wer noch?

So bleibt am Ende dieser Gala, bei der sich alle auf die Schulter klopfen und „weiter so“ rufen möchten, auch Verdrängung: Wenn Kultur nicht in einer breiten gesellschaftlichen Basis verankert bleibt, die man nachzüchten muss, wo steht öffentliche Kulturfinanzierung dann in 20, 30 Jahren? Im Tipi mochte niemand die Frage stellen, aber, so scheint's, man rüstet sich. *Christian Schmidt*

Datum: 27.10.2012

Medium: Der Tagesspiegel

Auflage: 132.785

Kontakt: 331.963

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Das Beethovenfest Bonn ist Kulturmarke des Jahres 2012

Das Beethovenfest ist Kulturmarke des Jahres 2012. Die Auszeichnung wird am Donnerstagabend im Rahmen der Kulturmarken-Gala im Tipi am Kanzleramt verliehen. Sie ist Höhepunkt des Kultur-Invest-Kongresses in Berlin. An zwei Tagen widmet er sich im Verlagsgebäude des Tagesspiegels Fragen von Marketing, Sponsoring und Investition in Kultur. Die Jury sieht das Beethovenfest auf besten Weg, 2020 zu den zehn führenden Klassikfestivals in Europa zu gehören. Um die zum siebten Mal verliehenen Kulturmarken-Awards bewarben sich 104 Kulturinstitutionen, Städte, Unternehmen und Einzelpersonen.

Zu den Preisträgern gehören auch das BMW Guggenheim Lab (Trendmarke des Jahres) und die Europastadt Görlitz/Zgorzelec (Stadtmarke des Jahres). Die Otto Group wurde für ihr Projekt „The Young ClassX“ als Kulturinvestor des Jahres ausgezeichnet. Der Titel „Fördervereins der Jahres“ geht an die Unterstützer des Freilichtmuseums am Kiekeberg. Zum Kulturmanager des Jahres wurde Klaus Stieringer gekürt, der das Stadtmarketing von Bamberg verantwortet. Für sein Lebenswerk ehrte die 24-köpfige Expertenjury aus Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien Volker Ludwig, den Gründer des Grips-Theaters. Tsp

Datum: 26.10.2012

Medium: Der Tagesspiegel

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

SONDERTHEMA

KULTURINVEST-KONGRESS

Branchentreff zu Gast im Tagesspiegel

Zum vierten Mal findet mit dem Kulturinvest-Kongress am 25. und 26. Oktober 2012 in Berlin der wichtigste Branchentreff für Kulturanbieter und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum statt. Nach einer rekordverdächtigen Veranstaltung mit mehr als 400 Teilnehmern und 60 hochkarätigen Referenten im Oktober 2011 macht es sich der Kongress auch in diesem Jahr zur Aufgabe, wichtige Impulse für das Zusammenwirken von **Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien** zu setzen.

Die 60 Referenten geben in **19 Parallelen** neue Einblicke in bisher unbekannte Themengebiete. Es geht um die **Entwicklung betriebswirtschaftlicher Managementprozesse in Kulturbetrieben**, Trends und Innovationen im Bereich der Kulturinvestments und die **Kulturkommunikation**. Zudem stehen erfolgreiche **Kultur- und Stadtmarketing** in einem interessanten **Mix aus Information und Unterhaltung** im Mittelpunkt.

Am 25. Oktober werden im Rahmen einer **Gala im Tipi am Kanzleramt** die Kulturmarken-Awards verliehen (Eintrittspreis: 79 €).

AUF EINEN BLICK
Kulturinvest-Kongress 2012
25. und 26. Oktober
Verlag Der Tagesspiegel
Aakener Platz 3, 10963 Berlin
(S-Bahnhof Anhalter Bahnhof)
Zweitageslicht: 650 € zzgl. MwSt.
Tageslicht: 340 € zzgl. MwSt. BÜ.
(inkl. Verpflegung)

Programm, Anmeldung und weitere Informationen unter Tel. +49(0)71223 7882 oder im Internet:
www.kulturinvest.de



Das Programmheft zum Download:
www.kulturinvest.de

Der zarte Flirt zw

Wer fordert wen? Ein Vergleich der (Kul

Will man die drei großen deutschsprachigen Kultursponsoringmärkte vergleichen, so hilft es, sich zunächst ein Bild davon zu machen, wie sich der Stellenwert von Kultur in den Kultur Ausgaben der öffentlichen Hand niederschlägt. Österreich maß der öffentlichen Kulturförderung beispielsweise 2007 mit 262,70 Euro pro Einwohner die höchste Bedeutung bei, im Gegensatz zur Schweiz mit 217,30 Euro und Deutschland mit 113,30 Euro.

Das Werbevolumen, dem das Sponsoring zugeordnet wird, weist in den Ländern deutliche Unterschiede auf. Die deutschen Unternehmen gaben 2007 mit 253,10 Euro pro Kopf am wenigsten für Werbung aus. Ein Fünftel davon floß in Sponsoringengagements. Die Österreicher folgten mit einem Budget von 385,40 Euro pro Kopf, Spitzenreiter waren die schweizerischen Unternehmen mit 635,40 Euro pro Kopf. Lediglich zehn Prozent davon standen dem Sponsoring zur Verfügung. Grund dafür könnte sein, dass es in der Schweiz 12.000 gemeinnützige Stiftungen gibt. Der Staat gilt wegen seines liberal geprägten Stiftungswesens wie der politischen und wirtschaftlichen Stabilität als „Stiftungsparadies“.

Die Wirtschaftskrise im Jahr 2008 hatte auf das Sponsoring eine sehr viel geringere Auswirkung als auf die klassische Werbung. In Deutschland und Österreich lag das Sponsoringvolumen im Jahr 2009 sogar über dem von 2007. In Österreich wird die selbstverständliche Integration von Sponsoring in den Marketing-Mix als Grund für die stabilen Entwicklungen angesehen. In der Schweiz dagegen wurde der Wertverlust im Jahr 2009 noch nicht wieder erreicht. Den Schweizer Kulturreinrichtungen sprangen zahlreiche Sponsoren ab. Das UBS Festival Orchestra etwa hat mit der UBS Ende 2008 seinen Titelsponsor verloren. Einem anderen Musikfestival sind sogar alle Sponsoren abgesprungen. Begründet wird der Rückgang der Unternehmen mit der sich langsam entfaltenden Wirkung von Sponsoring, wo doch viele Unternehmen kurzfristig um ihr Überleben kämpfen müssen.

Die Pro-Kopf-Ausgaben für Kultursponsoring liegen in den vergangenen Jahren bei knapp vier Euro in Deutschland (2010), etwa fünf Euro in Österreich (2010) und über neun Euro in der Schweiz (2009). Darin ist lediglich das monetäre Kultursponsoring erfasst. Die

Ins Gespräch kommen

Worum es beim „Kulturinvestkongress 2012“ geht

„Menschen mit Kultur sind der Endzweck der Natur, frei nach Kant“, schreibt Tagesspiegel-Chefredakteur Stephan-Andreas Casdorff in seinem Grußwort zum diesjährigen „Kulturinvestkongress“, der am 25. und 26. Oktober im Verlagsgebäude des Tagesspiegels am Anhalter Bahnhof stattfindet. Und er fährt fort: „Wie schaffen wir das? Indem wir miteinander reden, uns mitteilen, teilnehmen, gemeinsam machen.“

Genau das ist Ziel und Zweck des Kulturinvestkongresses. Erneut ist der Tagesspiegel dabei Gastgeber für diesen Branchentreff für Kulturanbieter und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum, der am 25. und 26. Oktober im Verlagsgebäude des Tagesspiegels am Anhalter Bahnhof stattfindet. Und er fährt fort: „Wie schaffen wir das? Indem wir miteinander reden, uns mitteilen, teilnehmen, gemeinsam machen.“

Zwei Themenfelder stehen im Mittelpunkt des Kongresses: Da ist zum einen die Kommunikation zwischen Kultur und Wirtschaft, also zwischen den Anbietern von emotionalisierender Getriebesware und potenziellen Sponsoren, die gerne vom positiven Image der Schönen

spannen! Ist auf der anderen Seite aber auch die Frage, wie die Institutionen der Kultur mit ihrem Publikum umgehen, wie sie es erreichen, zum Kommen animieren und dann vor Ort betreuen.

Viele Vorträge und Diskussionsrunden werden sich mit diesem Themenfeld auseinandersetzen. Mario Leo, Geschäftsführer der Result Consulting GmbH aus München, wird beispielsweise darüber sprechen, wie die Kultur vom Potenzial von sozialen Netzwerk „Facebook“ profitieren kann. Marc Bieding, der Chef der Draußenwerber, will Hilfestellungen geben bei der Erstellung von wirklich guten Fakten. Julia Frohne, Studiengangsleiterin Psychology & Management an der International School of Management zeigt anhand einer Besucherbefragung für das Kunstmuseum in Mülheim an der Ruhr, wie durch die genaue Kenntnis der Zielgruppen effizientes Kulturmarketing betrieben werden kann.

Um es mit den Worten von Tagesspiegel-Chefredakteur Stephan-Andreas Casdorff zu sagen: „Kultur kommt aus dem Lateinischen, bedeutet pflügen, urbar machen, ausbilden.“ Als wäre es als Auftrag für uns aufgeschrieben. Gemeinsam wollen wir uns der Pflege der Kultur in allen Räumen des Hauses verschreiben.“

Ins Gespräch kommen

Worum es beim „Kulturinvestkongress 2012“ geht.

„Menschen mit Kultur sind der Endzweck der Natur, frei nach Kant“, schreibt Tagesspiegel-Chefredakteur Stephan-Andreas Casdorff in seinem Grußwort zum diesjährigen „Kulturinvestkongress“, der am 25. und 26. Oktober im Verlagsgebäude des Tagesspiegels am Anhalter Bahnhof stattfindet. Und er fährt fort: „Wie schaffen wir das? Indem wir miteinander reden, uns mitteilen, teilnehmen, gemeinsam machen.“

Genau das ist Ziel und Zweck des Kulturinvestkongresses. Erneut ist der Tagesspiegel dabei Gastgeber für diesen Branchentreff für Kulturanbieter und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum.

causales

chigen Raum, der von der Agentur Causales veranstaltet wird.

Am Abend des 25. Oktober findet zudem die große „Kulturmarkengala“ im Tipi am Kanzleramt statt, bei der Preise in den Kategorien „Kulturinvestor“, „Kulturmanager“, „Stadtmarke“, „Trendmarke“, „Kulturmarke“ und „Förderverein des Jahres“ verliehen werden.

Zwei Themenfelder stehen im Mittelpunkt des Kongresses: Da ist zum einen die Kommunikation zwischen Kultur und Wirtschaft, also zwischen den Anbietern von emotionalisierender Geistesware und potenziellen Sponsoren, die gerne vom positiven Image der Schönen Künste profitieren. Mindestens ebenso spannend ist auf der anderen Seite aber auch die Frage, wie die Institutionen der Kultur mit ihrem Publikum umgehen, wie sie es erreichen, zum Kommen animieren und dann vor Ort betreuen.

Viele Vorträge und Diskussionsrunden werden sich mit diesem Themenfeld auseinandersetzen. Mario Leo, Geschäftsführer der Result Consulting GmbH aus München, wird beispielsweise darüber sprechen, wie die Kultur vom Potenzial vom sozialen Netzwerk „Facebook“ profitieren kann. Marc Bieling, der Chef der Draußenwerber, will Hilfestellungen geben bei der Erstellung von wirklich guten Plakaten. Julia Frohne, Studiengangsleiterin Psychology & Management an der International School of Management zeigt anhand einer Besucherbefragung für das Kunstmuseum in Mühlheim an der Ruhr, wie durch die genaue Kenntnis der Zielgruppen effizientes Kulturmarketing betrieben werden kann.

Um es mit den Worten von Tagesspiegel-Chefredakteur Stephan-Andreas Casdorff zu sagen: „Kultur kommt aus dem Lateinischen, bedeutet, pflegen, urbar machen, ausbilden“. Als wäre es als Auftrag für uns aufgeschrieben. Gemeinsam wollen wir uns der Pflege der Kultur in allen Räumen des Hauses verschreiben.“ Tsp

Datum: 08.10.2012	Medium: DER TAGESSPIEGEL
Auflage: 124.244	Kontakt: 310.610

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Kulturmarken-Award für Volker Ludwig und BMW Guggenheim Lab

Der Berliner Theatermacher Volker Ludwig wurde mit dem Ehrenpreis der Jahres 2012 ausgezeichnet und das BMW Guggenheim Lab zur Trendmarke des Jahres erklärt.

Das sind gewissermaßen die beiden Berliner unter den sieben Gewinnern des Kulturmarken-Award beim KulturInvest-Kongress, der dieser Tage in Berlin stattfindet. Grips-Theatergründer Ludwig bedankte sich bei der Jury mit dem Hinweis, er sei eigentlich "von Hause ein Schriftsteller, der ein Theater gegründet hat, um seine eigenen Stücke aufführen zu können." 1969 in der Studentenbewegung ins Leben gerufen, sei das Grips heute ein mittelständisches Unternehmen. Die Kämpfe darum dauern jetzt über 43 Jahre an, sagt er. Zweifellos ein Lebenswerk.

Dagegen war das BMW Guggenheim Lab wirklich nur kurze Zeit in Berlin aktiv und dabei überaus präsent in der medialen Wahrnehmung. Thomas Girst bedankt sich für die Ehrung und verweist am Beispiel der interaktiven Fahrradkarte auf die Nachhaltigkeit der vielfältigen Diskussionen. Das Lab habe einen "Bienenstockcharakter", bei dem lokale Veranstalter mit einbezogen wurden. Es sei "kein Ufo, das in einer Stadt landet". Im De-

causales

zember wird der Bienenstock in Mumbai eröffnet.

Weitere Gewinner sind das Beethovenfest Bonn als Kulturmarke, die Europastadt Görlitz/Zgorzelec als Stadtmarke, Klaus Stieriger vom Stadtmarketing Bamberg als Kulturmanager, die Otto Group für das Musikprojekt "The Young ClassX" als Kulturinvestor und der Förderverein des Freilichtmuseum am Kiekeberg e.V. als Förderverein des Jahres 2012.

Die Auszeichnung erfolgte gestern Abend bei einer Gala im Tipi am Kanzleramt vor rund 500 Gästen. Die Kulturmarken-Awards wurden bereits zum siebten Mal vergeben. Aus 104 Bewerbungen –darunter über 20 in der Kategorie Kulturmarke des Jahres – wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien, darunter die Bayreuther Festspielleiterin Katharina Wagner, 19 Nominierte aus, aus denen u.a. die Kulturmarke (länger als drei Jahre erfolgreich), die Trendmarke (ein Newcomer) und erstmals auch der Ehrenpreis ausgewählt wurden. Die Kulturmarken-Gala ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin, dem Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment.

Datum: 26.10.2012

Medium: Berliner Morgenpost

Auflage: 137.021

Kontakt: 342.553

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



<p>Datum: 15.09.2012</p>	<p>Medium: Berliner Morgenpost</p>
<p>Auflage: 137.021</p>	<p>Kontakt: 342.553</p>

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

30. Okt. 2012, 16:16 E-PAPER | RSS | Mediadaten | Mobil | Shop | SCREENSAVER

Hamburger Abendblatt 10° | 4° Wetter in Hamburg

Abendblatt als Startseite | Aboservice | E-Paper www.abendblatt.de

Die iPad-App Hamburger Abendblatt HD jetzt laden

Web | Archiv | Branchen Suchen

Home | Hamburg | Region | Politik | Sport | Wirtschaft | Aus aller Welt | Kultur & Live | Wissen | Reise | Auto | Ratgeber | Karriere | Hamburg-Guide | e-shopping

Altona | Bergedorf | Eimsbüttel | Hamburg-Mitte | Hamburg-Nord | **Hamburg** | Wandsbek | Polizei | Landespolitik | Persönlich | Von Mensch zu Mensch

Home > Hamburg > Harburg > Kiekeberg-Förderverein für Kulturmarken-Award nominiert

Ausdrucken | Bookmarks | Versenden | Twittern

21.09.12

Kiekeberg-Förderverein für Kulturmarken-Award nominiert

Google-Anzeigen

Nach Bornholm in Dänemark
Lust auf eine Reise nach Bornholm? Reisetipps, Unterkünfte & mehr!
www.VisitDenmark.com/Bornholm

Nützliche Links

- Immobilien Hamburg
- Jobs Hamburg
- Veranstaltungskalender
- Kinoprogramm
- Hamburg im Bild
- Abendblatt-Archiv
- Wetter
- TV-Programm
- Kleinanzeigen
- Abonnement
- Branchenbuch
- Anzeige schalten

weitere Links >

Anzeige

iPhone 5 Jetzt erhältlich € 0,00

Ehestorf. Der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg ist bei den Kulturmarken-Awards für den "Förderverein des Jahres" 2012 nominiert worden. Die Kulturmarken-Awards sind der wichtigste Wettbewerb für Kulturmanagement und Kulturmarketing in Deutschland. Vereine aus sämtlichen Kultursparten können daran teilnehmen. "Die Nominierung zeigt, dass unser Förderverein auch bundesweit etwas Besonderes ist, und es ist eine Bestätigung für die kontinuierliche Arbeit, die der Verein seit 23 Jahren leistet", sagt Museumsdirektor Rolf Wiese. Der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg zählt fast 8000 Mitglieder. Die Kulturmarken-Awards werden 2012 zum siebten Mal vergeben. Die Preisträger werden am 25. Oktober bei einer Gala in Berlin bekannt gegeben.

Kiekeberg-Förderverein für Kulturmarken-Award nominiert

Ehestorf. Der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg ist bei den Kulturmarken-Awards für den "Förderverein des Jahres" 2012 nominiert worden. Die Kulturmarken-Awards sind der wichtigste Wettbewerb für Kulturmanagement und Kulturmarketing in Deutschland. Vereine aus sämtlichen Kultursparten können daran teilnehmen. "Die Nominierung zeigt, dass unser Förderverein auch bundesweit etwas Besonderes ist, und es ist eine Bestätigung für die kontinuierliche Arbeit, die der Verein seit 23 Jahren leistet", sagt Museumsdirektor Rolf Wiese. Der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg zählt fast 8000 Mitglieder. Die Kulturmarken-Awards werden 2012 zum siebten Mal vergeben. Die Preisträger werden am 25. Oktober bei einer Gala in Berlin bekannt gegeben.

Datum: 21.09.2012	Medium: Hamburger Abendblatt
Auflage: 232.728	Kontakt: 581.820

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



HALLE (SAALE)/MZ. Das Werbesignet der Stadt Halle "hallesaale* - Händelstadt" hat von Kulturmarketing-Experten gute Noten bekommen. Das Logo hat beim "Kulturmarken-Award" der Berliner Agentur Causales gestern einen von zwei achtbaren zweiten Plätzen beim Wettstreit der Stadtmarken erreicht. Als Sieger aus dem Wettbewerb ist die "Europastadt Görlitz-Zgorzelec" hervorgegangen. Damit werben die beiden deutsch-polnischen Grenzstädte Görlitz und Zgorzelec seit einiger Zeit um Touristen.

"Halle hat sich achtbar geschlagen. Die Stadt war eine starke Konkurrenz", sagte Award-Sprecher Christoph Lang. Demnach hatte es die Halle-Marke gemeinsam mit Görlitz und der "Grimm-Heimat Nordhessen" in die Runde der letzten Drei geschafft. Als Sieger kann Görlitz-Zgorzelec nun kostenlos auf 1 000 Plakaten in Berlin für sich Werbung machen.

Mit "hallesaale* - Händelstadt" macht die Saalestadt seit 2009 Marketing. Halle setzte sich bei dem Wettbewerb, der Lang zufolge deutschlandweit einzigartig ist, immerhin gegen Dresden, Bonn und Bayreuth durch.

Datum: 26.10.2012

Medium: Mitteldeutsche Zeitung

Auflage: 208.721

Kontakt: 521.803

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

Stadtmarke überzeugt

GrimmHeimat von Jury nominiert

KASSEL. Die „GrimmHeimat Nordhessen“ ist im Rahmen des Kulturmarken-Awards von einer Experten-Jury aus insgesamt 104 Bewerbern als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert worden. Die regionale Marke hat sich damit unter anderem gegen Bayreuth, Dresden und Bonn durchgesetzt. Mindestens die Bronze-Auszeichnung ist damit sicher.

„Diese Nominierung spiegelt die großartige Entwicklung unserer Region wider und zeigt, dass die Markenstrategie GrimmHeimat Nordhessen aufgeht“, freut sich Regierungspräsident Dr. Walter Lübcke. Die „GrimmHeimat“ war 2009 als Ergebnis der IHK-Initiative Unesco-Welterbe eingeführt worden. Unter ihrem Dach arbeiten zur Vermarktung der Region die fünf nordhessischen Landkreise mit ihren Städten und Gemeinden sowie die Stadt Kassel zusammen.

Die Kulturmarken-Awards werden unter anderem für die führenden Marketingstrategen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur verliehen. Die Preisträger werden am 25. Oktober bei der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt. (hei)

Stadtmarke überzeugt

GrimmHeimat von Jury nominiert

Kassel. Die „GrimmHeimat Nordhessen“ ist im Rahmen des Kulturmarken-Awards von einer Experten-Jury aus insgesamt 104 Bewerbern als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert worden. Die regionale Marke hat sich damit unter anderem gegen Bayreuth, Dresden und Bonn durchgesetzt. Mindestens die Bronze-Auszeichnung ist damit sicher.

„Diese Nominierung spiegelt die großartige Entwicklung unserer Region wider und zeigt, dass die Markenstrategie GrimmHeimat NordHessen aufgeht“, freut sich Regierungspräsident Dr. Walter Lübcke. Die „GrimmHeimat“ war 2009 als Ergebnis der IHK-Initiative UNESCO-Welterbe eingeführt. Unter ihrem Dach arbeiten zur Vermarktung der Region die fünf nordhessischen Landkreise mit ihren Städten und Gemeinden sowie die kreisfreie Stadt Kassel. Die Kulturmarken-Awards werden unter anderem für die führenden Marketingstrategen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur verliehen. Die Preisträger werden am 25. Oktober bei der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

Datum: 19.09.2012

Medium: Hessisch Niedersächsische Allgemeine

Auflage: 225.903

Kontakt: 564.758

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows the homepage of the General-Anzeiger website. At the top, there are navigation links for 'Trauer', 'Semesterabo', and various services like 'Blog', 'Video', 'ePaper', etc. The main headline is 'Beethovenfest ist "Kulturmarke des Jahres"'. Below the headline is a photograph of violinist Viviane Hagner performing. To the right, there is a 'News-Infos-Service' section with an advertisement for 'Richard Meier. Building as Art.' and a 'Leserfavoriten' (Reader Favorites) section listing local news items.

Beethovenfest ist "Kulturmarke des Jahres"

Von Bernhard Hartmann und Holger Möhle

BERLIN. Nach dem Burgtheater in Wien im vergangenen Jahr ist nun in Berlin das Bonner Beethovenfest zur Kulturmarke des Jahres gekürt worden. Die Konkurrenz im aktuellen Feld der insgesamt 25 Bewerber war ebenso ausgesucht wie hart.

