

## Kulturmarke 2007

### Prämierte Kulturprojekte

„Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger zeichnen sich durch eine starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und haben damit großes Potential für Investoren und Sponsoren aus der Wirtschaft. Die diesjährigen Preisträger machen deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing hervorragend verknüpfen lassen“, so Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer von Causales, anlässlich der Preisverleihung „Kulturmarke des Jahres 2007“ am 9. November in Berlin.

Phæno, der Experimentierlandschaft aus Wolfsburg, gelang diese Verbindung nach Einschätzung der Juroren am besten, gefolgt von der Semperoper aus Dresden und dem Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin.

Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität Marktfähigkeit, Originalität, Öffentlichkeitsarbeit und das Angebot für Sponsoren. Der Hauptpreis im Wert von 10.000 Euro wurde von der Deutschen Bahn gestiftet.

[www.kulturmarken.de](http://www.kulturmarken.de)

