

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

kulturmarken AWARD 2011

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award und
Kulturmarken-Gala am
27. Oktober 2011

Preisverleihung in den Kategorien:

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

causales



Am Abend des 27. Oktober 2011 wurden im TIPI am Kanzleramt vor über 500 Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Politik die Preise des wichtigsten Kulturmarketingwettbewerbs verliehen. Das Burgtheater Wien, das PODIUM Festival Esslingen, Jürgen Bachmann (AUDI AG), Bayer Kultur, KulTourStadt Gotha und der Museumslöwen e.V. (Gotha) sind die diesjährigen Preisträger in den sechs Kategorien „Kulturmarke“, „Trendmarke“, „Kulturmanager“, „Kulturinvestor“, „Stadtmarke“ und „Förderverein“ des Jahres.



causales

Medium	Veröffentlichung	Druckauflage	Kontakte	Seite
Die ZEIT	10.11.2011	629.523	2.010.000	7
Der Tagesspiegel	30.10.2011	147.684	369.210	8
Thüringer Allgemeine Zeitung	2.11.2011	189.337	473.342	11
Stuttgarter Wochenblatt	3.11.2011	360.805	902.013	13
Stuttgarter Wochenblatt	13.10.2011	360.805	902.013	14
Kleine Zeitung	28.10.2011	274.954	687.385	15
Boulevard Baden	19.09.2011	50.865	127.162	17
Werben & Verkaufen	19.07.2011	32.950	82.375	19
Werben & Verkaufen	03.05.2011	32.950	82.375	20
Blach Report	17.04.2011	1.500	3.750	21
RBB UM SECHS –Das Ländermagazin	28.10.2011		170.000	23
TV Berlin	28.10.2011		233.000	24
MDR um zwölf – Das Ländermagazin	28.10.2011		50.000	25
Minimale Gesamtkontaktzahl			6.092.625	

causales

www.welt.de	13.10.2011	-	30.466.535	26
www.crescendo.de	02.11.2011	-	88.594	27
www.crescendo.de	19.09.2011	-	88.594	29
www.kulturmanagement.net KM Magazin	08.11.2011	-	Ø 21.500 Besucher pro Monat	31
www.kulturmanagement.net KM Magazin	07.10.2011	-	Ø 21.500 Besucher pro Monat	34
www.kulturmanagement.net KM Magazin	21.09.2011	-	Ø 21.500 Besucher pro Monat	37
www.horizont.net	16.05.2011	-	240.000 Unique User	41
www.dtoday.de	07.11.2011	-	-	42
www.dtoday.de	31.10.2011	-	-	44
www.dtoday.de	22.09.2011	-	-	46
www.hk24.de	19.09.2011	-	-	48
www.finanznachrichten.de	13.04.2011	-	-	49
www.marketing-site.de	28.10.2011	-	-	51

causales

www.berlin.de	09.2011	-	-	52
www.freundederkuenste.de	01.11.2011	-	-	53
www.burgtheater.at	28.10.2011	-	-	55
www.izm.de	26.09.2011	-	-	56
www.idw.de	23.09.2011	-	-	58
www.juraforum.de	23.09.2011	-	-	60
www.kulturport.de	13.04.2011	-	-	62
www.kulturportal.maerkischeallgemeine.de	19.07.2011	-	-	64
www.kunst-und-kultur.de	17.09.2011	-	-	65
www.markenartikel.de	28.10.2011	-	-	66
www.nachtkritik.de	28.10.2011	-	-	68
www.ostwestfalen-lippe.de	19.05.2011	-	-	70
www.ostwestfalen-lippe.de	11.08.2011	-	-	71
www.ots.at	13.04.2011	-	-	72
www.ots.at	28.10.2011	-	-	74
Die Guten Nachrichten	27.05.2011	-	-	76
www.bodensee-woche.de	28.10.2011	-	-	77
www.stadtkultur-hh.de	10.08.2011	-	-	79
www.stattzeitung-plus.in	27.10.2011	-	-	80

causales

www.tlz.de	20.09.2011	-	-	81
www.Tradinghouse.net	13.04.2011	-	-	83
www.presseportal.de	26.10.2011	-	-	85

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011



Die Preise des wichtigsten Barometer für Kulturmarketing, -management und Kulturreferenzen wurden in Berlin verliehen. Causales rollt den roten Teppich für die Helden der Kulturszene aus



Kulturmarken des Jahres
Kulturmarken des Jahres 2011 sind die beiden Theaterprojekte 'Flucht Burg Punkt' und 'Der rote Teppich'.



Kulturinvestor des Jahres
Bayer Kultur ist der Kulturinvestor des Jahres 2011.



Kulturmanager des Jahres
Audi ist der Kulturmanager des Jahres 2011.



Trendmarks des Jahres
Podium ist das Trendmark des Jahres 2011.



Staatmarks des Jahres
Gotha Adeli ist das Staatmarks des Jahres 2011.



Förderpreis des Jahres
Förderpreis ist der Förderpreis des Jahres 2011.