Qualitätsmarke Beethovenfest: Die Geigerin Viviane Hagner Anfang Oktober in Bonn. Foto: Barbara Frommann

Das Deutsche Schauspielhaus in Hamburg und die Berliner Festspiele befanden sich darunter und auch die Wiener Sängerknaben. Den Sprung in die Nominierungsrunde schafften das internationale Zentrum für Tanz pact Zollverein in Essen, die Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf und das Bonner Festival,

Beethovenfest ist "Kulturmarke des Jahres"

Berlin. Nach dem Burgtheater in Wien im vergangenen Jahr ist nun in Berlin das Bonner Beethovenfest zur Kulturmarke des Jahres gekürt worden. Die Konkurrenz im aktuellen Feld der insgesamt 25 Bewerber war ebenso ausgesucht wie hart.

causales

Das Deutsche Schauspielhaus in Hamburg und die Berliner Festspiele befanden sich darunter und auch die Wiener Sängerknaben. Den Sprung in die Nominierungsrunde schafften das internationale Zentrum für Tanz pact Zollverein in Essen, die Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf und das Bonner Festival, das bei der 24-köpfigen Jury am Ende den stärksten Eindruck hinterließ. Beethovenfest-Intendantin Ilona Schmiel hat seit 2004, als sie Geschäfte und Intendanz des Beethovenfestes Bonn übernahm, auf einen Moment wie diesen hingearbeitet. Sie und ihr Team. Zuletzt zählte das Beethovenfest 74.000 Besucher in 174 Veranstaltungen, wie Schmiel am Donnerstag noch einmal auflistete.

Am Donnerstagabend überreichte der Juryvorsitzende Oliver Scheytt den Kulturmarken-Award beim KulturInvest-Kongress in Berlin an Schmiel. Der Geschäftsführer der Ruhr.2010 und frühere Essener Kulturdezernent lobte in seiner Laudatio die "klare Positionierung" des Beethovenfestes Bonn, dessen "eindeutige Markenbotschaft" und die langfristigen Marketingziele. Die Kulturmarken-Awards wurden in diesem Jahr bereits zum siebten Mal vergeben. Der Preis fußt auf einer Privatinitiative der Berliner Agentur Causales um deren Gründer Hans-Conrad Walter und Eva Nieuweboer zurückgeht. Die Agentur berät Wirtschafts- und Kulturunternehmen bei Marketing und Sponsoring und vermittelt Partnerschaften im Kultursponsoring. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, unter anderem Kulturmarketing und Kultursponsoring in Deutschland zu professionalisieren. Für Preise in sechs Kategorien gab es in diesem Jahr insgesamt 104 Bewerbungen.

Für Intendantin und Geschäftsführerin Schmiel jedenfalls ist der Preis Kulturmarke des Jahres 2012 für das Beethovenfest Bonn Auszeichnung und Ansporn zugleich. Sie will die Marke Beethovenfest weiter auf dem internationalen Musikmarkt verankern und spätestens bis zu Beethovens 250. Geburtstag im Jahr 2020 erreicht haben, dass der Name Beethoven weltweit unweigerlich mit Bonn als die Beethoven-Stadt in Verbindung gebracht wird. In der lebendigen Auseinandersetzung mit der Tradition biete das Festival eine Plattform der Begegnung und des Austauschs zwischen weltberühmten Musikern, renommierten Komponisten und hochbegabtem Nachwuchs. "Mit dem Award fühlen wir uns in unseren Bemühungen bestätigt, Bonn zu der Beethovenstadt weltweit zu machen", sagte sie am Donnerstag am Rande der Veranstaltung, "2020 feiert die Welt Beethovens 250. Geburtstag. Das erfolgreich durch das Beethovenfest Bonn gelegte Fundament gilt es nun weiter auszubauen, damit die Beethovenstadt Bonn einen substanziellen Beitrag zu diesem Jubiläum leisten kann."

Ähnlich begeistert wurde die Nachricht von der Auszeichnung am Donnerstag auch in Bonn aufgenommen. Oberbürgermeister Jürgen Nimptsch sagte, die Auszeichnung sei "eine verdiente Würdigung der Beethovenfestes in Bonn". Das Team um Intendantin Ilona Schmiel habe das Festival zu einem wichtigen Bestandteil des europäischen Festival-Kalenders gemacht. "Dafür gebührt allen große Anerkennung und herzlicher Dank. Ich gratuliere zu dieser Auszeichnung im Namen aller Beethoven-Freundinnen und -Freunde in Bonn und weltweit."

Datum: 26.10.2012	Medium: Bonner Generalanzeiger
Auflage: 74.724	Kontakt: 186.810

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

General-Anzeiger

Freitag, 26. Oktober 2012

Home Bonn Region News Sport Familie Wetter Verkehr Freizeit Anzeigen Abo Dialog

Brennpunkte Ticker Thema Politik Kommentare Wirtschaft Vermischtes Panorama Web Wissen Interviews Archiv Bilder

Sie befinden sich hier: News > Kommentare

Kommentar

Beethovenfest ist Kulturmarke 2012 - Eigensinn

Von Bernhard Hartmann

Für das Bonner Beethovenfest ist die Auszeichnung als Kulturmarke 2012 ein großer Erfolg. Selbst wenn am Donnerstag in Berlin nicht in erster Linie das künstlerische Programm ausgezeichnet wurde, sondern die klare Profilierung der Marke Beethoven, die sie auch für Sponsoren interessant macht.

Das freilich ist ein Aspekt, der für die Kultur angesichts schwindender öffentlicher Mittel immer wichtiger wird. Bereits heute wird das Beethovenfest zu einem Drittel durch Sponsorenmittel finanziert. Damit tragen die überwiegend privaten Unternehmen für eine auskömmliche Ausstattung des Festivals ebenso viel bei wie die ebenfalls mit einem Drittel beteiligte öffentliche Hand sowie das Publikum, das über den Kartenkauf das letzte Drittel stellt.

Natürlich müssen auch die Inhalte stimmen, will man als Marke überzeugen. Noch die klügste, raffinierteste Marketing-Strategie wird nicht fruchten, wenn sie nicht auf kreative künstlerische Ideen zurückgreifen kann. Wenn ein Musikfestival nur die teuersten Orchester und Solisten einkauft, wird das vielleicht für eine Weile einigen Sponsoren gefallen. Doch letztlich nachhaltiger wirkt eine klare künstlerische Aussage, wie sie auch beim jüngsten Beethovenfest zu erkennen war, das unter dem Motto "Eigensinn" stand.

Weitere Links

Artikel Beethovenfest ist "Kulturmarke des Jahres"

Es geht übrigens auf ein Beethoven-Zitat zurück: "Wahre Kunst ist eigensinnig, lässt sich nicht in schmeichelnde Formen zwingen." Dass man Sponsoren auch überzeugen kann, wenn nicht nur den Mainstream bedient, hat das Beethovenfest in diesem Jahr wieder gezeigt.

Anzeigen

10 JAHRE Outdoorhaus ...und alle feiern mit!

Geschier Aufpolsterung, Sessel, Betten. Und vieles mehr... Sprechen Sie uns an!

Ticker Panorama Sport Wirtschaft

13:28 Apple erhöht Preise im App Store

13:02 "Politbarometer": SPD rutscht wieder ab

12:54 Grippeimpfstoff: Bislang keine Patientenklagen bekannt

Alle Ticker-Meldungen im Überblick >

Wetter

Temperatur: 5.0 °C

Vorhersagen >>
Regenradar >>
Wetterwarnungen (5) >>

Anzeige

Exklusive Damenmode
Neue Herbst/Winter Kollektion 2012 und viele günstige Angebote, jetzt bei Fine Goods.

Darauf ist eben Verlass
Bei uns Ihr Paketversand immer bestens aufgehoben.

KabelKiosk Digital TV
Digitales Kabel-TV für scharfes HD-Fernseherlebnis – checken Sie Ihre Verfügbarkeit.

Beethovenfest ist Kulturmarke 2012 - Eigensinn

Für das Bonner Beethovenfest ist die Auszeichnung als Kulturmarke 2012 ein großer Erfolg. Selbst wenn am Donnerstag in Berlin nicht in erster Linie das künstlerische Programm ausgezeichnet wurde, sondern die klare Profilierung der Marke Beethoven, die sie auch für Sponsoren interessant macht.

Das freilich ist ein Aspekt, der für die Kultur angesichts schwindender öffentlicher Mittel immer wichtiger wird. Bereits heute wird das Beethovenfest zu einem Drittel durch Sponsorenmittel finanziert. Damit tragen die überwiegend privaten Unternehmen für eine auskömmliche Ausstattung des Festivals ebenso viel bei wie die ebenfalls mit einem Drittel beteiligte öffentliche Hand sowie das Publikum, das über den Kartenkauf das letzte Drittel stellt.

causales

Natürlich müssen auch die Inhalte stimmen, will man als Marke überzeugen. Noch die klügste, raffinierteste Marketing-Strategie wird nicht fruchten, wenn sie nicht auf kreative künstlerische Ideen zurückgreifen kann. Wenn ein Musikfestival nur die teuersten Orchester und Solisten einkauft, wird das vielleicht für eine Weile einigen Sponsoren gefallen. Doch letztlich nachhaltiger wirkt eine klare künstlerische Aussage, wie sie auch beim jüngsten Beethovenfest zu erkennen war, das unter dem Motto "Eigensinn" stand.

Es geht übrigens auf ein Beethoven-Zitat zurück: "Wahre Kunst ist eigensinnig, lässt sich nicht in schmeichelnde Formen zwingen." Dass man Sponsoren auch überzeugen kann, wenn nicht nur den Mainstream bedient, hat das Beethovenfest in diesem Jahr wieder gezeigt.

Datum: 26.10.2012

Medium: Bonner Generalanzeiger

Auflage: 74.724

Kontakt: 186.810

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Bronze ist sicher!

GrimmHeimat NordHessen ist als „Stadtmarke des Jahres 2012“ im Rahmen des Kulturmarken-Awards nominiert worden. Die regionale Dachmarke gehört damit zu den Nominierten, die von einer bundesweiten Experten-Jury aus 104 Bewerbern ausgewählt worden sind. Die Kulturmarken-Awards werden in sechs Kategorien vergeben. Im Rennen für den Award als „Stadtmarke des Jahres“ hat sich GrimmHeimat NordHessen unter anderem gegen Bayreuth, Dresden und Bonn durchgesetzt. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die führenden Marketingstrategen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt. „Diese Nominierung spiegelt die großartige Entwicklung unserer Region wider und zeigt, dass die Markenstrategie GrimmHeimat NordHessen aufgeht“, freut sich Regierungspräsident Dr. Walter Lübcke.

causales

Die Marke GrimmHeimat NordHessen wurde im Jahr 2009 als Ergebnis der IHK-Initiative UNESCO-Welterbe eingeführt.	
Datum: 23.09.2012	Medium: Extra Tip
Auflage: 333.738	Kontakt: 834.345

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows the homepage of 'art' magazine. The main headline is 'Wintermärchen beginnen mit uns' with a picture of a Swiss airplane. Below it, there's a section titled 'BMW Guggenheim Lab nominiert' with a sub-headline 'Die Jury hat entschieden: Das BMW Guggenheim Lab ist für den "Kulturmarken-Award 2012" nominiert.' The article text follows, mentioning the 'Trendmarke des Jahres' category and the winners: Bundesjugendballett and Sing - Day of Song. To the right, there's a 'BLOGS' section with 'DIE NEUEN CAHIERS D'ART' and a 'BILDSTRECKEN' section with various art-related thumbnails.

BMW Guggenheim Lab nominiert

Die Jury hat entschieden: Das BMW Guggenheim Lab ist für den "Kulturmarken-Award 2012" nominiert.

In der Kategorie "Trendmarke des Jahres" hat es das Projekt unter die letzten drei ausgewählten Kandidaten geschafft. Als Mitstreiter um diesen Preis gehen das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing - Day of Song der Ruhr Tourismus GmbH ins Rennen.

Insgesamt umfasst die Shortlist zum Kulturmarken-Award 2012 19 Nominierte in 6 Kategorien, welche aus 104 Bewerbungen von einer Jury an Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien ausgewählt wurden. Der durch Causales/Europäische Sponsoring Börse ausgelobte renommierte Kulturpreis wird 2012 bereits zum siebten Mal vergeben. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt. Auf der Gala treffen sich auch dieses Jahr mehr als 500 Entscheidungsträger und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien zur feierlichen Preisverleihung im TIPI am Kanzleramt.

Das BMW Guggenheim Lab ist ein Gemeinschaftsprojekt der Solomon R. Guggenheim Foun-

causales

dation und der BMW Group. Es ist in einer mobilen Konstruktion des Tokioter Architekturbüros Atelier Bow-Wow untergebracht und wurde im Sommer 2011 in New York erstmals präsentiert. Innerhalb von sechs Jahren wird das BMW Guggenheim Lab insgesamt neun Städte in aller Welt besuchen, wobei jeweils drei Zweijahreszyklen ihr eigenes Thema und ein eigenes Gebäude haben werden. Nach Berlin, der zweiten Station des ersten Zyklus, wird das BMW Guggenheim Lab im Winter 2012/2013 nach Mumbai reisen. Einzelheiten zu Mumbai sowie zum zweiten Zyklus des Lab werden diesen Herbst veröffentlicht. Das Lab wird von den Guggenheim-Kuratoren David van der Leer und Maria Nicanor geleitet. dpa

Datum: 17.09.2012	Medium: art Kunstmagazin
Auflage: 72.433	Kontakt: 362.165

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows a news article on the BlachReport website. The main headline is 'Anmeldeschluss für Kulturmarken-Award verlängert' (Application deadline for Culture Brand Award extended). The article text states that the deadline for the seventh Culture Brand Award is extended to August 31, 2012. It mentions that the award is supported by Causales, Deutsche Post DHL, and the magazine 'Weltkunst'. A jury of 24 members will select winners in six categories. Prominent jury member Katharina Wagner is mentioned. The award ceremony will take place on October 25, 2012, at the Tipi am Kanzleramt in Berlin. The article also includes social media links and a search bar.

Anmeldeschluss für Kulturmarken-Award verlängert

Die Bewerbungsfrist für den siebten Kulturmarken-Award wird verlängert. Noch bis zum 31. August 2012 können sich Kulturanbieter, Kulturmanager, Kommunen und Fördervereine aus dem deutschsprachigen Raum um die prestigeträchtige Auszeichnung bewerben. Ausgeschrieben wird der siebte Kulturmarken-Award von Causales, mit Unterstützung der Deutschen Post DHL und der Zeitschrift Weltkunst. Eine Jury, besetzt mit 24 Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Wissenschaft, ermittelt am 13. September 2012 jeweils drei Nominierte pro Wettbewerbskategorie. Insgesamt werden sechs Awards verliehen. Prominentes Mitglied der Jury ist in diesem Jahr erstmals Katharina Wagner, die Intendantin der Bayreuther Festspiele und Urenkelin von Richard Wagner.

Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der festlichen Kulturmarken-Gala vor 500 geladenen Gästen im Tipi am Kanzleramt in Berlin ausgezeichnet. Um die Kulturmarken-Awards bewerben sich seit sieben Jahren große und kleine, renommierte und weniger bekannte Kandidaten aus dem deutschsprachigen Raum. So wurde im vergangenen Jahr das Burgtheater Wien als „Kulturmarke des Jahres“ ausgezeichnet. Die Bayer AG wurde „Kulturinvestor“ und Gotha „Stadtmarke des Jahres“.

Datum: 09.08.2012	Medium: Blach Report
Auflage: 1.500	Kontakt: 7.500

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Datum: -

Medium: Sächsische Zeitung

Auflage: 278.721

Kontakt: 696.803

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Feuilleton Kompakt Hamburg

Politbüro: "Kindheit" von Peggy Parnass in Wort und Bild ++ Ohnsorg Theater: Theater Pina Luftikus spielt "Frau Meier, die Amsel" ++ Jugendmusikprojekt: Otto Group für "The Young ClassX" in Berlin geehrt

Otto Group für "The Young ClassX" in Berlin geehrt

Für das Jugendmusikprojekt "The Young ClassX", eine Initiative der Otto Group und des Ensembles Salut Salon, ist die Otto Group gestern in Berlin mit dem Kulturmarken-Award ausgezeichnet worden. Der Award ist die wichtigste Auszeichnung für Kulturmanager, Kulturmarken und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum. Mit großer Freude nahm "The Young ClassX"-Geschäftsführer Dr. Tobias Wollermann in Berlin bei der Gala im Tipi am Kanzleramt den Kulturmarken-Award vor rund 500 Gästen für die Otto Group entgegen. Der Verein "The Young ClassX" ermöglicht Kindern und Jugendlichen aus sozial benachteiligten Verhältnissen in Hamburg, Musik zu erleben und aktiv zu musizieren.

Datum: 26.10.2012	Medium: DIE WELT Online
Auflage: -	Kontakt: 8,67 Mio. Unique User

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

PR-Material von Kunden der news aktuell GmbH.
Keine redaktionelle Auswahl oder Prüfung durch FOCUS Online

na-news aktuell
Ein Unternehmen der A&O Gruppe

Unternehmen

Expertenjury nominiert 19 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2012

Freitag, 14.09.2012, 13:48

★★★★★ 0

ZUM THEMA

- Berlin-Neukölln
- Blüher
- BMW
- Deutsche Akademie Rom Villa Massimo
- Europastadt
- Guggenheim
- Jury
- Kanzleramt

Weitere Themen (14)

- Meine Themen

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2012 steht.

Aus 104 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien gestern 19 Nominierte aus. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

Und hier die Entscheidungen der Jury:

Für den Preis „Kulturmarke des Jahres“ kommen die Internationalen Beethovenfest Bonn, das internationale Zentrum für den Tanz PACT Zollverein in Essen und die Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf in die engere Wahl.

Börse

DAX 7.270,02 (+0,33%)
Dow 13.107,21 (+0,03%)

Diverses

Die Entwicklung der Verschuldung

Portugal Italien Irland Spanien Griechenland

Wirtschafts-News

Schuldenkrise

Die Lage in den Schuldenländern

Portugal, Irland, Italien, Spanien und Griechenland kämpfen gegen ihre hohen Schulden und für das Vertrauen der Finanzmärkte. Dabei kommen die Staaten nur langsam voran. »

Zinsticker

Expertenjury nominiert 19 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2012

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2012 steht.

Aus 104 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien gestern 19 Nominierte aus. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

Und hier die Entscheidungen der Jury:

Für den Preis „Kulturmarke des Jahres“ kommen die Internationalen Beethovenfest Bonn, das internationale Zentrum für den Tanz PACT Zollverein in Essen und die Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf in die engere Wahl.

Chancen auf die „Trendmarke des Jahres“ haben das BMW Guggenheim Lab, das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing – Day of Song der Ruhr

causales

Tourismus GmbH. Für die Auszeichnung als „Kulturmanager des Jahres“ hat die Jury den Leiter der Villa Massimo in Rom, Dr. Joachim Blüher, die ehemalige Leiterin des Kulturamts Berlin-Neukölln, Dr. Dorothea Kolland, den Leiter des Bamberger Stadtmarketings, Klaus Stieringer und den Gründer und Geschäftsführer des Grips-Theaters, Volker Ludwig, ausgewählt.

Im Rennen für den Award als „Stadtmarke des Jahres“ sind die Europastadt Görlitz / Zgorzelec, das Stadtmarketing Halle (Saale) und das Regionalmanagement Nordhessen.

In der Kategorie „Kulturinvestor des Jahres“ wurden die A1 Telekom Austria, die E.ON AG und die Otto Group nominiert.

Für die Auszeichnung „Förderverein des Jahres“ kommen in Betracht: der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg südlich von Hamburg, die Gesellschaft der Freunde der Sommerlichen Musiktage Hitzacker e.V. und die NThusiasten – Junge Freunde des Nationaltheater Mannheim.

Die Kulturmarken-Awards werden 2012 bereits zum siebten Mal vergeben. Auf der Gala treffen sich auch dieses Jahr mehr als 500 Entscheidungsträger und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien zur feierlichen Preisverleihung im TIPI am Kanzleramt. Unterstützer sind die Deutsche Post DHL, Der Tagesspiegel und WELTKUNST.

Die Veranstaltung ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet dieses Jahr am 25. und 26. Oktober 2012 in den Verlagsräumen des Tagesspiegel am Askanischen Platz statt.

Datum: 14.09.2012	Medium: Focus Online
Auflage: -	Kontakt: 9,13 Mio. Unique Visitors

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows the online FOCUS website interface. At the top, there is a navigation bar with various categories like 'Startseite', 'Politik', 'Finanzen', 'Wissen', 'Gesundheit', 'Kultur', 'Panorama', 'Sport', 'Digital', 'Reisen', 'Auto', 'Immobilien', and 'Video'. Below this, the main content area features a large article titled 'Anmeldeschluss für Kulturmarken-Award bis 31. August 2012 verlängert'. The article text states that the deadline for applications for the 7th Kulturmarken-Award is extended to August 31, 2012. It mentions that applicants can be cultural providers, managers, municipalities, and promotion associations from the German-speaking region. The award is supported by Deutsche Post DHL and the magazine WELTKUNST. A jury of 24 personalities from various fields will select winners on September 13, 2012. To the right of the main article, there is a '24-Stunden Newsticker' section with a list of news items and a 'Diverses' section with a featured article about Mitt Romney.

Die Bewerbungsfrist für den siebten Kulturmarken-Award wird verlängert. Noch bis zum 31. August 2012 können sich Kulturanbieter, Kulturmanager, Kommunen und Fördervereine aus dem deutschsprachigen Raum um die prestigeträchtige Auszeichnung bewerben. Ausgeschrieben wird der siebte Kulturmarken-Award von Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring - mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL und der Zeitschrift WELTKUNST. Ausführliche Informationen gibt es im Internet unter www.kulturmarken.de

Eine Jury, besetzt mit 24 Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Wissenschaft, ermittelt am 13. September 2012 jeweils drei Nominierte pro Wettbewerbskategorie. Insgesamt werden sechs Awards verliehen:

- Die Ehrung „Kulturmarke des Jahres“ wird an eine Kultureinrichtung verliehen, die sich durch eine konsequente Marketingstrategie als starke Marke etabliert hat.
- In der Kategorie „Trendmarke des Jahres“ werden besonderer Mut und Innovationen im Kulturmarketing ausgezeichnet.
- Die „Stadtmarke des Jahres“ geht an eine hervorragende Strategie, einen Gesamtauftritt oder eine erfolgreiche Kampagne im Städtemarketing.
- Als „Kulturinvestor des Jahres“ wird ein Unternehmen, ein öffentlicher Geldgeber

causales

oder eine Privatperson für ihr kulturelles Engagement ausgezeichnet.

- Als „Kulturmanager oder Kulturmanagerin des Jahres“ kommen engagierte Kulturvermittler aus dem öffentlichen oder privatwirtschaftlichen Bereich in Frage.
- Mit dem Preis „Förderverein des Jahres 2012“ wird die innovativste, nachhaltigste und engagierte Förderung einer Kultureinrichtung durch ihren Förderkreis geehrt.

Prominentes Mitglied der Jury ist in diesem Jahr erstmals Katharina Wagner, die Intendantin der Bayreuther Festspiele und Urenkelin von Richard Wagner. Sie unterstützt die Kulturmarken-Awards und den Kulturinvest-Kongress aus Überzeugung. Sie sagt: „Kultureinrichtungen, ganz gleich ob weltbekannt oder erst in den Anfängen, brauchen eine konsequente und individuelle Marketingstrategie mit langem Atem. Die Kulturmarken-Awards und der Kulturinvest-Kongress leisten hier wertvolle Entwicklungsarbeit.“

Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der festlichen Kulturmarken-Gala vor 500 geladenen Gästen im Tipi am Kanzleramt in Berlin ausgezeichnet. Um die Kulturmarken-Awards bewerben sich seit sieben Jahren große und kleine, renommierte und weniger bekannte Kandidaten aus dem deutschsprachigen Raum. So wurde im vergangenen Jahr das Burgtheater Wien als „Kulturmarke des Jahres“ ausgezeichnet. Die Bayer AG wurde „Kulturinvestor“ und Gotha „Stadtmarke des Jahres“.

Die Kulturmarken-Awards sind der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet am 25. und 26. Oktober 2012 im Verlagsgebäude von „Der Tagesspiegel“ statt. Schwerpunkte der Themenforen sind Kulturmanagement, -marketing, -sponsoring und -investment. Veranstalter des KulturInvest-Kongresses sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mit freundlicher Unterstützung von „Der Tagesspiegel“.

Datum: 06.08.2012	Medium: Focus Online
Auflage: -	Kontakt: 9,13 Mio. Unique Visitors

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows the ONLINE FOCUS website interface. At the top, there are navigation links for 'FOCUS-MONEY', 'FOCUS-TV', 'FOCUS-SCHULE', 'FOCUS Magazin', and 'Heft-Abo'. Below this is a search bar and a menu with categories like 'Startseite', 'Politik', 'Finanzen', 'Wissen', 'Gesundheit', 'Kultur', 'Panorama', 'Sport', 'Digital', 'Reisen', 'Auto', 'Immobilien', and 'Video'. The main content area features a large article titled 'Sponsoring KulturInvest-Kongress 2012 / Der Branchentreff für Kulturanbieter und Kulturinvestoren veröffentlicht sein Programm mit 19 Themenforen und über 60 Referenten'. The article is dated 'Dienstag, 07.08.2012, 10:09'. Below the article title, there is a 'Google-Anzeigen' section with a link to 'Sonderangebote bei Opel'. To the right of the main article, there is a '24-Stunden Newsticker' section with a list of news items, and a 'Diverses' section with a photo of Mitt Romney and a headline 'Lautstarke Empörung über Kritik an „Obamacare“ US-Präsidenschaftskandidat Romney von Bürgerrechtlern ausgebuht'. At the bottom right, there is a 'Meistgelesen' section with a headline 'Festgenommene Terroristen in Spanien El Kaida plante offenbar Anschlag mit'.

Der Branchentreff für Kulturanbieter und Kulturinvestoren veröffentlicht sein Programm mit 19 Themenforen und über 60 Referenten

Am 25. und 26. Oktober 2012 findet im Verlagsgebäude des Tagesspiegel am Askanischen Platz in Berlin zum vierten Mal Deutschlands größter Branchentreff für Kulturanbieter und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum statt. In 19 interessanten Themenforen reflektieren namhafte Referenten Perspektiven und Ideen für das Zusammenwirken von Kultur und Wirtschaft. Ab sofort ist das Programm unter www.kulturinvest.de abrufbar.

Interessante Themen rund um die Etablierung betriebswirtschaftlicher Managementprozesse in Kulturbetrieben, Trends und Innovationen im Bereich der Kulturinvestments und der Kulturkommunikation sowie erfolgreiches Kultur- und Stadtmarketing stehen auf der Agenda der zwei Kongresstage. Zu den hochkarätigen Referenten gehören in diesem Jahr unter anderem Stephan-Andreas Casdorff (Verlag Der Tagesspiegel Berlin), Dr. Thomas Girst (Leiter Kulturengagement BMW Group München), Carl Grouwet (Kaufmännischer Direktor Museum Kunstpalast), Anne-Kathrin Reinecke (Leiterin Sponsoring Benelux, Central Europe, Nordic, Vattenfall Europe AG) sowie Ilona Schmiel (Intendantin und Geschäftsführerin Internationale Beethovenfest Bonn gGmbH).

causales

Presenting-Partner ist bereits zum dritten Mal der Tagesspiegel, der sein Verlagsgebäude am Askanischen Platz, im Zentrum Berlins, für die 400 erwarteten Teilnehmer öffnet und den Vertretern aus Kultur, Wirtschaft, Politik, Medien und Wissenschaft ideale Möglichkeiten zum Netzwerken bietet. Neben weiteren starken Partnern wie der Deutschen Post DHL, dem Weltkunst Verlag und der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Verhülsdonk & Partner unterstützt in diesem Jahr erstmalig auch das Goethe-Institut den KulturInvest-Kongress.

Am 25. Oktober findet darüber hinaus die feierliche Preisverleihung der Kulturmarken-Awards im TIPI am Kanzleramt statt. Vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien werden die begehrten Preise in 6 Kategorien vergeben. Bewerbungen für die „Stadtmarke“, „Kulturmarke“ und „Trendmarke“, sowie „Kulturmanager“, „Kulturinvestor“ und „Förderverein des Jahres“ können noch bis zum 31. August eingereicht werden. Die Teilnehmerunterlagen sind unter www.kulturmarken.de abrufbar.

Der KulturInvest-Kongress wird von der ESB Europäische Sponsoring-Börse und Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH veranstaltet und vom Tagesspiegel im Rahmen seiner Kulturförderung präsentiert. Darüber hinaus wird der Kongress von der Deutschen Post DHL, der WELTKUNST, Verhülsdonk & Partner, dem Goethe-Institut, der Deutschen Bahn, dem Mövenpick Hotel Berlin, patide, der Gothaer Versicherung, fritz-kola, der APA, den DRAUSSENWERBERN und pick me gefördert.

Datum: 07.08.2012	Medium: Focus Online
Auflage: -	Kontakt: 9,13 Mio. Unique Visitors

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows a news article from WAZ. The main headline is "Veränderung als Markenzeichen" (Change as Brand Markers) dated 25.10.2012 at 10:09 Uhr. The article discusses the Pact Zollverein award and mentions the Choreographische Zentrum as a favorite. It also features a sidebar with "EMPFEHLEN" (Twitter, Facebook, RSS) and "LESEN SIE AUCH" (ESSEN, CHOREOGRAPHIE, ESSEN) sections. On the right, there are advertisements for "Trafo2 GmbH, Essen", "Zechen-Tassen", and "Wir beraten Unternehmen". A "TOP ARTIKEL AUS DER RUBRIK" section lists "MEISTGELESEN" (VERWÜSTUNG) and "MEISTKOMMENTIERT" (MESSE ESSEN, ÖPNV, VERKEHR).

Veränderung als Markenzeichen
25.10.2012 | 10:09 Uhr

Der Nachwuchs ist auf Pact Zollverein ebenso willkommen wie die Stars der Szene. 2011 sorgte die Uraufführung von Meg Stuarts neuer Arbeit „Violet“ für Aufsehen. *Foto: Chris Van der Burght*

Wenn in Berlin die Branchenbesten im Bereich Kulturmarketing ausgezeichnet werden, gehört Pact Zollverein zu den Favoriten.

Wer eine Marke hat, der sollte sie tunlichst pflegen. Marken bedeuten Wiedererkennung, also Vermarktbarkeit. Es sei denn, man macht die Veränderung zu seinem Markenzeichen, wie auf Pact Zollverein. Hier will man seit zehn Jahren überraschen, ausprobieren, Entwicklungen anstoßen, Impulse setzen, sich immer wieder neu befragen. Dieser Wille zur Erneuerung zeigt sich sogar im jedes Jahr neu überarbeiteten Erscheinungsbild, für das die Grafiker vom Dortmunder Labor B verantwortlich zeichnen. Dieser kreative Umgang mit Inhalt und Außengestaltung ist sogar preisverdächtig. Wenn heute in Berlin der Kulturmarken-Award vergeben wird, gehört das Choreographische Zentrum zu den Favoriten. Schon die Tatsache, mit dem kleinen, 13-köpfigen Team und eher bescheidenem Werbe-Etat im Vorfeld Kultur-Dickschiffe wie das Staatsschauspiel Dresden und die Berliner Festspiele aus dem Rennen geworfen zu haben, ist ein Erfolg für den künstlerischen Leiter Stefan Hilterhaus und Mitsstreiter.

EMPFEHLEN
Twitter 0
Facebook 1
RSS 0

LESEN SIE AUCH
ESSEN
Fantasie zum Auftakt Karten und Infos
CHOREOGRAPHIE
Festival „tanz nrw“ eröffnet erstmals bei PACT Zollverein in...
ESSEN
Vom Du und vom Ich

ANZEIGE
Trafo2 GmbH, Essen
TYPO3 Gold-Partner mit zertifizierten Integratoren
www.trafo2.de
Zechen-Tassen
Tassen mit Bergbau-Motiven aus dem Ruhrgebiet
www.zechen-shop.de
Wir beraten Unternehmen
Genossenschaftliche Beratung: fair, aufrichtig, verständlich. Zur Bank.
www.vr.de/Beratung **Google-Anzeigen**

TOP ARTIKEL AUS DER RUBRIK
MEISTGELESEN **MEISTKOMMENTIERT**
VERWÜSTUNG
Besucher verwüsteten Blumenbeete in der Essener Gruga
MESSE ESSEN
Ein neues Gesicht für Essens Messegelände - Zuschlag für...
ÖPNV
Evag beklagt „raueres Klima“ in Bussen und Straßenbahnen in...
VERKEHR
Anreise von RWE-Fans zum Stadion an der Hafenstraße soll...

causales

streiter.

Sollte die Auszeichnung an Zollverein gehen, würde die Freude weltweit geteilt. Denn jährlich gibt es heute 500 bis 600 Gastspiele auf allen Kontinenten, die mit Pact Zollverein in Beziehung stehen.

Was aber macht dieses Haus aus, dass sich international renommierte Künstlergruppen wie „Forced Entertainment“ regelmäßig auf Pact Zollverein sehen lassen? Oder Künstler wie Laurent Chétouane, der von Anfang an in Essen produziert hat, immer wieder in die Waschkaue zurückkehren, obwohl sie längst auf den großen Festivals zuhause sind, was Hilterhaus als „Riesenbestätigung“ empfindet.

„Die Residenzen sind der Herzschlag des Hauses“

Die Antwort liegt wohl in der Mischung: Pact bietet den Künstlern Verlässlichkeit, gepaart mit Freiheit, das Gefühl, betreut, aber nicht ständig beobachtet zu sein. Wer zu den Residenten gehört, hat 24 Stunden am Tag freien Zugang zum Haus, hat Rückzugsmöglichkeit und ein aufgeschlossenes Publikum. Und statt Metropolenflair genießen die internationalen Gäste für ein paar Wochen eine Art von Heimatgefühl. Die guten Arbeitsbedingungen haben sich herumgesprochen. Längst ist die Zahl der Bewerber doppelt so hoch wie die 30 bis 40 ausgeschriebenen Residenzen pro Jahr. „Die Residenzen sind der Herzschlag unseres Hauses“, sagt Hilterhaus. Und die Künstler beste Botschafter.

Dazu kommen der publikumswirksame Bereich der Bühnenpräsentation ebenso wie die unter dem Begriff „Plattform“ subsumierten Forschungs- und Entwicklungsformate, die Ateliers für junge Künstler, die hier auch mal Unfertiges zeigen können, und die Kooperationen mit Hochschulen. „Egal was oben abbricht, wir fallen immer auf eine große Substanz“, weiß Hilterhaus, der die Zukunft in der Verknüpfung der Sparten, der Verbindung mit anderen Kunst- und Wissensbereichen sieht. So sind Architekten in der ehemaligen Waschkaue ebenso zu Gast wie Modemacher, Soziologen, Philosophen. „Die Vielschichtigkeit ist interessant“, sagt Hilterhaus und plant schon neue Projekte. „Viele Ideen, die wir hier in Serienreife entwickeln, werden später von anderen adaptiert“, weiß der künstlerische Leiter und ist sich schon deshalb sicher, dass die Marke Pact künftig noch relevanter wird.

Datum: 26.10.2012	Medium: WAZ.de
Auflage: -	Kontakt: 2,36 Mio. Unique User pro Monat

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows the Express.de website interface. At the top, there are navigation links for 'kalayto.de', 'das regionale Fladenrot', 'Stellen', 'Auto', 'Immobilien', 'Kleinanzeigen', 'Tiere', 'Ferienwohnungen', and 'Inserieren'. Below this is the 'EXPRESS.DE' logo and a search bar. The main navigation menu includes 'HOME', 'NEWS', 'SPORT', 'REGIONAL', 'RATGEBER', 'GIRLS', 'SPIELE', 'FORUM', and 'VIDEOS'. The current page is 'REGIONAL', 'BONN', and 'EXPRESS, REGIONAL, BONN'. The article title is 'EHRUNG IN BERLIN' and 'Beethovenfest ist Kulturmarke des Jahres'. The article text mentions that the Beethovenfest Bonn was awarded the title of 'Cultural Brand of the Year' in 2012. It highlights the team led by Intendantin Ilona Schmiel and mentions that 500 guests from various fields attended the award ceremony in Berlin. The Oberbürgermeister Jürgen Nimptsch congratulated the team, stating that the festival is a worthy part of the European festival calendar.

Beethovenfest ist Kulturmarke des Jahres

Bonn – Tolle Auszeichnung für Intendantin Ilona Schmiel und ihr Team: Beethovenfest Bonn ist zur Kulturmarke des Jahres gewählt worden.

500 Gäste aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien waren Donnerstagabend bei der Preisverleihung in Berlin dabei. Oberbürgermeister Jürgen Nimptsch gratulierte: "Das ist eine verdiente Würdigung der Beethovenfeste in Bonn. Das Team um Intendantin Ilona Schmiel hat das Festival zu einem wichtigen Bestandteil des europäischen Festival-Kalenders gemacht."

Die Kulturmarken-Awards wurden bereits zum siebten Mal im Rahmen des KulturInvest-Kongresses verliehen. Das Beethovenfest setzte sich gegen 19 Mitbewerber durch.

Datum: 26.10.2012

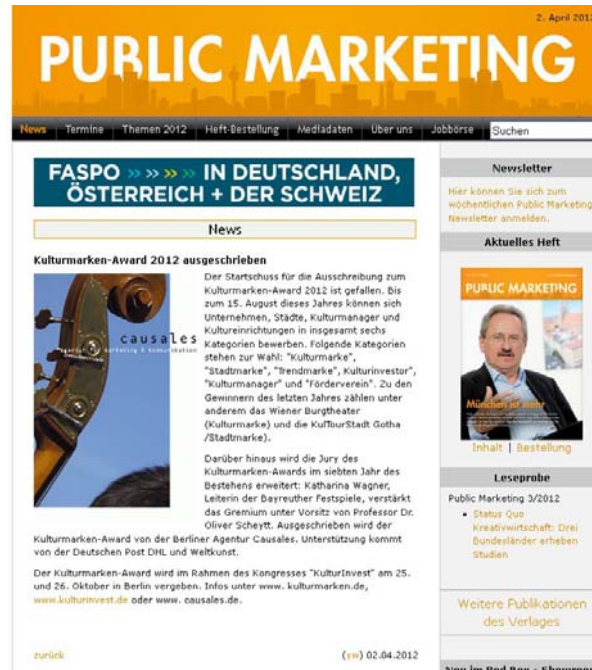
Medium: Express.de

Auflage: -

Kontakt: 13.149.075 Visits pro Monat

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Kulturmarken-Award 2012 ausgeschrieben

Der Startschuss für die Ausschreibung zum Kulturmarken-Award 2012 ist gefallen. Bis zum 15. August dieses Jahres können sich Unternehmen, Städte, Kulturmanager und Kultureinrichtungen in insgesamt sechs Kategorien bewerben. Folgende Kategorien stehen zur Wahl: "Kulturmarke", "Stadtmarke", "Trendmarke", "Kulturinvestor", "Kulturmanager" und "Förderverein". Zu den Gewinnern des letzten Jahres zählen unter anderem das Wiener Burgtheater (Kulturmarke) und die KulTourStadt Gotha /Stadtmarke). Darüber hinaus wird die Jury des Kulturmarken-Awards im siebten Jahr des Bestehens erweitert: Katharina Wagner, Leiterin der Bayreuther Festspiele, verstärkt das Gremium unter Vorsitz von Professor Dr. Oliver Scheytt. Ausgeschrieben wird der Kulturmarken-Award von der Berliner Agentur Causales. Unterstützung kommt von der Deutschen Post DHL und Weltkunst. Der Kulturmarken-Award wird im Rahmen des Kongresses "KulturInvest" am 25. und 26. Oktober in Berlin vergeben.

Datum: 02.04.2012	Medium: public-marketing.net
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

DAS MAGAZIN FÜR MARKENFÜHRUNG

Kontakt Bestellung Newsletter Mediadaten

markenartikel

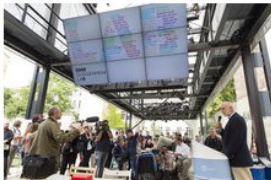
Home Unternehmen & Marken Recht & Politik Medien & Werbung Handel Personalien Events Termine

ZEIGEN SIE UNS, WIE PRINT WIRKT UND GEWINNEN SIE MIT ETWAS GLÜCK DAS NEUE IPAD. [HIER KLICKEN.](#) **Print wirkt.**

Suchen... **Suchen**

Unternehmen & Marken 26.10.2012

Kulturmarken-Award für BMW Guggenheim Lab



Richard Armstrong, Direktor Solomon R. Guggenheim Museum and Foundation, bei der Eröffnung des BMW Guggenheim Lab in Berlin. (Quelle: obs/BMW Group)

Das BMW Guggenheim Lab hat einen der 'Kulturmarken-Awards 2012' gewonnen. Wie die Jury am 25.10. verkündete, konnte sich das Projekt in der Kategorie 'Trendmarke des Jahres' gegen das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing - Day of Song der Ruhr Tourismus GmbH durchsetzen.

Das BMW Guggenheim Lab wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Goldenen Bulle 2012 (Art Investor) in der Kategorie "Kunst und Kultur", mit einer Webby Award Nominierung für "Excellence on the Internet", einem International Design Communication Award in der Kategorie "Bestes Logo" und einer "CITATION" für Design Excellence der 2012 AIA New York State Design Awards Jury.

Die Ehrung der Preisträger fand am 25.10. im Rahmen der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt. Mehr als 500 Entscheidungsträger und Meinungsbilder aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien kamen auch in diesem Jahr wieder auf der Festgala zusammen.


Das BMW Guggenheim Lab ist ein Gemeinschaftsprojekt der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Es ist in einer mobilen Konstruktion des Tokioter Architekturbüros Atelier Bow-Wow untergebracht und wurde im Sommer 2011 in New York erstmals präsentiert. Nach Berlin, der zweiten Station des ersten Zyklus, wird das BMW Guggenheim Lab von Dezember 2012 bis Januar 2013 nach Mumbai reisen.

MARKENVERBAND

Die Stimme der Markenwirtschaft

Jetzt den Newsletter abonnieren

Aktuelle Ausgabe 10/2012



- Heftarchiv
- Sonderhefte
- Erschienene
- Markenporträts
- Bestellung

Weitere Publikationen

Kulturmarken-Award für BMW Guggenheim Lab

Das BMW Guggenheim Lab hat einen der 'Kulturmarken-Awards 2012' gewonnen. Wie die Jury am 25.10. verkündete, konnte sich das Projekt in der Kategorie 'Trendmarke des Jahres' gegen das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing - Day of Song der Ruhr Tourismus GmbH durchsetzen.

Das BMW Guggenheim Lab wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Goldenen Bulle 2012 (Art Investor) in der Kategorie "Kunst und Kultur", mit einer Webby Award Nominierung für "Excellence on the Internet", einem International Design Communication Award in der Kategorie "Bestes Logo" und einer "CITATION" für Design Excellence der 2012 AIA New York State Design Awards Jury.

Die Ehrung der Preisträger fand am 25.10. im Rahmen der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt. Mehr als 500 Entscheidungsträger und Meinungsbilder aus Kul-

causales

tur, Wirtschaft, Politik und Medien kamen auch in diesem Jahr wieder auf der Festgala zusammen.

Das BMW Guggenheim Lab ist ein Gemeinschaftsprojekt der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Es ist in einer mobilen Konstruktion des Tokioter Architekturbüros Atelier Bow-Wow untergebracht und wurde im Sommer 2011 in New York erstmals präsentiert. Nach Berlin, der zweiten Station des ersten Zyklus, wird das BMW Guggenheim Lab von Dezember 2012 bis Januar 2013 nach Mumbai reisen.

Datum: 26.10.2012	Medium: markenartikel.de
Auflage: -	Kontakt: 7.991 Visits pro Monat

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

REGION MITTELHEIN

Mit Pepper-MINT zum Erfolg

KÖLN. Unternehmensnetzwerk fördert Mitarbeiterinnen mit naturwissenschaftlich-technischer Qualifikation Mit der feierlichen Übersetzung der „MINT-CHARTA KÖLN“ durch Dr. Günther Horatzky, Staatssekretär im Wirtschaftsministerium NRW, an Ute Berg, Wirtschaftsdezernentin der Stadt Köln, war es offiziell: PepperMINT Köln ist gestartet. In den Räumen der Industrie- und Handelskammer zu Köln begrüßte Ulf Reichardt, Hauptgeschäftsführer der IHK Köln die Unternehmer, die sich im Netzwerk engagieren möchten: „Die Erhöhung des Anteils von Frauen in MINT-Berufen sowohl in Fach- wie Führungspositionen ist eine der größten Herausforderungen in bildungs- und arbeitsmarktpolitischer Hinsicht.“ Unterstützung soll hier das PepperMINT-Projekt leisten, bei dem sich Unternehmen verpflichten, ihre Ingenieurinnen, Informatikerinnen, Chemikerinnen, Biologinnen etc. besonders zu schulen und zu fördern und so ihre berufliche Entwicklung zu unterstützen. Gefördert werden diese Unternehmen aus Mitteln der Initiative „Gleichstellen von Frauen in der Wirtschaft“ des ESF und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Projektleiter in Köln ist der Verein Career-Work

Beethovenfest Bonn ist Kulturmarke des Jahres 2012

BONN. Das Beethovenfest Bonn ist Kulturmarke des Jahres 2012. Das Festival setzte sich vor dem internationalen Zentrum für den Tanz PACT Zollverein in Essen und der Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf durch. Die Auszeichnung erfolgte jetzt auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien.

Bonns Oberbürgermeister Jürgen Nimptsch gratuliert den Veranstaltern zu dieser Auszeichnung: „Das ist eine verdiente Würdigung der Beethovenfeste in Bonn. Das Team um Intendantin Ilona Schmiel hat das Festival zu einem wichtigen Bestandteil des europäischen Festival-Kalenders gemacht, und dafür gebührt allen große Anerkennung und herzlicher Dank. Ich gratuliere zu dieser Auszeichnung im Namen aller Beethoven-Freundinnen und -Freunde in Bonn und weltweit.“

KÖLN. Sandra Koch vom Hilton Hotel Cologne ist „Ausbilderin des Jahres 2012“ der IHK Köln. Mit diesem Titel zeichnet die Industrie- und Handelskammer zu Köln nunmehr seit vier

Die Jury des Kulturmarken-Awards begründete die Auszeichnung: „Das Beethovenfest Bonn hat durch seine klare Positionierung, seine langfristigen Marketingziele, seine eindeutige Markenbotschaft und die zur Marke passende visuelle Markenerscheinung sowie seine Kommunikationsmaßnahmen, die aus der tiefen Bewerben sehr gut hervorgingen, überzeugt.“

Ilona Schmiel, die Intendantin und Geschäftsführerin des Beethovenfestes Bonn, nahm den Preis von Prof. Dr. Oliver Scheytt entgegen, der die Laudatio hielt. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung als Kulturmarke des Jahres. Damit werden unsere Bemühungen, seit 2004 die Marke Beethovenfest Bonn zu etablieren und im internationalen Musikmarkt zu verankern, anerkannt. Diese werden wir in einem Crescendo bis zu Beethovens 250. Geburtstag im Jahr 2020 steigern“, bedankte sich Ilona

Schmiel bei der Jury. Die Kulturmarken-Awards sind 2012 bereits zum siebten Mal vergeben worden. Aus 104 Bewerbungen – darunter über 20 in der Kategorie Kulturmarke des Jahres – wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien 19 Nominierende. Unter den Nominierten



sind dann die Kulturmarke des Jahres, die Trendmarke des Jahres, die Stadtmarke des Jahres, der Kulturmanager des Jahres, der Kulturinvestor des Jahres und der Förderverein des Jahres bestimmt worden.

Die Kulturmarken-Awards werden für die besten Marketingstrategien an andere weitergegeben, nimmt die Ausbilderin an Job- und Ausbildungsmessen teil, bietet zusätzliche Trainings und Weiterbildungsmöglichkeiten an und organisiert interne

gaben von Kulturambassadoren und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum verliehen.

Die Kulturmarken-Gala ist der Höhepunkt des Kulturinvest-Kongresses in Berlin, dem Branchentreff für Kulturma-

agement, -marketing und -investment am 25. und 26. Oktober in Berlin. Unterstützer sind die Deutsche Post DHL, Der Tagesspiegel und Weltkunst.

Das Beethovenfest Bonn 2013 findet vom 5. September bis 5. Oktober 2013 statt. Das Programm wird im März 2013 bekannt gegeben.

geboten an Schüler und steht auch bei Führungen durch das Hilton den Besuchern Rede und Antwort. Ehrenamtlich engagiert sich die Ausbilderin darüber hinaus als Prüferin in

Beethovenfest Bonn ist Kulturmarke des Jahres 2012

Das Beethovenfest Bonn ist Kulturmarke des Jahres 2012. Das Festival setzte sich vor dem internationalen Zentrum für den Tanz PACT Zollverein in Essen und der Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf durch. Die Auszeichnung erfolgte jetzt auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien. Bonns Oberbürgermeister Jürgen Nimptsch gratuliert den Veranstaltern zu dieser Auszeichnung: „Das ist eine verdiente Würdigung der Beethovenfeste in Bonn. Das Team um Intendantin Ilona Schmiel hat das Festival zu einem wichtigen Bestandteil des europäischen Festival-Kalenders gemacht, und dafür gebührt allen große Anerkennung und herzlicher Dank. Ich gratuliere zu dieser Auszeichnung im Namen aller Beethoven-Freundinnen und -Freunde in Bonn und weltweit.“ Die Jury des Kulturmarken-Awards begründete die Auszeichnung: „Das Beethovenfest Bonn hat durch seine klare Positionierung, seine langfristigen Marketingziele, seine eindeutige Markenbotschaft und die zur Marke passende visuelle Markenerscheinung sowie seine Kommunikationsmaßnahmen, die aus der tiefen Bewerben sehr gut hervorgingen, überzeugt.“ Ilona Schmiel, die Intendantin und Geschäftsführerin des Beethovenfestes Bonn, nahm den Preis von Prof. Dr. Oliver Scheytt entgegen, der die Laudatio hielt. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung als Kulturmarke des Jahres. Damit werden unsere Bemühungen, seit 2004 die Marke Beethovenfest Bonn zu etablieren und im internationalen Musikmarkt zu verankern, anerkannt. Diese werden wir in einem Crescendo bis zu Beethovens 250. Geburtstag im Jahr 2020 steigern“, bedankte sich Ilona Schmiel bei der Jury. Die Kulturmarken-Awards sind 2012 bereits zum siebten Mal vergeben worden. Aus 104 Bewerbungen – darunter über 20 in der Kategorie Kulturmarke des Jahres – wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien 19 Nomi-

causales

nierte aus. Unter den Nominierten sind dann die Kulturmarke des Jahres, die Trendmarke des Jahres, die Stadtmarke des Jahres, der Kulturmanager des Jahres, der Kulturinvestor des Jahres und der Förderverein des Jahres bestimmt worden. Die Kulturmarken-Awards werden für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum verliehen. Die Kulturmarken-Gala ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin, dem Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment am 25. und 26. Oktober in Berlin. Unterstützer sind die Deutsche Post DHL, Der Tagesspiegel und Weltkunst. Das Beethovenfest Bonn 2013 findet vom 5. September bis 5. Oktober 2013 statt. Das Programm wird im März 2013 bekannt gegeben.

Datum: 30.10.2012	Medium: Rhein-Maas-Zeitung
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows a news article on the FashionUnited website. The article title is "Otto ist „Kulturinvestor des Jahres“". The date is "Dienstag, 30 Oktober 2012". The text describes how Otto, a mail order retailer, was awarded the Culture Brands Award 2012 for its investment in the "The Young ClassX" project. The award recognizes sustainable investments in cultural projects. The article mentions that the award is given to cultural managers, brands, and investors in the German-speaking space. It also notes that the jury awarded Otto for its holistic concept of inspiring children with classical music. The "The Young ClassX" project is described as a long-term investment in the future of society. The article concludes by stating that the "The Young ClassX e.V." association enables children and young people from socially disadvantaged backgrounds in Hamburg to experience and actively participate in music. The project, founded in 2008 as a joint initiative of the Ensemble Salut Salon and the Otto Group, has so far enabled over 4,500 students from 42 schools to perform in workshops and city concerts up to the annual concert.

Below the article text, there are social media sharing options: "Gefällt mir", "Tweet", "+1", and "More".

Otto ist „Kulturinvestor des Jahres“

Für das Jugendmusikprojekt „The Young ClassX“, das der Versandhändler Otto gemeinsam mit dem Ensemble Salut Salon durchführt, ist das Unternehmen unlängst in Berlin mit dem Kulturmarken-Award ausgezeichnet worden. Der Award wird unter anderem für die nachhaltigsten Investments in Kulturprojekte verliehen und gilt gemeinhin als die wichtigste Auszeichnung für Kulturmanager, Kulturmarken und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem „ganzheitlichen Konzept zur Begeisterung von Kindern für klassische Musik“. „The Young ClassX“ sei eine „dauerhafte Investition in die Zukunft unserer Gesellschaft“.

Der Verein „The Young ClassX e.V.“ ermöglicht insbesondere Kindern und Jugendlichen aus sozial benachteiligten Verhältnissen in Hamburg, Musik zu erleben und aktiv zu musizieren. Das Projekt, das 2008 als gemeinsame Initiative des Ensembles Salut Salon und der Otto Group gegründet wurde, ermöglicht es mittlerweile über 4.500 Schülern aus 42 Schulen, auf großen oder kleinen Bühnen, vom Werkstatt- und Stadtteilkonzert bis hin zum großen Jahreskonzert, aufzutreten.

Datum: 30.10.2012

Medium: FashionUnited.de

Auflage: -

Kontakt: 180.000 Visits pro Monat

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Trendmarke des Jahres: BMW Guggenheim Lab

Das BMW Guggenheim Lab hat einen der begehrten „Kulturmarken-Awards 2012“ gewonnen. Das Projekt konnte sich in der Kategorie „Trendmarke des Jahres“ gegen das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing – Day of Song der Ruhr Tourismus GmbH durchsetzen.

Damit reiht sich dieser Preis in eine Reihe von Anerkennungen für das Projekt ein. Das BMW Guggenheim Lab wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Goldenen Bulle 2012 (Art Investor) in der Kategorie „Kunst und Kultur“, mit einer Webby Award Nominierung für „Excellence on the Internet“, einem International Design Communication Award in der Kategorie „Bestes Logo“ und einer "CITATION" für Design Excellence der 2012 AIA New York State Design Awards Jury. Die Amerikanische Vereinigung der Museen verlieh außerdem dem Städteplanungsspiel der Lab-Webseite, „Urbanology“, den MUSE

causales

Award. Die Ehrung der Preisträger fand am 25.10. im Rahmen der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt. Mehr als 500 Entscheidungsträger und Meinungsbilder aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien kamen auch in diesem Jahr wieder auf der Festgala zusammen.

Das BMW Guggenheim Lab ist ein Gemeinschaftsprojekt der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Es ist in einer mobilen Konstruktion des Tokioter Architekturbüros Atelier Bow-Wow untergebracht und wurde im Sommer 2011 in New York erstmals präsentiert. Nach Berlin im Sommer 2012, wird das BMW Guggenheim Lab von Dezember 2012 bis Januar 2013 nach Mumbai reisen. Die grafische Gestaltung des Lab wurde von dem Grafikdesignteam Sulki & Min aus Seoul entwickelt. Das Lab wird von den Guggenheim-Kuratoren David van der Leer und Maria Nicanor geleitet.

Datum: 29.10.2012	Medium: Detail.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows the website 'persoenlich.com' with a red header. The main navigation includes 'Home', 'Newsletter', 'Blog', and 'RSS'. A search bar is present with the text 'Suchbegriff' and a 'suchen' button. The main content area features a dark red banner with the text 'Brand Consulting Director (m/w)'. Below this, the article title is 'BMW Guggenheim Lab ausgezeichnet' with a sub-headline 'Zur "Trendmarke des Jahres" gekührt.'. The article text describes the award and the lab's achievements. The left sidebar contains navigation menus for 'NEWS DER WOCHE', 'MARKTPLATZ', 'ÜBER UNS', 'BLOG', and 'DIRECTORY'. The right sidebar includes 'ZEITSCHRIFT', 'SPOTBOX', 'ACTIONTV', 'TOP 5 NEWS DER LETZTEN WOCHE', and 'FOTOGALERIE'.

BMW Guggenheim Lab ausgezeichnet

Zur „Trendmarke des Jahres“ gekührt

Das BMW Guggenheim Lab hat einen der begehrten "Kulturmarken-Awards 2012" gewonnen. Wie die Jury am gestrigen Abend verkündete, konnte sich das Projekt in der Kategorie "Trendmarke des Jahres" gegen das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing - Day of Song von Ruhr Tourismus durchsetzen.

Damit reiht sich dieser Preis in eine Reihe von Anerkennungen für das Projekt ein. Das BMW Guggenheim Lab wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Goldenen Bulle 2012 (Art Investor) in der Kategorie "Kunst und Kultur", mit einer Webby Award Nominierung für "Excellence on the Internet", einem International Design Communication Award in der Kategorie "Bestes Logo" und einer "CITATION" für Design Excellence der 2012 AIA New York State Design Awards Jury.

Die Ehrung der Preisträger fand am 25.10. im Rahmen der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt. Mehr als 500 Entscheidungsträger und Meinungsbilder aus Kultur, Wirtschaft, Politik und

causales

Medien kamen auch in diesem Jahr wieder auf der Festgala zusammen.

Das BMW Guggenheim Lab ist ein Gemeinschaftsprojekt der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Es ist in einer mobilen Konstruktion des Tokioter Architekturbüros Atelier Bow-Wow untergebracht und wurde im Sommer 2011 in New York erstmals präsentiert. Nach Berlin, der zweiten Station des ersten Zyklus, wird das BMW Guggenheim Lab von Dezember 2012 bis Januar 2013 nach Mumbai reisen.

Datum: 26.10.2012

Medium: persoenlich.com

Auflage: -

Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

26.10.2012 | 09:06
(87 Leser)

Schrift ändern:

☆☆☆☆
(0 Bewertungen)

news aktuell - Mehr Nachrichten von **news aktuell**

BMW Guggenheim Lab zum Preisträger des "Kulturmarken-Award 2012" gekürt (BILD)

Berlin (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Das BMW Guggenheim Lab hat einen der begehrten "Kulturmarken-Awards 2012" gewonnen. Wie die Jury am gestrigen Abend verkündete, konnte sich das Projekt in der Kategorie "Trendmarke des Jahres" gegen das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing - Day of Song der Ruhr Tourismus GmbH durchsetzen.

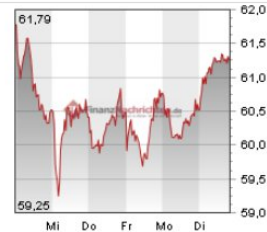
"Der immense Zuspruch für das BMW Guggenheim Lab freut uns ungemein. Neben zahlreichen internationalen Auszeichnungen bedeutet uns der Preis für die Trendmarke des Jahres 2012 viel, weil sich das Projekt in einer Expertenjury unabhängiger Kulturschaffender gegen eine starke Konkurrenz erfolgreich durchsetzen konnte", so Frank-Peter Arndt, Mitglied des Vorstands der BMW AG.

Damit reiht sich dieser Preis in eine Reihe von Anerkennungen für das Projekt ein. Das BMW Guggenheim Lab wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Goldenen Bulle 2012 (Art Investor) in der Kategorie "Kunst und Kultur", mit einer Webby Award Nominierung für "Excellence on the Internet", einem International Design Communication Award in der Kategorie "Bestes Logo" und einer "CITATION" für Design Excellence der 2012 AIA New York State Design Awards Jury.

Die Ehrung der Preisträger fand am 25.10. im Rahmen der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt. Mehr als 500 Entscheidungsträger und Meinungsbilder aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien kamen auch in diesem Jahr wieder auf der Festgala zusammen.

Das BMW Guggenheim Lab ist ein Gemeinschaftsprojekt der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Es ist in einer mobilen Konstruktion des Tokioter Architekturbüros Atelier Bow-Wow untergebracht und wurde im Sommer 2011 in New York erstmals präsentiert. Nach Berlin, der zweiten Station des ersten Zyklus, wird das BMW Guggenheim Lab von Dezember 2012 bis Januar

Aktien im Artikel



Aktie ▲ Kurs ▼ % ▼

BMW AG 61,24 +1,24 %

Meistgelesene News (24 h)

Leser	Aktuelle Nachrichten
2.291	Sandy LiveCam New York: The Big Sh...
1.895	Vergessen Sie Commerzbank
1.666	Commerzbank: Größte Vorsicht ist ge...
953	Nokia & Co ziehen mit "Killer-Hardwar...
856	Nokia will Lumia 920 noch diese Woc...

BMW Guggenheim Lab zum Preisträger des "Kulturmarken-Award 2012" gekürt (BILD)

Das BMW Guggenheim Lab hat einen der begehrten "Kulturmarken-Awards 2012" gewonnen. Wie die Jury am gestrigen Abend verkündete, konnte sich das Projekt in der Kategorie "Trendmarke des Jahres" gegen das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing - Day of Song der Ruhr Tourismus GmbH durchsetzen.

"Der immense Zuspruch für das BMW Guggenheim Lab freut uns ungemein. Neben zahlreichen internationalen Auszeichnungen bedeutet uns der Preis für die Trendmarke des Jahres 2012 viel, weil sich das Projekt in einer Expertenjury unabhängiger Kulturschaffender gegen eine starke Konkurrenz erfolgreich durchsetzen konnte", so Frank-Peter Arndt, Mitglied des Vorstands der BMW AG.

Damit reiht sich dieser Preis in eine Reihe von Anerkennungen für das Projekt ein. Das BMW Guggenheim Lab wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Goldenen Bulle 2012 (Art Investor) in der Kategorie "Kunst und Kultur", mit einer Webby Award Nominierung für "Excellence on the Internet",

causales

einem International Design Communication Award in der Kategorie "Bestes Logo" und einer "CITATION" für Design Excellence der 2012 AIA New York State Design Awards Jury.

Die Ehrung der Preisträger fand am 25.10. im Rahmen der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt. Mehr als 500 Entscheidungsträger und Meinungsbilder aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien kamen auch in diesem Jahr wieder auf der Festgala zusammen.

Das BMW Guggenheim Lab ist ein Gemeinschaftsprojekt der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Es ist in einer mobilen Konstruktion des Tokioter Architekturbüros Atelier Bow-Wow untergebracht und wurde im Sommer 2011 in New York erstmals präsentiert. Nach Berlin, der zweiten Station des ersten Zyklus, wird das BMW Guggenheim Lab von Dezember 2012 bis Januar 2013 nach Mumbai reisen.

Datum: 26.10.2012

Medium: finanznachrichten.de

Auflage: -

Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

Kultur-in-Bonn.de
Alle Termine. Alle Nachrichten. Alles Kultur

Kultur-in-Bonn.de Nachrichten Magazin Kalender Ticketshop Adressen Forum Service Kontakt Suche

Kultur-in-Bonn.de > Nachrichten > Beethovenfest als Kulturmarke des Jahres ausgezeichnet

Anzeige

Theater Kartenvorverkauf

Sichern Sie sich jetzt Tickets für viele Theaterstücke bei Eventim!

www.eventim.de

Google-Anzeigen

Kulturarbeit, Musik - 26. Oktober 2012 - Thomas Glahn

Beethovenfest als Kulturmarke des Jahres ausgezeichnet

Beim Kulturmarken-Award auf dem „KulturInvest“-Kongress in Berlin setzt sich das Festival hinsichtlich seiner Marketingziele durch.

Anzeige



Das Beethovenfest Bonn ist beim „KulturInvest“-Kongress in Berlin am Donnerstag zur Kulturmarke des Jahres 2012 gekürt worden. Das Festival setzte sich gegenüber dem internationalen Zentrum für den Tanz PACT Zollverein in Essen und der Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf durch.

Die Jury des Kulturmarken-Awards würdigte das Beethovenfest für seine „klare Positionierung, seine langfristigen Marketingziele, seine eindeutige Markenbotschaft und die zur Marke passende visuelle Markenerscheinung sowie seine Kommunikationsmaßnahmen“.



Tagestipps Freitag, 26.10.12

Heute keine Termine in dieser Kategorie >>

Alle Termine einer Veranstaltungsreihe:

Wählen Sie eine Veranstaltungsreihe

Kalenderübersicht >> Ticketshop >>

Anzeige



Kultur-in-Bonn.de auf Facebook

Kultur-in-Bonn.de auf Twitter

Kultur-in-Bonn.de als RSS-Feed

Nachrichten

Alle Nachrichten >>

Kulturarbeit, Musik - 26.10.12

Beethovenfest als Kulturmarke des Jahres ausgezeichnet

Beim Kulturmarken-Award auf dem „KulturInvest“-Kongress in Berlin setzt sich das Festival hinsichtlich seiner Marketingziele durch.



Ausstellung - 25.10.12

Zukunftsentwickler

Die GIZ zeigt im

Landesmuseum die

Ergebnisse des

Fotografenworkshops 2012.

Eine Woche lang hatten sechs

Fotografen Zeit in Addis Abeba,

um ein globales Thema künstlerisch umzusetzen.



Beethovenfest als Kulturmarke des Jahres ausgezeichnet

Beim Kulturmarken-Award auf dem „KulturInvest“-Kongress in Berlin setzt sich das Festival hinsichtlich seiner Marketingziele durch.

Das Beethovenfest Bonn ist beim „KulturInvest“-Kongress in Berlin am Donnerstag zur Kulturmarke des Jahres 2012 gekürt worden. Das Festival setzte sich gegenüber dem internationalen Zentrum für den Tanz PACT Zollverein in Essen und der Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf durch.

Die Jury des Kulturmarken-Awards würdigte das Beethovenfest für seine „klare Positionierung, seine langfristigen Marketingziele, seine eindeutige Markenbotschaft und die zur Marke passende visuelle Markenerscheinung sowie seine Kommunikationsmaßnahmen“.

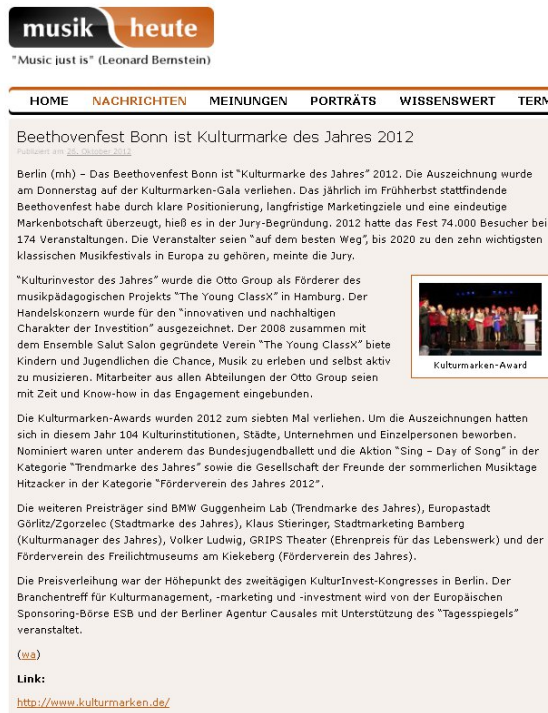
Ilona Schmiel, die Intendantin und Geschäftsführerin des Beethovenfestes, erklärte: „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung als Kulturmarke des Jahres. Damit werden unsere Bemühungen, seit 2004 die Marke Beethovenfest Bonn zu etablieren und im internationalen Musikmarkt zu verankern, anerkannt. Diese werden wir in einem Crescendo bis zu Beetho-

causales

<p>vens 250. Geburtstag im Jahr 2020 steigern.“</p> <p>Die Kulturmarken-Awards wurden zum siebten Mal vergeben. Aus 104 Bewerbungen - darunter über 20 in der Kategorie Kulturmarke des Jahres - wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien 19 Nominierte aus.</p> <p>Die Auszeichnungen werden für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum verliehen.</p>	
Datum: 26.10.2012	Medium: Kultur-in-Bonn.de
Auflage: -	Kontakt: 72.000 Visits pro Monat

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



The screenshot shows the 'musik heute' website header with the tagline 'Music just is' (Leonard Bernstein). The navigation menu includes HOME, NACHRICHTEN, MEINUNGEN, PORTRÄTS, WISSENSWERT, and TERMI. The main article title is 'Beethovenfest Bonn ist Kulturmarke des Jahres 2012'. The text describes the award ceremony on Thursday, highlighting the festival's clear positioning, long-term marketing goals, and unique brand message. It mentions that the festival attracted 74,000 visitors across 174 events, ranking it among the top 10 classical music festivals in Europe. The 'Kulturinvestor des Jahres' award was given to Otto Group for its support of the 'The Young ClassX' project in Hamburg. A small photo of the award ceremony is included with the caption 'Kulturmarken-Award'. The article also lists other award winners like BMW Guggenheim Lab and Europastadt Görlitz/Zgorzelec, and mentions the KulturInvest-Kongress in Berlin.

Beethovenfest Bonn ist Kulturmarke des Jahres 2012

Berlin (mh) – Das Beethovenfest Bonn ist “Kulturmarke des Jahres” 2012. Die Auszeichnung wurde am Donnerstag auf der Kulturmarken-Gala verliehen. Das jährlich im Frühherbst stattfindende Beethovenfest habe durch klare Positionierung, langfristige Marketingziele und eine eindeutige Markenbotschaft überzeugt, hieß es in der Jury-Begründung. 2012 hatte das Fest 74.000 Besucher bei 174 Veranstaltungen. Die Veranstalter seien “auf dem besten Weg”, bis 2020 zu den zehn wichtigsten klassischen Musikfestivals in Europa zu gehören, meinte die Jury.

“Kulturinvestor des Jahres” wurde die Otto Group als Förderer des musikpädagogischen Projekts “The Young ClassX” in Hamburg. Der Handelskonzern wurde für den “innovativen und nachhaltigen Charakter der Investition” ausgezeichnet. Der 2008 zusammen mit dem Ensemble Salut Salon gegründete Verein “The Young ClassX” biete Kindern und Jugendlichen die Chance, Musik zu erleben und selbst aktiv zu musizieren. Mitarbeiter aus allen Abteilungen der Otto Group seien mit Zeit und Know-how in das Engagement eingebunden.

Die Kulturmarken-Awards wurden 2012 zum siebten Mal verliehen. Um die Auszeichnungen hatten sich in diesem Jahr 104 Kulturinstitutionen, Städte, Unternehmen und Einzelpersonen beworben. Nominiert waren unter anderem das Bundesjugendballett und die Aktion “Sing – Day of Song” in der Kategorie “Trendmarke des Jahres” sowie die Gesellschaft der

causales

<p>Freunde der sommerlichen Musiktage Hitzacker in der Kategorie "Förderverein des Jahres 2012".</p> <p>Die weiteren Preisträger sind BMW Guggenheim Lab (Trendmarke des Jahres), Europastadt Görlitz/Zgorzelec (Stadtmarke des Jahres), Klaus Stieringer, Stadtmarketing Bamberg (Kulturmanager des Jahres), Volker Ludwig, GRIPS Theater (Ehrenpreis für das Lebenswerk) und der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg (Förderverein des Jahres).</p> <p>Die Preisverleihung war der Höhepunkt des zweitägigen KulturInvest-Kongresses in Berlin. Der Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment wird von der Europäischen Sponsoring-Börse ESB und der Berliner Agentur Causales mit Unterstützung des "Tagesspiegels" veranstaltet.</p>	
Datum: 26.10.2012	Medium: musik-heute.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

TheaterManagement aktuell



Überlegen Sie sich, wie Sie das Theater, den Kulturmarkt – oder die Kulturbranche, weiter vorantreiben

Volker Ludwig erhält Ehrenpreis für sein Lebenswerk als Kulturmanager

Publiziert am 26.08.2012 um 11:11 Uhr | Klassik-Fest



Bereits zum siebten Mal wurden gestern die Kulturmarken-Awards verliehen. 104 Kulturinstitutionen, Städte, Unternehmen und Einzelpersonen haben sich um die Auszeichnungen beworben.

Volker Ludwig, der Gründer und langjährige Leiter des Berliner Kinder- und Jugendtheaters GRIPS, erhält einen Ehrenpreis für sein Lebenswerk als Kulturmanager. Den Award als „Kulturmarke des Jahres 2012“ erhielt das Beethovenfest Bonn. Die Auszeichnung wurde gestern Abend auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 600 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien verliehen. Das Festival klassischer Musik findet im Frühherbst statt und hatte dieses Jahr 74.000 Besucher bei 174 Veranstaltungen. Im Jahr 2020 will das Beethovenfest zu den zehn wichtigsten Klassikfestivals Europas gehören. Die Bonner sind auf dem besten Weg dazu, meinte die Jury des Kulturmarken-Awards. Zur „Trendmarke des Jahres 2012“ wurde das BMW Guggenheim Lab gekürt. Den Titel „Stadtmarke des Jahres 2012“ errang die Europastadt Görlitz/Zgorzelec. Der Leiter des Bamberger Stadtmarketings, Klaus Stieringer, wurde „Kulturmanager des Jahres 2012“. „Kulturinvestor des Jahres 2012“ ist die Otto Group als Förderer des Hamburger musikpädagogischen Projekts „The Young ClassX“. „Förderverein des Jahres 2012“ ist der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg e.V. bei Hamburg.

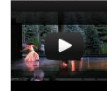


Die unabhängige Informationsplattform für Bühnen, Konzerte und Veranstaltungen
Suchen

theasoft
Software für Theater

T:B

editor's suggestion



Beethovenfest/Bonn - Die Gala



Volker Ludwig erhält Ehrenpreis für sein Lebenswerk als Kulturmanager

Bereits zum siebten Mal wurden gestern die Kulturmarken-Awards verliehen. 104 Kulturinstitutionen, Städte, Unternehmen und Einzelpersonen haben sich um die Auszeichnungen beworben.

Volker Ludwig, der Gründer und langjährige Leiter des Berliner Kinder- und Jugendtheaters GRIPS, erhält einen Ehrenpreis für sein Lebenswerk als Kulturmanager. Den Award als „Kulturmarke des Jahres 2012“ erhielt das Beethovenfest Bonn. Die Auszeichnung wurde gestern Abend auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 600 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien verliehen. Das Festival klassischer Musik findet im Frühherbst statt und hatte dieses Jahr 74.000 Besucher bei 174 Veranstaltungen. Im Jahr 2020 will das Beethovenfest zu den zehn wichtigsten Klassikfestivals Europas gehören. Die Bonner sind auf dem besten Weg dazu, meinte die Jury des Kulturmarken-Awards. Zur „Trendmarke des Jahres 2012“ wurde das BMW Guggenheim Lab gekürt. Den Titel „Stadtmarke des Jahres 2012“ errang die Europastadt Görlitz/Zgorzelec. Der Leiter des Bamberger Stadtmarketings, Klaus Stieringer, wurde „Kulturmanager des Jahres 2012“. „Kulturinvestor des Jahres 2012“ ist die Otto Group als Förderer des Hamburger musikpädagogischen Projekts „The Young ClassX“. „Förderverein des Jahres 2012“ ist der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg e.V. bei Hamburg.

causales

<p>Unterstützer sind die Deutsche Post DHL, "Der Tagesspiegel" und WELTKUNST. Die Veranstaltung ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet dieses Jahr am 25. und 26. Oktober 2012 im Verlagsgebäude von "Der Tagesspiegel" am Askanischen Platz statt. Schwerpunkte der Themenforen sind Kulturmanagement, -marketing, -sponsoring und -investment. Veranstalter des KulturInvest-Kongresses sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung von "Der Tagesspiegel". Infos unter: www.kulturmarken.de</p>	
Datum: 26.10.2012	Medium: Theatermanagement aktuell
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows a news article on the website inFranken.de. The article is titled "Klaus Stieringer ist Kulturmanager 2012" and is categorized under "Region // Bamberg". The author is Adrian Groedel, a news editor. The article text states that Klaus Stieringer, the City Manager of Bamberg, has been awarded the title of "Culture Manager of the Year 2012" by the German Association of City Managers. The article includes a photo of Klaus Stieringer and a small advertisement for a gold coin and a piggy bank.

Anzeigen Jobs Immobilien Auto An- & Verkauf Glückwünsche Trauer

fränkischer Tag **Rückbau** **Tageblatt** **Sante & Seilung** **DIE KITZINGER**

Infos **E-Paper** **Abo**

i inFranken PLUS **Anmelden**

i inFranken.de **Digitale Welten entdecken!**

Region · Überregional · Regionalsport · Community · Termine · Anzeigen · Abo & Service

Dossier: Dochäbuch · Abzug der US-Army · Landesgartenschau Bamberg · Sandkern in Bamberg

Nachrichtensuche · Gemeindefsuche

Region // Bamberg

Klaus Stieringer ist Kulturmanager 2012

Der Geschäftsführer des Stadtmarketing Bamberg ist zum "Kulturmanager des Jahres 2012" gewählt worden.

Archivfoto: Ronald Rinkler

BILDER **VOLLBILD**

1 / 6

Der Autor

ADRIAN GRODEL
Nachrichtenführer

alle Artikel
Redakteur kontaktieren

Zum Artikel

Schrift vergrößern / Schrift verkleinern

publiziert: Donnerstag, 25. Oktober 2012 16:32

aktualisiert: Freitag, 26. Oktober 2012 10:00

Bilder (6)

Kommentare (13)

Artikel versenden

Artikel drucken

Vorlesen lassen

Empfehlen <20

Twittern

1

Anzeige

Unser Angebot zum **Weltspartag.**

Sparkassenbrief **25%**

causales

ihm in Bamberg den Wind ins Gesicht blasen. Schon gar nicht, seit er sich beim "Kulturinvestkongress" des "Tagesspiegels" in Berlin mit Kollegen ausgetauscht und erfahren hat, dass er mit diesen Probleme nicht allein dasteht und sich auch andere damit herumschlagen müssen.

Er hat "Verständnis für die Kritik", schließlich befinde er sich mit seiner Arbeit in einem Spannungsfeld zwischen dem "Bedürfnis nach Ruhe und dem Bedürfnis nach guter Unterhaltung und der Aufgabe, eine Stadt lebendig zu erhalten".

Stieringer sagt von sich, er sei "bekanntermaßen nicht der bescheidendste Mensch". Trotzdem habe er sich neben den ebenfalls nominierten Kulturkoryphäen wie Joachim Blüher von der Villa Massimo, Volker Ludwig vom Grips Theater Berlin und Dorothea Kolland vom Kulturnetzwerk Neukölln als Außenseiter gesehen.

Heute um 13.30 Uhr wurde Stieringer bei einer großen Pressekonferenz am Anhalter Bahnhof in den Räumen des "Tagesspiegels" (der zusammen mit der "Zeit" und mehreren großen Kulturmagazinen alljährlich den "Kulturmanager" kürt) eines Besseren belehrt. Für die Entscheidung der Jury war ausschlaggebend, dass Stieringer hochwertige Kulturveranstaltungen für eine breite Öffentlichkeit veranstaltet, ohne kommunale Zuschüsse zu erhalten und ohne Eintrittsgelder von Zuschauern und Zuhörern zu verlangen.

Der Bamberger Citymanager sieht den ihm persönlich zugedachten Preis als Auszeichnung für die ganze Stadt und ihre Bürger. "Das ist auch für Bamberg was Tolles!" Und er freut sich über den "Rückenwind" aus Berlin für das Stadtmarketing-Team, in dem auch viel Arbeit ehrenamtlich erledigt werde, wie er betont.

Ohne Krawatte

Zur Gala im Tipi neben dem Kanzleramt in Berlin wird er im schwarzen Anzug, aber ohne Krawatte erscheinen ("ist nicht so mein Ding"). Begleitet wird er vom Bamberger Bundestagsabgeordneten Sebastian Körber (FDP), der ihn für die Auszeichnung vorgeschlagen hatte. Oberbürgermeister Andreas Starke (SPD) machte sich am Nachmittag auf den Weg nach Berlin, und auch die Eltern von Stieringer reisten an. Gefeiert wird mit 600 Gästen, darunter 300 Medienvertreter.

Die Auszeichnung "Kulturmanager des Jahres" ist zwar nicht mit einem Preisgeld dotiert. Der Preisträger wird jeweils aber in einer Anzeige in der "Zeit" vorgestellt werden. Außerdem erhält Stieringer die Möglichkeit, die Aktivität von Stadtmarketing Bamberg zu präsentieren.

Datum: 25.10.2012	Medium: inFranken.de
Auflage: -	Kontakt: 1,4 Mio. Visits pro Monat

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

fränkischerTag Rüdolfshau Tägelifall Saale Zeitung DIE KITZINGER inFranken PLUS Anmelden

inFranken.de

Region · Überregional · Regionalsport · Community · Termine · Anzeigen · Abo & Service

Dossier: Dochäbuch Abzug der US-Army Landesgartenschau Bamberg Sandkewa in Bamberg


Nachrichtensuche Gemeindesuche

Region // Bamberg

Dieser Artikel ist Teil unseres neuen Onlineangebotes inFrankenPLUS. Darunter finden Sie eigenrecherchierte Artikel unserer Redakteure. Diese exklusiven Inhalte sind künftig kostenpflichtig. Als täglicher Abonnent haben Sie nach der Erstanmeldung immer freien Zugriff auf diese Inhalte. Alle anderen Besucher von inFranken.de können die Inhalte während der Kennenlern-Phase noch bis Ende des Jahres kostenfrei lesen, danach attraktive Angebote nutzen, um Zugriff auf inFrankenPLUS zu erhalten.

"Das ist eine Anerkennung unserer Arbeit"

Am Donnerstagabend werden in Berlin zum siebten Mal die Kulturmarken-Awards 2012 vergeben. Einer der Nominierten ist der Bamberger Geschäftsführer von Stadtmarketing, Klaus Stieringer. Er wurde für die Auszeichnung als "Kulturmanager des Jahres" vorgeschlagen.



von HARALD RIEGER

Bei der feierlichen Gala in der Hauptstadt fällt die Entscheidung - 19 Nominierte, die im Vorfeld von einer Jury aus 104 Bewerbungen ausgewählt worden waren, dürfen sich berechnete Hoffnungen machen. Hoffnung auf einen

Der Autor: HARALD RIEGER, freier Mitarbeiter. alle Artikel, Redakteur kontaktieren.

Zum Artikel: Schrift vergrößern / Schrift verkleinern, publiziert: Mittwoch, 24. Oktober 2012 10:48, aktualisiert: Mittwoch, 24. Oktober 2012 18:03, Kommentare (4), Artikel versenden, Artikel drucken, Vorlesen lassen.

Empfehlen 48, Twittern, +1 0

Anzeige: Unser Angebot zum Weltspartag. Sparkassenbrief.

"Das ist eine Anerkennung unserer Arbeit"

Am Donnerstagabend werden in Berlin zum siebten Mal die Kulturmarken-Awards 2012 vergeben. Einer der Nominierten ist der Bamberger Geschäftsführer von Stadtmarketing, Klaus Stieringer. Er wurde für die Auszeichnung als "Kulturmanager des Jahres" vorgeschlagen. Bei der feierlichen Gala in der Hauptstadt fällt die Entscheidung - 19 Nominierte, die im Vorfeld von einer Jury aus 104 Bewerbungen ausgewählt worden waren, dürfen sich berechnete Hoffnungen machen. Hoffnung auf einen prestigeträchtigen Preis: Die Kulturmarken-Awards werden für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum verliehen. Einer der Nominierten ist Bambergs Citymanager Klaus Stieringer.

Worin liegt ihrer Meinung nach die Bedeutung des Titels und welche Chancen rechnen Sie

causales

sich aus?

Klaus Stieringer: Zunächst einmal freue ich mich natürlich über die Nominierung. Der Kulturmarken Award gilt als eine der wichtigsten Auszeichnungen in der deutschen Kulturlandschaft. Wenn man von einer Jury mit so herausragenden Persönlichkeiten wie Katharina Wagner oder Stephan-Andreas Casdorff vorgeschlagen wird, empfinde ich dies als Anerkennung unserer Arbeit in den letzten zehn Jahren in Bamberg. Ich freue mich auf den Abend mit vielen Kollegen und Freunden am Kanzleramt.

Wie kommt es, dass man in Berlin Ihre Arbeit wohlwollend registriert und in Bamberg viele Bürger schlichtweg über zu viele Veranstaltungen klagen und auch Kritik an Ihrer Person üben?

Das Stadtmarketing Bamberg wurde vor 15 Jahren durch die Werbegemeinschaft, die Stadt und den Stadtrat ins Leben gerufen, um durch frequenzsteigernde Maßnahmen sowie attraktive Serviceaktionen die Vitalität und die Wettbewerbsfähigkeit der Innenstadt zu steigern. Das Team vom Stadtmarketing steht dabei immer im Spannungsfeld zwischen dem Anspruch auf eine lebendige und vitale Innenstadt und dem gleichzeitigen Schutz- und Ruhebedürfnis der Anwohner. Die Nominierung zum Kulturmanager und die Auszeichnung mit dem Stadtmarketingpreis 2012 ist für das ganze Team Motivation und Verpflichtung zugleich. Ob das Stadtmarketing mit einem neuen Geschäftsführer besser aufgestellt ist, entscheiden die Mitglieder und der Vorstand.

Wie sehen Sie Ihre Chancen in Berlin?

Gemeinsam mit mir wurden Joachim Blüher (Villa Massimo), Volker Ludwig (Grips Theater Berlin) und Dorothea Kolland (Kulturnetzwerk Neukölln) für den Kulturmanager-Preis nominiert. Sie alle leisten eine herausragende Arbeit. Jeder einzelne von ihnen hat sich mit seinem persönlichen Engagement nachhaltig für den Kulturstandort Deutschland verdient gemacht. Insoweit habe ich bei der anstehenden Wahl sicher nur eine Außenseiterchance. Ich fahre nicht nach Berlin, um zu gewinnen, sondern weil viele Menschen in Bamberg in den letzten 15 Jahren hervorragende Arbeit geleistet haben. Wenn die Bamberger Veranstaltungen jetzt auch national in Berlin ausgezeichnet werden, dürfen meines Erachtens auch alle Bamberger etwas stolz auf ihre Stadt sein.

Warum sind Veranstaltungen, wie sie vom Stadtmarketing durchgeführt werden, für Bamberg so wichtig?

Eine lebendige, weltoffene und innovative Stadt wie Bamberg ist kaum vorstellbar ohne die vielfältigen Impulse, die sie durch Kunst und Kultur erhält. Es gibt Städte, die sind steingewordene Langweile, mit austauschbarer Architektur, gleichförmigen Einkaufspassagen und Allerweltskultur. Die Weltkulturstadt Bamberg ist für mich ein Gesamtkunstwerk. Die Bamberger Symphoniker, das E.T.A. Hoffmann-Theater, das Internationale Künstlerhaus Villa Concordia, eine Vielzahl an Galerien und Museen, die Bier- und Sportkultur mit den erfolgreichen Brose Baskets - das alles gehört für mich genauso zu diesem Mosaik wie unsere eintrittsfreien Kulturveranstaltungen, das Blues- und Jazzfestival, das Weinfest oder ‚Bamberg Zaubert‘.

Aber mal ehrlich: Brauchen wir wirklich ein Weinfest? Oder ein Bierfest, das gerade bei den Bambergern sicherlich nicht allzu viele Freunde gefunden hatte?

causales

Zugegeben. Wein und Bamberg klingt zunächst wie ein Widerspruch, verbindet man doch zunächst eher die jahrhundertealte Tradition der Bierbrauer und heimischen Brauereien mit der Domstadt. Dass das Weltkulturerbe Bamberg aber auch eine entsprechende Weinbautradition besitzt, ist leider den wenigsten bekannt. Seit einem Jahr ist diese Weinbautradition in Bamberg wieder mit einem eigenen Wein lebendig geworden. Diese Lebendigkeit spiegelt sich auch in dem Bamberger Weinfest wieder. Steigende Besucherzahlen zeigen deutlich, dass es auch in der Bierstadt Bamberg viele Weinliebhaber gibt.

Eine Medaille hat immer zwei Seiten. Wo stünde ihrer Meinung nach Bamberg heute ohne seine Veranstaltungen?

Damit wir uns in einer Stadt wohlfühlen, brauchen wir insbesondere Gegensätze. Eine Stadt braucht also Viertel, in denen es vor Energie vibriert, genauso wie gemütliche Ecken und Parks, besonders gepflegte bürgerliche Teile, aber auch eine alternative Szene. Städte leben auch vom Angebot unterschiedlicher Kulturprogramme. Die internationale Hochkultur ist dabei genauso wichtig wie ein ausreichendes Angebot an Subkultur und vielfältigen öffentlichen Kulturveranstaltungen. Bamberg hat sich über Jahrzehnte hinweg einen herausragenden Ruf als Kunst- und Kulturstadt erarbeitet.

Das oftmals ehrenamtliche Engagement vieler Künstler außerhalb unserer kulturellen Leuchtturmprojekte ist für mich das eigentliche Herz unserer Kulturstadt. Auch unsere Veranstaltungen tragen dazu bei, den Weltruf Bambergs als Kulturhauptstadt zu stärken. Wenn wir an insgesamt 18 Tagen im Jahr die Innenstadt als Bühne inszenieren, können alle Menschen, unabhängig von ihren finanziellen Möglichkeiten, an dem attraktiven Angebot hochwertiger Kulturveranstaltungen partizipieren. Kultur verbindet und eröffnet somit auch neue Wege des Miteinanders. Was kann es schöneres und kommunikativeres geben, als einen gemeinsamen Sommerabend in der Bamberger Innenstadt beim Blues- und Jazzfestival?

[...]

Datum: 24.10.2012	Medium: inFranken.de
Auflage: -	Kontakt: 1,4 Mio. Visits pro Monat

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



The screenshot shows the website interface for PrestigeCars.de. At the top, there is a navigation bar with the site logo, a 'GO' button, and menu items: AUTOMOBILE, LUXUS, MENSCHEN, VIDEOS, and INDUSTRIE. Below the navigation bar, a breadcrumb trail reads: 'Navigation: prestigecars.de / Artikel: Beethovenfest Bonn ist "Kulturmarke des Jahres 2012" / Kulturmarken-Awards am 25. Oktober in Berlin verliehen'. The main article title is 'Beethovenfest Bonn ist "Kulturmarke des Jahres 2012" / Kulturmarken-Awards am 25. Oktober in Berlin verliehen'. Below the title, there are tags: 'VON NEWS AKTUELL', 'AM 25. OKTOBER - 2012', and 'NEWS ALERT ABO'. The article text begins with 'Berlin (ots) – Das Beethovenfest Bonn ist Kulturmarke des Jahres 2012. Die Auszeichnung wird heute Abend auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien verliehen. Das Festival klassischer Musik findet im Frühherbst statt und hatte dieses Jahr 74.000 Besucher bei 174 Veranstaltungen. Im Jahr 2020 will das Beethovenfest zu den zehn wichtigsten Klassikfestivals Europas gehören. Die Bonner sind auf dem besten Weg dazu, meinte die Jury des Kulturmarken-Awards. In ihrer Begründung schreibt sie: "Das Internationale Beethovenfest Bonn hat durch seine klare Positionierung, seine langfristigen Marketingziele, seine eindeutige Markenbotschaft und die zur Marke passende visuelle Markenerscheinung sowie seine Kommunikationsmaßnahmen, die aus der profunden Bewerbung sehr gut hervorgingen, überzeugt"'. Below the text, there are two images: a magazine cover for 'Prestige Cars & Luxury' featuring a silver Pagani Zonda F Roadster Clubsport, and a smaller image of an orange sports car with the year '2012' below it.

Berlin (ots) – Das Beethovenfest Bonn ist Kulturmarke des Jahres 2012. Die Auszeichnung wird heute Abend auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien verliehen. Das Festival klassischer Musik findet im Frühherbst statt und hatte dieses Jahr 74.000 Besucher bei 174 Veranstaltungen. Im Jahr 2020 will das Beethovenfest zu den zehn wichtigsten Klassikfestivals Europas gehören. Die Bonner sind auf dem besten Weg dazu, meinte die Jury des Kulturmarken-Awards. In ihrer Begründung schreibt sie: "Das Internationale Beethovenfest Bonn hat durch seine klare Positionierung, seine langfristigen Marketingziele, seine eindeutige Markenbotschaft und die zur Marke passende visuelle Markenerscheinung sowie seine Kommunikationsmaßnahmen, die aus der profunden Bewerbung sehr gut hervorgingen, überzeugt"

Zur "Trendmarke des Jahres 2012" wurde das BMW Guggenheim Lab gekürt. Den Titel "Stadtmarke des Jahres 2012" errang die Europastadt Görlitz/Zgorzelec. Der Leiter des Bam-

causales

berger Stadtmarketings, Klaus Stieringer, wurde "Kulturmanager des Jahres 2012". Volker Ludwig, der Gründer und langjährige Leiter des Berliner Kinder- und Jugendtheaters GRIPS, erhält einen Ehrenpreis für sein Lebenswerk als Kulturmanager. "Kulturinvestor des Jahres 2012" ist die Otto Group als Förderer des Hamburger musikpädagogischen Projekts "The Young ClassX". "Förderverein des Jahres 2012" ist der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg e.V. bei Hamburg.

Die Kulturmarken-Awards werden 2012 schon zum siebten Mal verliehen. Um die Auszeichnungen haben sich 104 Kulturinstitutionen, Städte, Unternehmen und Einzelpersonen beworben. Unterstützer sind die Deutsche Post DHL, "Der Tagesspiegel" und WELTKUNST. Die Veranstaltung ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet dieses Jahr am 25. und 26. Oktober 2012 im Verlagsgebäude von "Der Tagesspiegel" am Askanischen Platz statt. Schwerpunkte der Themenforen sind Kulturmanagement, -marketing, -sponsoring und -investment. Veranstalter des KulturInvest-Kongresses sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung von "Der Tagesspiegel".

Datum: 25.10.2012	Medium: prestigecars.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

32 Die MT gratuliert ihrem Partner

**GRIMMHEIMAT NOMINIERT FÜR
"STADTMARKE DES JAHRES"**

Die MT Melsungen, Partner der GrimmHeimat NordHessen, ist auf diese erfolgreiche Kooperation jetzt noch etwas stolzer als bisher. Denn der Dachmarke der Region steht in Kürze eine besondere Würdigung bevor, zu der die MT Bundesliga-Handball schon jetzt herzlich gratuliert.

der Region sowie von Produkten und Dienstleistungen. Insbesondere die zahlreichen Partnerschaften und erfolgreichen Projekte mit Wirtschaftsunternehmen aus der Region haben zum Erfolg beigetragen.



GrimmHeimat NordHessen (v.l.): Dr. Walter Lübbcke (Regierungspräsident), Pierre Schlosser (GrimmHeimat NordHessen), Günther Koseck (Etablierungsbeirat GrimmHeimat NordHessen), Holger Schach (Geschäftsführer Regionalmanagement)

Im Rahmen des Kulturmarken-Awards, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmarketing im deutschsprachigen Raum, wurde die GrimmHeimat NordHessen als „Stadtmarke des Jahres 2012“ nominiert! Dabei überzeugte sie bereits in der Vorauswahl, als sie sich unter anderem gegen Bayreuth, Dresden und Bonn durchsetzte. Damit gehört die GrimmHeimat NordHessen zu den Nominierten, die von einer bundesweiten Experten-Jury aus 104 Bewerbern ausgewählt worden sind.

Die Kulturmarken-Awards werden in sechs Kategorien vergeben, nämlich für die führenden Marketingstrategen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

„Diese Nominierung spiegelt die großartige Entwicklung unserer Region wider und zeigt, dass die Markenstrategie GrimmHeimat NordHessen aufgeht“, freut sich Regierungspräsident Dr. Walter Lübbcke.

Hintergrund
Die Marke GrimmHeimat NordHessen wurde im Jahr 2009 als Ergebnis der IHK-Initiative UNESCO-Welterbe eingeführt. Sie bildet das Dach, unter dem die fünf nordhessischen Landkreise mit ihren Städten und Gemeinden sowie die kreisfreie Stadt Kassel zusammenarbeiten und dient der Vermarktung

Weitere Informationen
www.kulturmarken.de/kulturmarken-award sowie unter www.grimmheimat-nordhessen.de.

MT-Tickets im Shop der GrimmHeimat
Wer sich schon mal in der Kasseler Königs-Galerie Eintrittskarten zu den Bundesligaspielen der MT besorgt hat, dem wird die Verbindung zur GrimmHeimat nicht entgangen sein. Denn der Ticket- und Fanartikelverkauf findet statt in deren Shop „Regionale Geschenke“, auf der oberen Galerieebene.



MT gratuliert der GrimmHeimat NordHessen

Die MT Melsungen, Partner der GrimmHeimat NordHessen, ist auf diese erfolgreiche Kooperation jetzt noch etwas stolzer als bisher. Denn der Dachmarke der Region steht in Kürze eine besondere Würdigung bevor, zu der die MT Bundesliga-Handball schon jetzt herzlich gratuliert.

Im Rahmen des Kulturmarken-Awards, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmarketing im deutschsprachigen Raum, wurde die GrimmHeimat NordHessen als „Stadtmarke des Jahres 2012“ nominiert! Dabei überzeugte sie bereits in der Vorauswahl, als sie sich unter anderem gegen Bayreuth, Dresden und Bonn durchsetzte. Damit gehört die GrimmHeimat NordHessen zu den Nominierten, die von einer bundesweiten Experten-Jury aus 104 Bewerbern ausgewählt worden sind.

Die Kulturmarken-Awards werden in sechs Kategorien vergeben, nämlich für die führenden Marketingstrategen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur, für die kreativsten Investitions-

causales

formen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

“Diese Nominierung spiegelt die großartige Entwicklung unserer Region wider und zeigt, dass die Markenstrategie GrimmHeimat NordHessen aufgeht“, freut sich Regierungspräsident Dr. Walter Lübcke.

Hintergrund

Die Marke GrimmHeimat NordHessen wurde im Jahr 2009 als Ergebnis der IHK-Initiative UNESCO-Welterbe eingeführt. Sie bildet das Dach, unter dem die fünf nordhessischen Landkreise mit ihren Städten und Gemeinden sowie die kreisfreie Stadt Kassel zusammenarbeiten und dient der Vermarktung der Region sowie von Produkten und Dienstleistungen. Insbesondere die zahlreichen Partnerschaften und erfolgreichen Projekte mit Wirtschaftsunternehmen aus der Region haben zum Erfolg beigetragen.

Datum: 30.09.2012	Medium: Hallenmagazin MT Melsungen
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows the website of Tourismus NRW. At the top, there is a navigation bar with links for NEWS, MASTERPLAN, MARKTFORSCHUNG, PRODUKTMANAGEMENT, TERMINE, and REGISTRIEREN. The main content area features a large image of a dinner event. To the left, there are navigation menus for NEWS 2012, NEWS 2011, and NEWS 2010. To the right, there is a 'MEISTGELESENE ARTIKEL' section with five articles listed. The main article is titled 'KULTURMARKEN-AWARD: 5 NOMINIERUNGEN GEHEN NACH NRW' and includes a shortlist of nominees.

NEWS 2012

1. Quartal
2. Quartal
3. Quartal
4. Quartal

Alle News

NEWS 2011

1. Quartal
2. Quartal
3. Quartal
4. Quartal

Alle News

NEWS 2010

1. Quartal
2. Quartal
3. Quartal
4. Quartal

Alle News

25.09.2012
KULTURMARKEN-AWARD: 5 NOMINIERUNGEN GEHEN NACH NRW [zurück zur Übersicht](#)

MEISTGELESENE ARTIKEL

1. Internationale Kölner Reisesmesse wird zur "Reisesmesse unter den Sternen"
Bereich: News : 317 Leser
[Jetzt lesen](#)
2. So schmeckt NRW: Genussportal und Bierroute live geschaltet
Bereich: News : 246 Leser
[Jetzt lesen](#)
3. Lufthansa City Center erhalten Siegel für Servicequalität
Bereich: News : 199 Leser
[Jetzt lesen](#)
4. Projekt "Tourismusperspektiven im Ländlichen Raum" stellt erste Ergebnisse vor
Bereich: News : 118 Leser
[Jetzt lesen](#)
5. "Unser Dorf hat Zukunft": Fünf Landesieger gekürt
Bereich: News : 99 Leser
[Jetzt lesen](#)

KULTURMARKEN-AWARD: 5 NOMINIERUNGEN GEHEN NACH NRW

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2012 steht fest: Aus 104 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien 19 Nominierte aus, 5 davon stammen aus Nordrhein-Westfalen. Die Kulturmarken-Awards werden für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum verliehen.

Für den Preis "Kulturmarke des Jahres" kommen neben dem Beethovenfest Bonn das internationale Zentrum für den Tanz PACT Zollverein in Essen und die Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf in die engere Wahl.

Kulturmarken-Award: 5 Nominierungen gehen nach NRW

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2012 steht fest: Aus 104 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien 19 Nominierte aus, 5 davon stammen aus Nordrhein-Westfalen. Die Kulturmarken-Awards werden für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum verliehen.

Für den Preis "Kulturmarke des Jahres" kommen neben dem Beethovenfest Bonn das internationale Zentrum für den Tanz PACT Zollverein in Essen und die Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf in die engere Wahl.

In der Kategorie "Trendmarke des Jahres" ist das Projekt "!Sing Day of Song" der Ruhr Tourismus GmbH Anwärter auf den Preis. Das Gesangsfestival brachte am ersten Juniwochenende insgesamt 1.545 Gruppen mit 50.914 Sängern auf die Bühnen des Ruhrgebiets und hat ca. 250.000 Menschen zum Mitsingen motiviert.

Nominiert für den Preis "Kulturinvestor des Jahres" ist mit der E.ON AG eines der weltweit größten privaten Strom- und Gasunternehmen mit Sitz in Düsseldorf. Corporate Social Responsibility ist fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Schwerpunkte liegen

causales

<p>dabei auf der regionalen Projektförderung sowie der Kunst - und Nachwuchsförderung.</p> <p>Die Preisträger werden zusammen mit den Gewinnern in den weiteren Sparten am 25. Oktober auf der Kulturmarken-Gala in Berlin bekannt gegeben. Die Kulturmarken-Awards werden 2012 bereits zum siebten Mal vergeben. Auf der Gala treffen sich auch dieses Jahr mehr als 500 Entscheidungsträger und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien zur feierlichen Preisverleihung im Tipi am Kanzleramt.</p>	
Datum: 25.09.2012	Medium: touristiker-nrw.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



DEUTSCHLAND today

Ihre Region
ÄNDERN

Startseite Regionen Forum Blog MEIN Today Marktplatz

ÜBERSICHT | NACHRICHTEN | PANORAMA | POLITIK | SPORT | WIRTSCHAFT | BILDER | VIDEOS | VERANSTALTUNGEN

» Regionen » Panorama » GrimmHeimat NordHessen als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert

Bronze ist sicher - Regionale Dachmarke überzeugt bei Vorauswahl

GrimmHeimat NordHessen als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert

Bewerten Sie diesen Artikel
★★★★★
0,0 (0 Stimmen)

Möchten Sie diesen Artikel
Versenden Drucken

Weiterführende Links zum Thema

- Tourismus in Nordhessen boomt
- Europäisches Märchen- und Sagenfest 2011
- Neues Online-Adventskalender Gewinnspiel auf www.nordhessen.de

© Foto: privat

Nordhessen/Berlin (hak) - GrimmHeimat NordHessen ist als „Stadtmarke des Jahres 2012“ im Rahmen des Kulturmarken-Awards nominiert worden. Die regionale Dachmarke gehört damit zu den Nominierten, die von einer bundesweiten Experten-Jury aus 104 Bewerbern ausgewählt worden sind. Die Kulturmarken-Awards werden in sechs Kategorien vergeben. Im Rennen für den Award als „Stadtmarke des Jahres“ hat sich GrimmHeimat NordHessen unter anderem gegen Bayreuth, Dresden und Bonn durchgesetzt. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die führenden Marketingstrategen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im

GrimmHeimat NordHessen als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert

Nordhessen/Berlin (hak) - GrimmHeimat NordHessen ist als „Stadtmarke des Jahres 2012“ im Rahmen des Kulturmarken-Awards nominiert worden. Die regionale Dachmarke gehört damit zu den Nominierten, die von einer bundesweiten Experten-Jury aus 104 Bewerbern ausgewählt worden sind.

Die Kulturmarken-Awards werden in sechs Kategorien vergeben. Im Rennen für den Award als „Stadtmarke des Jahres“ hat sich GrimmHeimat NordHessen unter anderem gegen Bayreuth, Dresden und Bonn durchgesetzt. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die führenden Marketingstrategen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

„Diese Nominierung spiegelt die großartige Entwicklung unserer Region wider und zeigt, dass die Markenstrategie GrimmHeimat NordHessen aufgeht“, freut sich Regierungspräsident Dr. Walter Lübcke. Die Marke GrimmHeimat NordHessen wurde im Jahr 2009 als Ergebnis der IHK-Initiative UNESCO-Welterbe eingeführt. Sie bildet das Dach, unter dem die fünf nordhessischen Landkreise mit ihren Städten und Gemeinden sowie die kreisfreie Stadt Kassel zusammenarbeiten und dient der Vermarktung der

causales

Region sowie von Produkten und Dienstleistungen. Insbesondere die zahlreichen Partnerschaften und erfolgreichen Projekte mit Wirtschaftsunternehmen aus der Region haben zum Erfolg beigetragen.	
Datum: 20.09.2012	Medium: Deutschlandtoday.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

Museum Kunstpalast, Beethovenfest oder PACT Zollverein – wer wird Kulturmarke 2012?

Preschmitan 14. September 2012 09:41:04 Foto

Expertenjury nominiert 19 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2012



Juryfoto (vlnr): Winfried Hanuschik ([crescendo](#)), Anina Schickler ([Causales](#)), Henry C. Brinker ([brinkermidia](#)), Prof. Manfred Harnischfeger (ehemaliger Kommunikationschef der [Deutschen Post DHL](#)), Pedro Muñoz ([Deutsche Post DHL](#)), Dorothee Gräfin von Posadowsky ([E.ON AG](#)), Dr. Stephan N. Barthelmeß ([Stiftung Preußischer Kulturbesitz](#)), Dirk Schütz ([Kulturmanagement Network](#)), Jürgen Preiß ([TheaterManagement aktuell](#)), Jürgen Bachmann ([Wohlr!](#)), Katharina Langsch ([IGA Berlin 2012](#)), Lorenz Föllmann ([Europa-Universität Viadrina Frankfurt \(Oder\)](#)), Anne Tischer ([Causales](#)), Roland Bischof ([FASPO](#)), Dr. Gabriele Landwehr ([Goethe-Institut e.V.](#)), Dr. Marion Eleß ([Stiftung Deutsche Klassenlotterie Berlin](#)), Julia Warnecke ([Causales](#)), Konrad Fochhammer ([Verhältnis & Partner GmbH](#)), Dr. Stephan Muschick ([RWE Stiftung](#)), Gabriel Mühlhölzer ([Causales](#)), Christoph Lang (PR-Berater), Eva Nieuweboer ([Causales](#), Initiatorin des Kulturmarken-Awards), Johannes Drastik ([Die DRAUSSENWERBER GmbH](#)), Juryvorsitzender Prof. Dr. Oliver Scheytt ([Präsident Kulturpolitische Gesellschaft e.V.](#)), Kristin Just ([Causales](#)), Alexander Branczyk ([xplicit](#)), Christoph Amend (ZEITmagazin, [WELTKUNST](#)) und Hans-Conrad Walter ([Causales](#), Initiator des Kulturmarken-Awards)

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2012 steht. Aus 104 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien gestern 19 Nominierte aus. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

Museum Kunstpalast, Beethovenfest oder PACT Zollverein – wer wird Kulturmarke 2012?

Expertenjury nominiert 19 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2012

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2012 steht. Aus 104 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien gestern 19 Nominierte aus. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

Und hier die Entscheidungen der Jury:

Für den Preis „**Kulturmarke des Jahres**“ kommen das Internationale Beethovenfest Bonn, das internationale Zentrum für den Tanz PACT Zollverein in Essen und die Stiftung Museum Kunstpalast in Düsseldorf in die engere Wahl.

Chancen auf die „**Trendmarke des Jahres**“ haben das BMW Guggenheim Lab, das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing – Day of Song der Ruhr Tourismus GmbH.

Für die Auszeichnung als „**Kulturmanager des Jahres**“ hat die Jury den Leiter der Villa Massimo in Rom, Dr. Joachim Blüher, die ehemalige Leiterin des Kulturamts Berlin-Neukölln, Dr. Dorothea Kolland, den Leiter des Bamberger Stadtmarketings, Klaus Stieringer und den

causales

<p>Gründer und Geschäftsführer des Grips-Theaters, Volker Ludwig, ausgewählt. Im Rennen für den Award als „Stadtmarke des Jahres“ sind die Europastadt Görlitz / Zgorzelec, das Stadtmarketing Halle (Saale) und das Regionalmanagement Nordhessen. In der Kategorie „Kulturinvestor des Jahres“ wurden die A1 Telekom Austria, die E.ON AG und die Otto Group nominiert. Für die Auszeichnung „Förderverein des Jahres“ kommen in Betracht: der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg südlich von Hamburg, die Gesellschaft der Freunde der Sommerlichen Musiktage Hitzacker e.V. und die NThusiasten – Junge Freunde des Nationaltheater Mannheim.</p> <p>Die Kulturmarken-Awards werden 2012 bereits zum siebten Mal vergeben. Auf der Gala treffen sich auch dieses Jahr mehr als 500 Entscheidungsträger und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien zur feierlichen Preisverleihung im TIPI am Kanzleramt. Unterstützer sind die Deutsche Post DHL, Der Tagesspiegel und WELTKUNST. Die Veranstaltung ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet dieses Jahr am 25. und 26. Oktober 2012 in den Verlagsräumen des Tagesspiegel am Askanischen Platz statt. Weitere Informationen: http://www.kulturmarken.de/kulturmarken-award</p>	
Datum: 14.09.2012	Medium: Theatermanagement aktuell
Auflage: -	Kontakt: -

causales

<p>Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH</p> <p>Kulturmarken-Award 2012</p>	
<p>Datum: 25.07.2012</p>	<p>Medium: zaw.de</p>
<p>Auflage: -</p>	<p>Kontakt: -</p>

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

bcsd Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.



HOME | KONTAKT | SITEMAP | IMPRESSUM

Sie befinden sich hier: Home > Homepage

AKTUELL

- > News
- > Terminkalender

LEISTUNGSANGEBOT

- > Beratung und Vorträge
- > Jobbörse/Ausschreibungen

VERANSTALTUNGEN

- > ERFA-Tagung
- > ERFA-Archiv
- > Seminare
- > Seminar-Archiv

WISSENSWERTES

- > Projekt-Pool
- > Dokumente
- > Positionspapiere
- > Arbeitshilfen
- > Umfragen
- > Newsletter-Archiv

VERBAND

- > Aufgaben und Ziele
- > Vorstand


Herzlich willkommen auf der Homepage der bcsd

**Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V. – Stadt ist Leben**

**„Stadtmarke des Jahres“: 30 Prozent Rabatt für
bcsd-Mitglieder**

Das kulturelle Potenzial von Städten und Regionen spielt im Kontext der touristischen Vermarktung eine immer stärker werdende Rolle. Auf diese Entwicklung reagiert der Kulturmarken-Award der Berliner Agentur Causales und zeichnet seit 2010 die besten Vermarktungsaktivitäten in der Kategorie „Stadtmarke des Jahres“ aus. Städte, Gemeinden und Stadtmarketing- bzw. Tourismusorganisationen können sich noch **bis zum 15. August 2012** um die begehrte Auszeichnung bewerben. Mitglieder der bcsd erhalten auf ihre Wettbewerbsteilnahme **exklusiv einen Rabatt von 30 Prozent**. Die Ausschreibung finden Sie [hier](#).

18.07.2012



Login

Benutzer

Passwort

> Passwort vergessen?

Newsletter

Ihre E-Mail

Anmelden
 Abmelden

bcsd - Profil

Das bcsd-Profil als PDF-Dokument zum Download.

[\[Download \]](#)

Jetzt Mitglied werden

Bei Interesse an einer Mitgliedschaft senden Sie uns einfach den ausgefüllten Aufnahmeantrag zu.

„Stadtmarke des Jahres“: 30 Prozent Rabatt für bcsd-Mitglieder

Das kulturelle Potenzial von Städten und Regionen spielt im Kontext der touristischen Vermarktung eine immer stärker werdende Rolle. Auf diese Entwicklung reagiert der Kulturmarken-Award der Berliner Agentur Causales und zeichnet seit 2010 die besten Vermarktungsaktivitäten in der Kategorie „Stadtmarke des Jahres“ aus. Städte, Gemeinden und Stadtmarketing- bzw. Tourismusorganisationen können sich noch bis zum 15. August 2012 um die begehrte Auszeichnung bewerben. Mitglieder der bcsd erhalten auf ihre Wettbewerbsteilnahme exklusiv einen Rabatt von 30 Prozent. Die Ausschreibung finden Sie hier.

Datum: 18.07.2012	Medium: bcsd.de
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Kulturmarken-Award 2012 - Oliver Scheytt ist Vorsitzender der Jury

Der Kulturmarken-Award ist die wichtigste Auszeichnung für KulturmanagerInnen und KulturinvestorInnen im deutschsprachigen Raum, die im April zum siebten Mal ausgeschrieben wurde.

Bis zum 15. August 2012 können sich Unternehmen, Städte, KulturmanagerInnen und Kultureinrichtungen um eine der Auszeichnungen in insgesamt sechs Kategorien bewerben.

KuPoGe-Präsident, Oliver Scheytt, ist der Vorsitzende der Jury. Bewerbungen sowie weitere Informationen sind hier zu finden.

Datum: 14.05.2012	Medium: gfdk.de
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows the website 'Exzellenz NRW' with a news article titled 'Kulturmarken-Award 2012 – Bewerbungsphase gestartet'. The article text reads: 'Der Kulturmarken-Award findet in diesem Jahr in siebter Ausgabe statt und prämiiert als wichtigster Wettbewerb für Kulturmanagement erneut die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultureinrichtungen. Bis zum 15. August 2012 können öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter (Kulturinstitutionen und -projekte), Wirtschaftsunternehmen, Medienunternehmen und Verlage, Tourismusgesellschaften, Stiftungen, Agenturen, Fördervereine und Privatpersonen ihre Bewerbungen einreichen. Unabhängig von Unternehmensgröße oder dem zur Verfügung stehenden Marketingbudget, wählt eine Jury am 13. September 2012 unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V., je drei Nominierende in den sechs Kategorien Kulturmarke, Stadtmarke, Trendmarke, Kulturinvestor, Kulturmanager und Förderverein. Verliehen werden die Awards am 25. Oktober 2012 in Berlin. → Mehr Information Quelle: CREATIVE.NRW'.

Kulturmarken-Award 2012 – Bewerbungsphase gestartet

Der Kulturmarken-Award findet in diesem Jahr in siebter Ausgabe statt und prämiiert als wichtigster Wettbewerb für Kulturmanagement erneut die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultureinrichtungen.

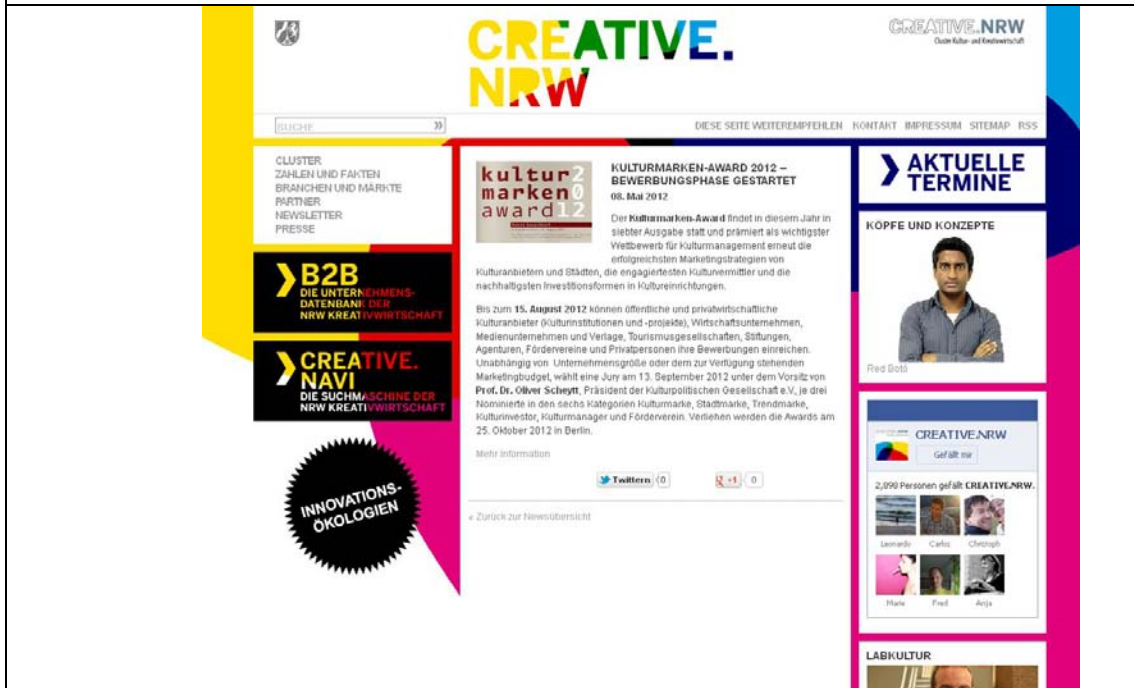
Bis zum 15. August 2012 können öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter (Kulturinstitutionen und -projekte), Wirtschaftsunternehmen, Medienunternehmen und Verlage, Tourismusgesellschaften, Stiftungen, Agenturen, Fördervereine und Privatpersonen ihre Bewerbungen einreichen. Unabhängig von Unternehmensgröße oder dem zur Verfügung stehenden Marketingbudget, wählt eine Jury am 13. September 2012 unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V., je drei Nominierende in den sechs Kategorien Kulturmarke, Stadtmarke, Trendmarke, Kulturinvestor, Kulturmanager und Förderverein. Verliehen werden die Awards am 25. Oktober 2012 in Berlin.

Datum: 10.05.2012	Medium: exzellenz.nrw.de
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



Kulturmarken-Award 2012 – Bewerbungsphase gestartet

Der Kulturmarken-Award findet in diesem Jahr in siebter Ausgabe statt und prämiert als wichtigster Wettbewerb für Kulturmanagement erneut die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultureinrichtungen. Bis zum 15. August 2012 können öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter (Kulturinstitutionen und -projekte), Wirtschaftsunternehmen, Medienunternehmen und Verlage, Tourismusgesellschaften, Stiftungen, Agenturen, Fördervereine und Privatpersonen ihre Bewerbungen einreichen. Unabhängig von Unternehmensgröße oder dem zur Verfügung stehenden Marketingbudget, wählt eine Jury am 13. September 2012 unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V., je drei Nominierete in den sechs Kategorien Kulturmarke, Stadtmarke, Trendmarke, Kulturinvestor, Kulturmanager und Förderverein. Verliehen werden die Awards am 25. Oktober 2012 in Berlin.

Datum: 08.05.2012	Medium: creative.nrw.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

27.04.2012 07:11 BEWERBEN BIS ZUM 15. AUGUST 2012
Kulturmarken-Award 2012 - Kultur zur starken Marke machen, in die zu investieren sich lohnt – das ist das Ziel des Kulturmarken-Awards«

Gefällt mir Registrieren, um sehen zu können, was deinen Freunden gefällt.

kulturmarken award 12

Der Kulturmarken-Award ist die wichtigste Auszeichnung für KulturmanagerInnen und KulturinvestorInnen im deutschsprachigen Raum. Bis zum 15. August 2012 können sich Unternehmen, Städte, KulturmanagerInnen und Kultureinrichtungen um eine der Auszeichnungen in insgesamt sechs Kategorien bewerben.

Zu den Entscheidungskriterien der mit ExpertInnen aus Wirtschaft und Kultur besetzten Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte.

Bereits zum siebenten Mal findet, unterstützt von starken Partnern aus Medien und Wirtschaft, der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing im deutschsprachigen Raum statt.

Ausgezeichnet werden die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler, die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultur sowie das herausragende bürgerschaftliche Engagement für Kultureinrichtungen.

Bis zum 15. August 2012 können öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter (Kulturinstitutionen und -projekte), Wirtschaftsunternehmen, Medienunternehmen und Verlage, Tourismusgesellschaften, Stiftungen, Agenturen, Bibliotheken, Soziokulturelle Zentren, Fördervereine, Freundeskreise und Privatpersonen ihre Bewerbung einreichen.

Unabhängig von der Unternehmensgröße oder dem zur Verfügung stehenden Marketingbudget, entscheidet ausschließlich die Qualität der eingereichten Unterlagen über eine Nominierung.

Zusatzinfos

»Kultur zur starken Marke machen, in die zu investieren sich lohnt – das ist das Ziel des Kulturmarken-Awards«, so der Juryvorsitzende Professor Scheytt. »Würden vor einigen Jahren Begriffe wie Markenbildung und Markenführung in Kultur-Institutionen und -Verbänden noch belächelt, sind sie heute oft schon wesentlicher Teil des Vermarktungserfolges. Darum geht es bei den Kulturmarken-Awards und beim Kulturinvest-Kongress am 25. und 26. Oktober dieses Jahres in Berlin.«

Sala Lieber stellt im Weingut Baron Knypphausen in Eltville aus

Kunstmesse art austria im Leopold Museum vom 9. bis 13. Mai 2012 in Wien

C&A Online Shop
Mode günstig einkaufen im C&A Online Shop [mehr](#)

UseNext
14 Tage gratis testen [mehr](#)

Der Kulturmarken-Award ist die wichtigste Auszeichnung für KulturmanagerInnen und KulturinvestorInnen im deutschsprachigen Raum. Bis zum 15. August 2012 können sich Unternehmen, Städte, KulturmanagerInnen und Kultureinrichtungen um eine der Auszeichnungen in insgesamt sechs Kategorien bewerben.

Zu den Entscheidungskriterien der mit ExpertInnen aus Wirtschaft und Kultur besetzten Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte.

Bereits zum siebenten Mal findet, unterstützt von starken Partnern aus Medien und Wirtschaft, der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing im deutschsprachigen Raum statt.

Ausgezeichnet werden die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und

causales

Städten, die engagiertesten Kulturvermittler, die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultur sowie das herausragende bürgerschaftliche Engagement für Kultureinrichtungen. Bis zum 15. August 2012 können öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter (Kulturinstitutionen und -projekte), Wirtschaftsunternehmen, Medienunternehmen und Verlage, Tourismusgesellschaften, Stiftungen, Agenturen, Bibliotheken, Soziokulturelle Zentren, Fördervereine, Freundeskreise und Privatpersonen ihre Bewerbung einreichen.

Unabhängig von der Unternehmensgröße oder dem zur Verfügung stehenden Marketingbudget, entscheidet ausschließlich die Qualität der eingereichten Unterlagen über eine Nominierung.

Zusatzinfos

»Kultur zur starken Marke machen, in die zu investieren sich lohnt – das ist das Ziel des Kulturmarken-Awards«, so der Juryvorsitzende Professor Scheytt. »Wurden vor einigen Jahren Begriffe wie Markenbildung und Markenführung in Kultur-Institutionen und – Verbänden noch belächelt, sind sie heute oft schon wesentlicher Teil des Vermarktungserfolges. Darum geht es bei den Kulturmarken-Awards und beim Kulturinvest-Kongress am 25. und 26. Oktober dieses Jahres in Berlin.«

Die Kulturmarken-Awards werden 2012 schon zum siebten Mal verliehen, und dies in sechs Kategorien: »Kulturmarke«, »Stadtmarke«, »Trendmarke«, Kulturinvestor«, »Kulturmanager« und »Förderverein«. Zu den Entscheidungskriterien der mit Experten aus Wirtschaft und Kultur besetzten Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte.

Verliehen werden die Awards in Berlin bei der glanzvollen Kulturmarken-Gala am 25. Oktober 2012 im TIPI am Kanzleramt.

Die Kulturmarken-Awards sind der Höhepunkt des Kulturinvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet am 25. und 26. Oktober 2011 im Verlagsgebäude von »Der Tagesspiegel« statt.

Schwerpunkte der Themenforen sind Kultur-Management, -Marketing, -Sponsoring und -Investment. Veranstalter des Kulturinvest-Kongresses sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung von »Der Tagesspiegel«.

Datum: 27.04.2012	Medium: gfdk.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

The screenshot shows the website Kulturport.de with a navigation bar (Home, Blog, WebTV, Kolumne, NewsPort, Events) and a search bar. The main content area features a news post titled "Kulturmarken-Award 2012 - Bewerben Sie sich bis zum 15. August!". The text of the post describes the award, its categories, and the deadline. On the right side, there is a sidebar with various news items and a login section.

Kulturmarken-Award 2012 - Bewerben Sie sich bis zum 15. August!
Dienstag, den 24. April 2012 um 12:18 Uhr

Zum siebenten Mal findet der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestment im deutschsprachigen Raum statt. Der Kulturmarken-Award prämiiert besonders erfolgreiches Marketing und professionelle Markenführung im Kulturbetrieb sowie innovative Kulturvermittlung und herausragende Investments in Kulturformate. Mit Spannung werden die diesjährigen Einreichungen in den Kategorien "Kulturmarke des Jahres", "Trendmarke des Jahres", "Kulturmanager des Jahres", "Stadtmarke des Jahres", "Kulturinvestor des Jahres" und "Förderverein des Jahres" erwartet.

Die Preise werden medienwirksam auf der Kulturmarken-Gala am 25. Oktober 2012 im TIPI am Kanzleramt verliehen.

Die Kategorien:

Der Titel "Kulturmarke des Jahres 2012 - präsentiert von der Deutschen Post DHL" wird einem Kulturunternehmen oder -projekt verliehen, das durch konsequente Markenführung eine starke Kulturmarke etabliert hat.

In der Kategorie "Trendmarke des Jahres 2012 - präsentiert von PICK ME" werden junge Kulturunternehmen geehrt, die mit kreativen Strategien neue Wege der Vermarktung gehen und ein außergewöhnlich hohes Zukunftspotential besitzen.

Als Kulturmanager oder Kulturmanagerin des Jahres können engagierte Kulturvermittler aus öffentlichen und privatwirtschaftlichen Bereichen vorgeschlagen werden. Die Kategorie "Kulturmanager des Jahres 2012 - präsentiert von Kulturmanagement Network" prämiiert herausragendes Engagement, professionelles Kulturmanagement sowie außergewöhnliche Vermittlungsarbeit.

Die Kategorie "Stadtmarke des Jahres 2012 - präsentiert von DIE DRAUSSENWERBER" richtet sich an Stadtmarketingunternehmen, öffentliche Einrichtungen und Tourismusgesellschaften, die sich aktiv mit dem Thema Kultur als Standortfaktor und als Teil der Markenbildung auseinandersetzen. Mit dem Preis wird die Strategie, der Gesamtauftritt oder eine erfolgreich Kampagne im Citymarketing ausgezeichnet.

Mit der Kategorie "Kulturinvestor des Jahres 2012 - präsentiert vom Tagesspiegel" werden Wirtschaftsunternehmen, öffentliche Geldgeber und Privatpersonen angesprochen, die mit ihrem Engagement eine sinnvolle Verknüpfung zur Kultur herstellen und durch Investments die kulturelle Vielfalt ihres Standortes nachhaltig stärken.

Spezial - Lange Nacht der Museen 2012
→ Aktuelles
→ Programm
→ Panorama

Spezial - Elbjazz Festival 2012
→ Aktuelles
→ WebTV Lounge Interviews 2011
→ Ankenwurf II
→ Panorama III

Kultur Event Tipp
Rita Bakacs, Masayo Kajimura, Graziella Tomasi: "Heimwärts"

AktionsPort - Kunst & Kultur
→ Gewinnspiel "Danemark-Hörbuch"
→ Gewinnspiel "Battleship"
→ Gewinnspiel "Contraband"
→ Gewinnspiel "Elbjazz"

Wer ist online?
Wir haben 1511 Gäste und 3 Benutzer online

Kultur-Port.De Community Login
Username oder E-Mail-Adresse
●●●●●
 Wiedererkennen
Anmelden

Username oder Passwort vergessen?
Hier kostenfrei Mitglied werden!

Neue Kommentare
Jürgen zu *Dead Can Dance – Tour ist ausverkauft: Hurra und ich habe 2 Karten für Frankfurt ergatt...*
GuggenheimLab.com zu *BMW Guggenheim Lab Berlin eröffnet am 15. Juni 2012 in Prenzlauer Berg.*

causales

In der Kategorie "Trendmarke des Jahres 2012 - präsentiert von PiCK ME" werden junge Kulturunternehmen geehrt, die mit kreativen Strategien neue Wege der Vermarktung gehen und ein außergewöhnlich hohes Zukunftspotential besitzen.

Als Kulturmanager oder Kulturmanagerin des Jahres können engagierte Kulturvermittler aus öffentlichen und privatwirtschaftlichen Bereichen vorgeschlagen werden. Die Kategorie "Kulturmanager des Jahres 2012 - präsentiert von Kulturmanagement Network" prämiiert herausragendes Engagement, professionelles Kulturmanagement sowie außergewöhnliche Vermittlungsarbeit.

Die Kategorie "Stadtmarke des Jahres 2012 - präsentiert von DIE DRAUSSENWERBER" richtet sich an Stadtmarketingunternehmen, öffentliche Einrichtungen und Tourismusgesellschaften, die sich aktiv mit dem Thema Kultur als Standortfaktor und als Teil der Markenbildung auseinandersetzen. Mit dem Preis wird die Strategie, der Gesamtauftritt oder eine erfolgreich Kampagne im Citymarketing ausgezeichnet.

Mit der Kategorie "Kulturinvestor des Jahres 2012 - präsentiert vom Tagesspiegel" werden Wirtschaftsunternehmen, öffentliche Geldgeber und Privatpersonen angesprochen, die mit ihrem Engagement eine sinnvolle Verknüpfung zur Kultur herstellen und durch Investments die kulturelle Vielfalt ihres Standortes nachhaltig stärken.

Mit der Kategorie "Förderverein des Jahres 2012 - präsentiert von WELTKUNST" wird die nachhaltige und engagierte Förderung von Kultureinrichtungen durch Fördervereine und Freundeskreise ausgezeichnet.

Die Jury:

Eine Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählt am 13. September 2012 unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V., je drei Nominierte in sechs Kategorien. In diesem Jahr begleiten den Kulturmarken-Award als Jurymitglieder erstmals: Dr. Stephan N. Barthelmess (Leiter Development Unit Stiftung Preußischer Kulturbesitz), Dr. Michael Merschmeier (Verleger und Geschäftsführer des Friedrich Berlin Verlags), Jürgen Bachmann (Kulturreferent AUDI AG), Konrad Pochhammer (Geschäftsführender Gesellschafter Verhülsdonk & Partner GmbH), Christoph Lang (PR-Berater, ehemaliger Sprecher im Berliner Wirtschaftssenat und bei Berlin Partner), Dr. Marion Bleß (Vorstand Stiftung Deutsche Klassenlotterie Berlin) und Katharina Wagner (Leiterin der Bayreuther Festspiele). Die Teilnehmerunterlagen stehen auf dem Online-Portal www.kulturmarken.de zum Download bereit. Neben ausführlichen Informationen zu den Kategorien, Bewerbungskriterien etc. erhalten Sie hier das Anmeldeformular für den Kulturmarken-Award.

Datum: 24.04.2012	Medium: kultur-port.de
Auflage: -	Kontakt: -

causales

<p>Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH</p> <p>Kulturmarken-Award 2012</p>	
<p>The screenshot shows the website interface for the 'Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung'. At the top, there are logos for the 'Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie' and 'Initiative Kultur- & Kreativwirtschaft der Bundesregierung'. The main header reads 'Aktuelles'. Below it is a navigation bar with 'Startseite > Aktuelles und Termine > Meldungen'. A sidebar on the left contains a menu with items like 'Die Initiative', 'Meldungen', 'Archiv', 'Pressemitteilungen', etc. The main content area features a news article titled '10.4.2012 Bundesweit: Kulturmarken-Award 2012 gestartet'. The article text states: 'Bis zum 15. August können sich Unternehmen, Städte, Kulturmanager und Kultureinrichtungen um eine der begehrten Auszeichnungen in insgesamt sechs Kategorien bewerben: "Kulturmarke", "Stadtmarke", "Trendmarke", "Kulturinvestor", "Kulturmanager" und "Förderverein". Ausgezeichnet werden die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler, die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultur sowie das herausragende bürgerschaftliche Engagement für Kultureinrichtungen. Bewerben können sich öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter (Kulturinstitutionen und -projekte), Wirtschaftsunternehmen, Medienunternehmen und Verlage, Tourismusgesellschaften, Stiftungen, Agenturen, Bibliotheken, Soziokulturelle Zentren, Fördervereine, Freundeskreise und Privatpersonen. Unabhängig von der Unternehmensgröße oder dem zur Verfügung stehenden Marketingbudget, entscheidet ausschließlich die Qualität der eingereichten Unterlagen über eine Nominierung.' To the right of the article are buttons for 'Druckansicht', 'Weiterführende Informationen', and 'Kulturmarken-Award 2012'. At the bottom of the page, there is a copyright notice '© 2012 Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie www.bmwi.de' and links for 'RSS Forum Kontakt Inhalt Impressum'.</p>	
Datum: 10.04.2012	Medium: kultur-kreativ-wirtschaft.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

„kulturblogmünchen“
das klassik- und kulturportal aus münchen

Suchbegriff eingeben

Home · Veranstaltungen · Konzerte & Dinner · Backstage · Portraits · Kultur & Management

Siebter Kulturmarken-Award 2012

VON GHAUERT – 2. APRIL 2012
VERÖFFENTLICHT IN: HOME NEUESTE ARTIKEL, KULTUR & MANAGEMENT, SERVICE

Siebter Kulturmarken-Award 2012 mit prominenter Jury

Ausschreibung zum wichtigsten Kulturmarketing-Wettbewerb beginnt

Am Montag, 2. April beginnt die Ausschreibung zum Kulturmarken-Award, der wichtigsten Auszeichnung für Kulturmanager, Kulturmarken und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum. Bis zum 15. August dieses Jahres können sich Unternehmen, Städte, Kulturmanager und Kultureinrichtungen um eine der begehrten Auszeichnungen in insgesamt sechs Kategorien bewerben. Prominenten Zuwachs erhält die Jury des Kulturmarken-Awards im siebten Jahr des Bestehens: Katharina Wagner, Leiterin der Bayreuther Festspiele, verstärkt das Gremium unter Vorsitz von Professor Dr. Oliver Scheytt. Ausgeschrieben wird der siebte Kulturmarken-Award von der Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung durch die Deutsche Post DHL und die WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.de bereit.

“In Kunst und Kultur gibt es viele starke Marken. Der Kulturmarken-Award macht deutlich, wie lohnenswert Investments in Kulturmarken sein können“, so der Juryvorsitzende Professor Scheytt. “Wurden vor einigen Jahren Begriffe wie Markenbildung und Markenführung in Kulturinstitutionen und -verbänden noch belächelt, sind sie heute oft schon wesentlicher Teil des Vermarktungserfolges. Diese Themen stehen im Mittelpunkt des Kulturmarken-Awards und des Kulturinvest-Kongress am 25. und 26. Oktober dieses Jahres in Berlin.“

Die Kulturmarken-Awards werden 2012 schon zum siebten Mal verliehen, und dies in sechs Kategorien: “Kulturmarke”, “Stadtmarke”, “Trendmarke”, “Kulturinvestor”, “Kulturmanager” und “Förderverein”. Zu den Entscheidungskriterien der mit Experten aus Wirtschaft und Kultur besetzten Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Verliehen werden die Awards in Berlin bei der glanzvollen Kulturmarken-Gala am 25. Oktober 2012 im TIPI am Kanzleramt.

Die Kulturmarken-Awards sind der Höhepunkt des Kulturinvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet am 25. und 26. Oktober 2012 im Verlagsgebäude von “Der Tagesspiegel” statt. Schwerpunkte der Themenforen sind Kulturmanagement, -marketing, -sponsoring und -investment. Veranstalter des Kulturinvest-Kongresses sind die Firmnäische Sponsoring-Rörse FRB und die

Empfehlungen · Neu · Kommentare · Stichworte

- Heute ist Welttheaterstag!
27 März 2012 4:03 PM | Noch keine Kommentare
- Neu entdeckt: Klavierstück von Mozart
26 März 2012 3:33 PM | Noch keine Kommentare
- Klassik & Dinner auf Schloss Schleißheim – Saisonstart
19 März 2012 8:21 AM | Noch keine Kommentare
- 1. Sommer-Proms auf Schloss Oelber: Neue Stimmen Europas
15 März 2012 11:08 AM | Noch keine Kommentare
- Münchner Open Air Sommer Schleißheim – Saisonstart
14 März 2012 12:11 PM | Noch keine Kommentare
- Affe Vivo lernt Notenschrift
09 März 2012 10:57 AM | Noch keine Kommentare
- European Creative Lab
03 März 2012 8:04 AM | Noch keine Kommentare
- Sonntags im Museum II
29 Februar 2012 2:59 PM | Noch keine Kommentare

Links

Ausschreibung zum wichtigsten Kulturmarketing-Wettbewerb beginnt

Am Montag, 2. April beginnt die Ausschreibung zum Kulturmarken-Award, der wichtigsten Auszeichnung für Kulturmanager, Kulturmarken und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum. Bis zum 15. August dieses Jahres können sich Unternehmen, Städte, Kulturmanager und Kultureinrichtungen um eine der begehrten Auszeichnungen in insgesamt sechs Kategorien bewerben. Prominenten Zuwachs erhält die Jury des Kulturmarken-Awards im siebten Jahr des Bestehens: Katharina Wagner, Leiterin der Bayreuther Festspiele, verstärkt das Gremium unter Vorsitz von Professor Dr. Oliver Scheytt. Ausgeschrieben wird der siebte Kulturmarken-Award von der Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung durch die Deutsche Post DHL und die WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.de bereit.

“In Kunst und Kultur gibt es viele starke Marken. Der Kulturmarken-Award macht deutlich, wie lohnenswert Investments in Kulturmarken sein können“, so der Juryvorsitzende Professor Scheytt. “Wurden vor einigen Jahren Begriffe wie Markenbildung und Markenführung in Kulturinstitutionen und -verbänden noch belächelt, sind sie heute oft schon wesentlicher Teil des Vermarktungserfolges. Diese Themen stehen im Mittelpunkt des Kulturmarken-Awards

causales

und des KulturInvest-Kongress am 25. und 26. Oktober dieses Jahres in Berlin.“

Die Kulturmarken-Awards werden 2012 schon zum siebten Mal verliehen, und dies in sechs Kategorien: “Kulturmarke”, “Stadtmarke”, “Trendmarke”, “Kulturinvestor”, “Kulturmanager” und “Förderverein”. Zu den Entscheidungskriterien der mit Experten aus Wirtschaft und Kultur besetzten Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Verliehen werden die Awards in Berlin bei der glanzvollen Kulturmarken-Gala am 25. Oktober 2012 im TIPI am Kanzleramt.

Die Kulturmarken-Awards sind der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet am 25. und 26. Oktober 2012 im Verlagsgebäude von “Der Tagesspiegel” statt. Schwerpunkte der Themenforen sind Kulturmanagement, -marketing, -sponsoring und -investment. Veranstalter des KulturInvest-Kongresses sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung von “Der Tagesspiegel”.

Datum: 02.04.2012	Medium: klassik-muenchen.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

03.04.2012 | DEUTSCHES BUSINESS.TV IST EIN PROJEKT DER MCE MEDIEN CHANNEL KÖLN REGISTRIEREN

DEUTSCHES BUSINESS.TV
Die Medienplattform für den Mittelstand

SUCHE LOGIN PASSWORT

Passwort vergessen?

NACHRICHTEN WIRTSCHAFT MITTELSTAND ▾ EVENTS ▾ MARKTPLATZ ▾ EUROPA VIDEOS ▾

Sie sind hier: [Home](#) » [Fachartikel](#)

Siebter Kulturmarken-Award 2012

2. APRIL 2012 15:49 KOMMENTARE



Siebter Kulturmarken-Award 2012 mit prominenter Jury Ausschreibung zum wichtigsten Kulturmarketing-Wettbewerb beginnt.

Am Montag, 2. April beginnt die Ausschreibung zum Kulturmarken-Award, der wichtigsten Auszeichnung für Kulturmanager, Kulturmarken und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum.

Bis zum 15. August dieses Jahres können sich Unternehmen, Städte, Kulturmanager und Kultureinrichtungen um eine der begehrten Auszeichnungen in insgesamt sechs Kategorien bewerben. Prominenten Zuwachs erhält die Jury des Kulturmarken-Awards im siebten Jahr des Bestehens: Katharina Wagner, Leiterin der Bayreuther Festspiele, verstärkt das Gremium unter Vorsitz von Professor Dr. Oliver Scheytt.

Ausgeschrieben wird der siebte Kulturmarken-Award von der Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung durch die Deutsche Post DHL und die WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.debereit.

“In Kunst und Kultur gibt es viele starke Marken. Der Kulturmarken-Award macht deutlich, wie lohnenswert Investments in Kulturmarken sein können”, so der Juryvorsitzende Professor Scheytt. “Würden vor einigen Jahren Begriffe wie Markenbildung und Markenführung in Kulturinstitutionen und -verbänden noch belächelt, sind sie heute oft schon wesentlicher Teil des Vermarktungserfolges. Diese Themen stehen im Mittelpunkt des Kulturmarken-Awards und des KulturInvest-Kongress am 25. und 26. Oktober dieses Jahres in Berlin.”

DBTV – AUCH FÜR UNTERWEGS!

Die App für das iPhone und iPod touch macht es möglich. Laden Sie sich die kostenlose App hier im App-Store herunter!

[» Mehr lesen](#)

TOP VIDEO BEITRÄGE



3Minuten Auto Kompakt

- 3Minuten Auto Kompakt
- Beitrag: GladiatorPLUS
- Beitrag: Verschaeren AG
- Beitrag: Innoferm Energiesysteme

Siebter Kulturmarken-Award 2012 mit prominenter Jury Ausschreibung zum wichtigsten Kulturmarketing-Wettbewerb beginnt.

Am Montag, 2. April beginnt die Ausschreibung zum Kulturmarken-Award, der wichtigsten Auszeichnung für Kulturmanager, Kulturmarken und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum.

Bis zum 15. August dieses Jahres können sich Unternehmen, Städte, Kulturmanager und Kultureinrichtungen um eine der begehrten Auszeichnungen in insgesamt sechs Kategorien bewerben. Prominenten Zuwachs erhält die Jury des Kulturmarken-Awards im siebten Jahr des Bestehens: Katharina Wagner, Leiterin der Bayreuther Festspiele, verstärkt das Gremium unter Vorsitz von Professor Dr. Oliver Scheytt.

Ausgeschrieben wird der siebte Kulturmarken-Award von der Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung durch die Deutsche Post DHL und die WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.debereit.

“In Kunst und Kultur gibt es viele starke Marken. Der Kulturmarken-Award macht deutlich,

causales

wie lohnenswert Investments in Kulturmarken sein können“, so der Juryvorsitzende Professor Scheytt. “Wurden vor einigen Jahren Begriffe wie Markenbildung und Markenführung in Kulturinstitutionen und -verbänden noch belächelt, sind sie heute oft schon wesentlicher Teil des Vermarktungserfolges. Diese Themen stehen im Mittelpunkt des Kulturmarken-Awards und des KulturInvest-Kongress am 25. und 26. Oktober dieses Jahres in Berlin.”

Die Kulturmarken-Awards werden 2012 schon zum siebten Mal verliehen, und dies in sechs Kategorien: “Kulturmarke”, “Stadtmarke”, “Trendmarke”, Kulturinvestor”, “Kulturmanager” und “Förderverein”.

Zu den Entscheidungskriterien der mit Experten aus Wirtschaft und Kultur besetzten Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Verliehen werden die Awards in Berlin bei der glanzvollen Kulturmarken-Gala am 25. Oktober 2012 im TIPI am Kanzleramt.

Die Kulturmarken-Awards sind der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet am 25. und 26. Oktober 2012 im Verlagsgebäude von “Der Tagesspiegel” statt. Schwerpunkte der Themenforen sind Kulturmanagement, -marketing, -sponsoring und -investment.

Veranstalter des KulturInvest-Kongresses sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung von “Der Tagesspiegel”.

Datum: 02.04.2012	Medium: deutsches-business.tv
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



GrimmHeimat NordHessen als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert

Bronze ist sicher! Regionale Dachmarke überzeugt bei Vorauswahl

Nordhessen / Berlin. GrimmHeimat NordHessen ist als „Stadtmarke des Jahres 2012“ im Rahmen des Kulturmarken-Awards nominiert worden. Die regionale Dachmarke gehört damit zu den Nominierten, die von einer bundesweiten Experten-Jury aus 104 Bewerbern ausgewählt worden sind.

Die Kulturmarken-Awards werden in sechs Kategorien vergeben. Im Rennen für den Award „Stadtmarke des Jahres“ hat sich GrimmHeimat NordHessen unter anderem gegen Bayreuth, Dresden und Bonn durchgesetzt. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die führenden Marketingstrategen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

„Diese Nominierung spiegelt die großartige Entwicklung unserer Region wider und zeigt, dass die Markenstrategie GrimmHeimat NordHessen aufgeht“, freut sich Regierungspräsident Dr. Walter Lübcke.

Die Marke GrimmHeimat NordHessen wurde im Jahr 2009 als Ergebnis der IHK-Initiative UNESCO-Welterbe eingeführt. Sie bildet das Dach, unter dem die fünf nordhessischen Landkreise mit ihren Städten und Gemeinden sowie die kreisfreie Stadt Kassel zusammenarbeiten und dient der Vermarktung der Region sowie von Produkten und Dienstleistungen. Insbesondere die zahlreichen Partnerschaften und erfolgreichen Projekte mit Wirtschaftsunternehmen aus der Region haben zum Erfolg beigetragen.



Michael Kugel
Weinexperte und
Mitglied im Fachverband
unabhängiger
Weinreferenten e.V.



Mein Weintipp!

Kloster Eberbach
Riesling Winzesekt
0,75 Liter (1 Liter - 7,99 €)

7.99 €

Jahrgang 2009

Name: Kloster Eberbach Rheingau Riesling Sekt

Herkunft: Deutschland / Rheingau

Winzer: Hessische Staatsweinkellerei Eberbach GmbH

Rebsorte: Riesling aus den renommiertesten Rheingauer Lagen

Analyse: Alkohol 12,0 % Vol., Säure 6,7 g/L, Restzucker 23 g/L



Beschreibung: Der Name auf dem Etikett verspricht Genuss. Seine hellgoldene Farbe funkelt im Glas und die prickelnde feine Perlage steht für pure Lebensfreude. Ein frischer Eindruck, geprägt von feinsten Hefenoten strömt in die Nase. Im Bukett gesellen sich leichte Fruchtaromen dazu, die an Apfel, Honigmelone und an einen Hauch von Ananas und Quitte erinnern. Die Säure ist sehr zurückhaltend und gut mit der trockenen Geschmacksrichtung ausbalanciert. Ein Schaumwein voller Eleganz und Esprit.

Empfehlung:

Selbstverständlich ist dieser Schaumwein ein klassischer Aperitif und ein edles Getränk, wenn Feierlaune ins Haus steht. Dieser Sekt b.a. begleitet die bevorstehenden Festtage. Er beschwingt zum Brunch, belebt am Nachmittag zum Gebäck und er mündet in den Abendstunden in geselliger Runde. Probieren Sie ihn auch mal zum Essen selbst. Er begleitet hervorragend Geflügel, Fisch, Schalen- und Krustentiere, immer dann, wenn salzige und pikante Gewürze im Spiel sind. Zudem eignet er sich auch zur asiatischen Küche, denn zu Süß-Sauer, Currys

Wir lieben Lebensmittel.



GrimmHeimat NordHessen als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert

Nordhessen/Berlin. GrimmHeimat NordHessen ist als „Stadtmarke des Jahres 2012“ im Rahmen des Kulturmarken-Awards nominiert worden. Die regionale Dachmarke gehört damit zu den Nominierten, die von einer bundesweiten Experten-Jury aus 104 Bewerbern ausgewählt worden sind.

Die Kulturmarken-Awards werden in sechs Kategorien vergeben. Im Rennen für den Award als „Stadtmarke des Jahres“ hat sich GrimmHeimat NordHessen unter anderem gegen Bayreuth, Dresden und Bonn durchgesetzt. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die führenden Marketingstrategen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt. „Diese Nominierung spiegelt die großartige Entwicklung unserer Region wider und zeigt, dass die Markenstrategie GrimmHeimat NordHessen aufgeht“,

causales

<p>freut sich Regierungspräsident Dr. Walter Lübcke. Die Marke GrimmHeimat NordHessen wurde im Jahr 2009 als Ergebnis der IHK-Initiative UNESCO-Welterbe eingeführt. Sie bildet das Dach, unter dem die fünf nordhessischen Landkreise mit ihren Städten und Gemeinden sowie die kreisfreie Stadt Kassel zusammenarbeiten und dient der Vermarktung der Region sowie von Produkten und Dienstleistungen. Insbesondere die zahlreichen Partnerschaften und erfolgreichen Projekte mit Wirtschaftsunternehmen aus der Region haben zum Erfolg beigetragen.</p>	
Datum: -	Medium: EssensArt
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

Newsletter 09/2012
Görlitz wird Stadtmarke des Jahres 2012
LTE Versorgung startet in Görlitz zum Weihnachtsgeschäft



Görlitz ist "Stadtmarke des Jahres 2012"

[Friend on Facebook](#)

[Follow on Twitter](#)

[Forward to a Friend](#)

Die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH holt sich beim Kulturmarken-Award 2012 den Titel

Am Abend, des 25.10.2012 fand in Berlin-Mitte im TIPI am Kanzleramt die Gala zur Preisverleihung des diesjährigen Kulturmarken-Award statt. Die Veranstaltung gilt mit über 500 Entscheidungsträgern aus Kultur, Marketing, Politik, Medien und Wirtschaft als größter Branchentreff des Kultur- / Standortmarketing in Deutschland.

Die begehrten und im siebenten Jahr vergebenen „Kulturmarken-Awards“ wurden in insgesamt sechs Kategorien verliehen: für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in der Kultur, an die engagiertesten Kulturmanager sowie für die Trendmarke und den Förderverein des Jahres.

Das Beethovenfest Bonn ist „Kulturmarke des Jahres 2012“. Zur „Trendmarke des Jahres 2012“ wurde das BMW Guggenheim Lab gekürt. Den Titel „Stadtmarke des Jahres“ errang die Europastadt GörlitzZgorzelec

LTE Versorgung startet zum Weihnachtsgeschäft in Görlitz

Telefónica Deutschland versorgt die Innenstadt mit bis zu 50 MBit/s

Der Telekommunikationskonzern Telefónica Deutschland startet die *Long Term Evolution* - kurz LTE - Versorgung für das Görlitzer Stadtgebiet ab Mitte November 2012. Es werden kurzfristig 5 Maststandorte um- bzw. aufgebaut. Diese befinden sich in der Brückenstraße, der Berliner Straße, der Pomologischen Gartenstraße, am Klinikum sowie in der

Görlitz ist "Stadtmarke des Jahres 2012"

Die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH holt sich beim Kulturmarken-Award 2012 den Titel

Am Abend, des 25.10.2012 fand in Berlin-Mitte im TIPI am Kanzleramt die Gala zur Preisverleihung des diesjährigen Kulturmarken-Award statt. Die Veranstaltung gilt mit über 500 Entscheidungsträgern aus Kultur, Marketing, Politik, Medien und Wirtschaft als größter Branchentreff des Kultur- / Standortmarketing in Deutschland.

Die begehrten und im siebenten Jahr vergebenen „Kulturmarken-Awards“ wurden in insgesamt sechs Kategorien verliehen: für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in der Kultur, an die engagiertesten Kulturmanager sowie für die Trendmarke und den Förderverein des Jahres.

Das Beethovenfest Bonn ist „Kulturmarke des Jahres 2012“. Zur „Trendmarke des Jahres 2012“ wurde das BMW Guggenheim Lab gekürt. Den Titel „Stadtmarke des Jahres“ errang die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH für Görlitz. Der Leiter des Bamberger Stadtmarketings,

causales

Klaus Stieringer, wurde „Kulturmanager des Jahres 2012“. Volker Ludwig, der Gründer und langjährige Leiter des Berliner Kinder und Jugendtheaters GRIPS, erhält einen Ehrenpreis für sein Lebenswerk als Kulturmanager. „Kulturinvestor des Jahres 2012“ ist die Otto Group als Förderer des Hamburger musikpädagogischen Projekts „The Young ClassX“. „Förderverein des Jahres 2012“ ist der Förderverein des Freilichtmuseums am Kiekeberg e.V. bei Hamburg.

Mit dem an die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH verliehenen Titel „Stadtmarke des Jahres“ wird die Standortmarketinggesellschaft hervorgehoben, die eine strategisch begründete, kontinuierliche, aktive und nachweisbar erfolgreiche Standortmarkenbildung betreibt. Bewertet werden u. a. Kriterien wie Standortmarkenstrategie, Markenpositionierung, Markenerscheinung, Markenkommunikation und Kampagnenführung. „Der Titel würdigt unsere bisher 5-jährige kontinuierliche Arbeit als integrierte Standortmarketinggesellschaft mit den Bereichen Wirtschaftsförderung und Tourismusmarketing“, so Lutz Thielemann, Geschäftsführer der Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH. „Wir sind sehr dankbar für den Preis, der unsere Markenstrategie ebenso auszeichnet, wie die hiermit verbundenen Erfolge, die sich seit 2007 in einer Steigerung des touristischen Aufkommens von über 40% sowie zahlreichen Unternehmensansiedlungen mit insgesamt mehr als 1.000 geschaffenen Arbeitsplätzen beziffern lassen.“

Für den Preis in der Kategorie „Stadtmarke des Jahres 2012“ wurde neben der Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH auch das „Stadtmarketing Halle/Saale“ und die Marke „Grimm-Heimat NordHessen“ nominiert. Um die Auszeichnungen in den diversen Kategorien haben sich 104 Kulturinstitutionen, Städte und Unternehmen beworben. Eine 24-köpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Wissenschaft ermittelte die Nominierten und Preisträger. Die Jury setzte sich unter anderem zusammen aus Vertretern von RWE, E.ON AG, DHL, „Die Zeit“, der Bayreuther Festspiele sowie der Stiftung Preußischer Kulturbesitz. Den Juryvorsitz hatte Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft und Geschäftsführer der KULTUREXPERTEN GmbH, inne. Unterstützer der Gala und der Preisvergabe sind die Deutsche Post DHL, „Der Tagesspiegel“ und WELTKUNST.

Datum: 06.11.2012	Medium: Newsletter Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012



KulturInvest Kongress – Kulturmarken Award 2012

Ein Branchentreff mit Potenzial

Die Gala zur Vergabe des Kulturmarken-Awards und seit ein paar Jahren auch der KulturInvest-Kongress sind innerhalb von sieben Jahren für alle, die an der Schnittstelle von Kultur, Wirtschaft und Öffentlichkeit arbeiten, zu einem Fixtermin am Jahresende geworden. Der Branchentreff von Kulturschaffenden, Kulturmanagern und Kulturpolitikern führte auch dieses Jahr wieder über 400 Interessierte in das Verlagsgebäude vom Tagesspiegel in Berlin. Die Panels bedienten die klassischen Themen wie z.B. Kulturförderung, Kulturinvestitionen und Markenmanagement sowie auch einige in Mode gekommenen wie Social Media und Crowdfunding. Auch das Goethe Institut, das dieses Jahr zum ersten Mal mit einem eigenen Panel mit von der Partie war, informierte das Publikum mit mehreren Vorträgen zum Internationalen Kulturmanagement und seinen Erfahrungen mit ausländischen Kulturmanagerinnen und -managern. Eine weitere Neuheit gab es noch: Prof. Dr. Oliver Scheytt (Vorsitzender der Jury, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft und Geschäftsführer der KULTUREXPerten) und Dirk Schütz (Geschäftsführer KM Kulturmanagement Network GmbH) stellten am Freitag im Forum von Kulturmanagement Network zum „Strategischen Personalmanagement als Investition in den langfristigen Erfolg von Kulturinstitutionen“ ihr neues Dienstleistungsunternehmen KULTURPERSONAL vor, das ab 2013 als Personalberatung Kultureinrichtungen und Kandidaten zusammenbringen und zur Professionalisierung

causales

des Themas Personalmanagement beitragen wird. Das besagte Kernthema der Veranstaltung, also die Investition in Kulturbetriebe, wurde hier direkt und live umgesetzt und in ein neues Unternehmen investiert, das Dienstleistungen für den Kulturbetrieb mit dem entsprechenden Fokus „Personalmanagement“ anbietet. Man darf gespannt sein! Aber auch abseits der Kulturkoryphäen war das Panel zum Thema strategisches Personalmanagement durchaus informativ und einen Besuch wert – wird das Thema doch seit Jahren selbst in Kulturbetrieben mit eigenen Personalabteilungen eher stiefmütterlich behandelt. Da aber nicht selten 80 % des Budgets und mehr Personalkosten sind, sollte keine Personalentscheidung mehr nur aus dem Bauch heraus entschieden werden. Trotz dieser – auf den ersten Blick – massiven Budgetlage gibt es kaum bis selten Investitionen im Personalbereich, die eine weitere Professionalisierung der Personalarbeit (Personalentwicklung, Weiterbildung etc.) ermöglichen. Michael Binz, freiberuflicher Trainer und Coach, stellte abschließend Projekte aus seiner über 8-jährigen Praxiserfahrung zum Thema Personal- und Organisationsentwicklung als lohnende Zukunftsinvestition im Kulturbereich vor und konnte zudem mit seiner gewinnbringenden Art die meisten Zuhörer vom bereits geöffneten Mittagsbuffet noch ein paar Minuten länger fern halten. Seine Erfahrungen zeigen, dass aufgrund des permanenten Wandels in Staat, Gesellschaft und Wirtschaft eine proaktive und systematisch betriebene Personal- und Organisationsentwicklung in erheblichem Maße dazu beitragen kann, Fähigkeiten, Motivation und Zufriedenheit von MitarbeiterInnen zu verbessern, Strukturen, Prozesse und Verfahren zu optimieren, Veränderungen leichter zu meistern und den Erfolg einer Kulturinstitution insgesamt zu sichern. Die Kulturmarken-Awards 2012 wurden am Donnerstagabend zum siebten Mal verliehen. Um die Auszeichnungen haben sich 104 Kulturinstitutionen, Städte, Unternehmen und Einzelpersonen beworben (siehe auch Beitrag auf Seite 38) Die abendliche Galaveranstaltung, die seit drei Jahren im TIPI am Kanzleramt stattfindet, war auch dieses Jahr mit über 600 Gästen wieder ausverkauft. Wirklich echte Überraschungen gab es allerdings nur wenige, was sicherlich auch den nicht unbedingt kontroversen Nominierungen geschuldet war. Einzig die extra neu geschaffene Auszeichnung für den Gründer des GRIPS-Theater (das nach über fünfzig Jahren als das berühmteste Kinder- und Jugendtheater der Welt gilt), Volker Ludwig, der mit dem Ehrenpreis als Kulturmanager für sein Lebenswerk ausgezeichnet wurde, kam überraschend. Wohl auch für ihn, dem nach eigener Aussage „bis vor kurzem gar nicht bewusst war, ein Kulturmanager zu sein“. Durch den Abend führte die – wie immer – sympathische und wortgewandte Moderatorin Andrea Thilo, die dem Kulturmarken-Award nun schon seit drei Jahren treu ist und der Verleihung eine beachtliche Geschwindigkeit gab, somit aber Raum und Zeit für weitere Vernetzung ließ. Und das war und bleibt auch die große Stärke dieser Veranstaltung, denn wie Dr. Thomas Girst (Leiter Kulturrengagement BMW Group, München) zum Kongress schrieb: „Der KulturInvest – Kongress ist eine essentielle Plattform für den intensiven Austausch Kulturschaffender aller Sparten. Wer hier nichts Neues lernt, der war schlichtweg nicht dabei.“

Datum: 08.11.2012	Medium: Kulturmanagement Network Newsletter
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2012

50 Service & Aktuelles

Termine & Veranstaltungen

Kulturförderung 2.0 – Neue Wege der Kulturfinanzierung Der KulturInvest-Kongress 2012

Knappe öffentliche Kassen und bestenfalls stagnierende Kommunikationsbudgets von Unternehmen erfordern alternative Finanzierungsmodelle bei Kulturanbietern. Insbesondere dieser Thematik widmeten sich die 400 Teilnehmer und Referenten des von der Agentur Causales und der Europäischen Sponsoring Börse veranstalteten KulturInvest-Kongresses am 25. und 26.10.2012 in 19 Themenforen. Bereits zum dritten Mal kamen Entscheidungsträger aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien in Berlin zum wichtigsten Branchentreff für Kulturanbieter und -investoren zusammen. „Hier werden Trends gesetzt, Kontakte geknüpft und Kulturbusiness gemacht“, so Causales-Geschäftsführer Hans-Conrad Walter.

Mehr als „nur“ ein Trend ist sicherlich das Modell des Crowdfunding [s. S&S 2/2012, S. 28 f.], denn die Finanzierung eines Projektes durch viele Spender im Internet gewinnt enorm an Bedeutung. Dies nicht nur, weil das Web 2.0 für den Alltag immer wichtiger wird, sondern insbesondere auch weil Bürgerengagement für die Kultur eine wachsende Rolle spielt. Allein die Plattform Startnext konnte in den vergangenen zwei Jahren 1,7 Mio. € für die Kreativwirtschaft generieren.

Neue Formen der Kulturförderung sind eine erfolgreiche Ergänzung zum traditionellen Kultursponsoring [vgl. dazu die S&S-Reihe



Referent Prof. Oliver Scheytt beim KulturInvest-Kongress

mit Best-Practice-Beispielen, zuletzt in dieser Ausgabe S. 14]. Partnerschaften wie das Public-Private-Partnership der UBS mit der Stiftung Museum Kunstpalast [s. S&S 6/2011, S. 30 f.] zeigen klar die Bedeutung des Engagements von Unternehmen zur Kulturfinanzierung. Ein Indiz dafür, dass Wirtschaftsunternehmen die Signifikanz von Kulturkooperationen für ihre Unternehmenskommunikation erkannt haben, ist die Rekordzahl am Kongress teilnehmender Unternehmensvertreter.

Fazit: Die Kultur muss in ihrer Finanzierung vielfältige und innovative Wege beschreiten, um in ihrer Qualität und ihrem Umfang auch zukünftig bestehen zu können. Insofern hat sich der KulturInvest-Kongress als Impulsgeber einmal mehr bewährt. „Der Erfolg zeigt, dass der Kongress in der Kulturbranche angenommen wird und die Themenauswahl die richtige war“, bringt es Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer der ESB, auf den Punkt.
(Anina Schicker, Agentur Causales, Berlin)

Kulturförderung 2.0 – Neue Wege der Kulturfinanzierung Der KulturInvest-Kongress 2012

Knappe öffentliche Kassen und bestenfalls stagnierende Kommunikationsbudgets von Unternehmen erfordern alternative Finanzierungsmodelle bei Kulturanbietern. Insbesondere dieser Thematik widmeten sich die 400 Teilnehmer und Referenten des von der Agentur Causales und der Europäischen Sponsoring Börse veranstalteten KulturInvest-Kongresses am 25. und 26.10.2012 in 19 Themenforen. Bereits zum dritten Mal kamen Entscheidungsträger aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien in Berlin zum wichtigsten Branchentreff für Kulturanbieter und -investoren zusammen. „Hier werden Trends gesetzt, Kontakte geknüpft und Kulturbusiness gemacht“, so Causales-Geschäftsführer Hans-Conrad Walter. Mehr als „nur“ ein Trend ist sicherlich das Modell des Crowdfunding, denn die Finanzierung eines Projektes durch viele Spender im Internet gewinnt enorm an Bedeutung. Dies nicht nur, weil das Web 2.0 für den Alltag immer wichtiger wird, sondern insbesondere auch weil Bürgerengagement für die Kultur eine wachsende Rolle spielt. Allein die Plattform

causales

Startnext konnte in den vergangenen zwei Jahren 1,7 Mio. € für die Kreativwirtschaft generieren. Neue Formen der Kulturförderung sind eine erfolgreiche Ergänzung zum traditionellen Kultursponsoring [vgl. dazu die S&S-Reihe mit Best-Practice-Beispielen, zuletzt in diesem Heft S. 14]. Partnerschaften wie das Public-Private-Partnership der UBS mit der Stiftung Museum Kunstpalast zeigen klar die Bedeutung des Engagements von Unternehmen zur Kulturfinanzierung. Ein Indiz dafür, dass Wirtschaftsunternehmen die Signifikanz von Kulturkooperationen für ihre Unternehmenskommunikation erkannt haben, ist die Rekordzahl am Kongress teilnehmender Unternehmensvertreter.

Fazit: Die Kultur muss in ihrer Finanzierung vielfältige und innovative Wege beschreiten, um in ihrer Qualität und ihrem Umfang auch zukünftig bestehen zu können. Insofern hat sich der KulturInvest-Kongress als Impulsgeber einmal mehr bewährt. „Der Erfolg zeigt, dass der Kongress in der Kulturbranche angenommen wird und die Themenauswahl die richtige war“, bringt es Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer der ESB, auf den Punkt.

Datum: 15.12.2012	Medium: Stiftung & Sponsoring
Auflage: -	Kontakt: -