Die Jury hat sich für die beiden Theaterprojekte 'Flucht Burg Punkt' und 'Der rote Teppich' entschieden. Diese beiden Projekte sind die wichtigsten Kulturmarken des Jahres 2011.

Bayer Kultur ist der Kulturinvestor des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.

Audi ist der Kulturmanager des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.

Podium ist das Trendmark des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.

Gotha Adeli ist das Staatmarks des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.

Förderpreis ist der Förderpreis des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.

Die Jury hat sich für die beiden Theaterprojekte 'Flucht Burg Punkt' und 'Der rote Teppich' entschieden. Diese beiden Projekte sind die wichtigsten Kulturmarken des Jahres 2011.

Bayer Kultur ist der Kulturinvestor des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.

Audi ist der Kulturmanager des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.

Podium ist das Trendmark des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.

Gotha Adeli ist das Staatmarks des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.

Förderpreis ist der Förderpreis des Jahres 2011. Das Unternehmen hat sich für die Förderung von Kulturprojekten eingesetzt.



Datum: 10.11.2011	Die ZEIT
Auflage: 629.523	Kontakt: 2.010.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

26

DER TAGESSPIEGEL

KULTUR

Sparstrümpfe und Pfeffersäcke

Von der Kunst des Vermarktens: Eindrücke vom Berliner „Kulturinvest-Kongress 2011“

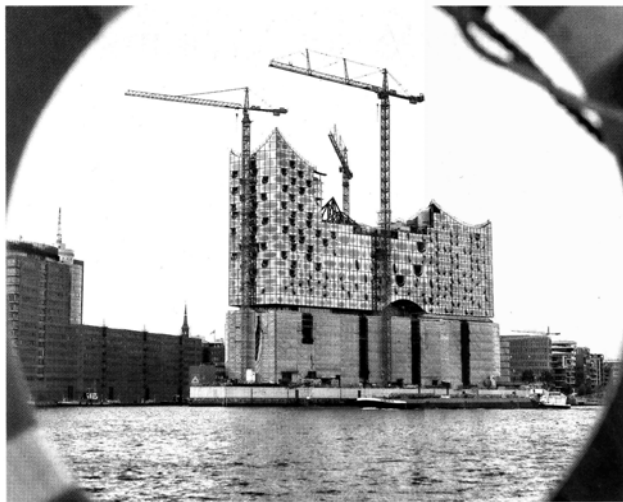
VON ULRICH ÄMLING
UND FREDERIK HANSEN

Da rieben sich die Bürger von Hannover die Augen. Mitten im von Baustellen verwüsteten Herz ihrer Stadt, am Kröpcke, ragte im Februar dieses Jahres ein Schild empor, das verkündete: „Hier entsteht eine Moschee.“ Eine Ansicht des von Minarett dominierten Platzes war auch gleich dabei. Und eine Telefonnummer für weitere Informationen. Gemüter und Leitungen liefen schnell heiß. Auf der Gegenseite aber meldete sich kein islamischer Bauverein, sondern das Schauspiel Hannover als Urheber des Plakats – und informierte über seine nächste Premiere. „Moschee DE“ reflektiert die Auseinandersetzung um den Bau einer Moschee in Berlin-Heinersdorf. Ein gehobener Theatertrop mit den Mitteln der Guerilla-PR, der dem Schauspiel Hannover nicht nur Aufmerksamkeit für seine neue Produktion einbrachte, sondern das Theater auch als Ort aktueller Debatten in der Stadt positionierte.

Normalerweise gilt die RWE-Kulturstiftung innerhalb des Energieversorgungskonzerns als harmlose „Exotenaufteilung“. Jüngst allerdings reckten die Kunstfiedler intern dann doch ziemlich an: als nämlich einer ihrer „artists in residence“ eine Fotoserie über den Braunkohleabbau Garzweiler ausstellte. So poetisch-bildlich die Aufnahmen auch sein mochten – großformatige Bilder über jenes Revier, das RWE besonders viele Negativschlagzeilen einbrachte, mochte mancher Verantwortliche dann doch nicht in den Fluren des eigenen Verwaltungsgebäudes sehen. Da galt es dann für die Stiftungsmitarbeiter, standhaft die *Freiheit der Kunst* zu verteidigen, auch der gesponserter.

Zwei Beispiele für das komplexe, sich wandelnde und nicht immer ganz reibungslose Zusammenspiel von Wirtschaft, Kultur und Publikum. Über die Entwicklungsmöglichkeiten dieser Dreiecksbeziehung diskutierten jetzt zwei Tage lang mehr als 400 Fachleute beim „Kulturinvest-Kongress“ in den Veranstaltungsräumen des „Tagesspiegel-Hauses am Askaniischen Platz. Oliver Scheytt, als langjähriger Essener Kulturdezernent, Geschäftsführer des Kulturhauptstadtjahrs „Ruhr 2010“ sowie als Unternehmensberater mit allen Seiten vertraut, zierte in seinem Eröffnungsvortrag Stefan Raab. Der brachte in einem Song auf den Punkt, worum es letztlich immer geht: *Wädde hadde dudde da?* Wer hat welches Produkt zu bieten – und wie lässt es sich hinbekommen, dass alle Partner von dem Handel profitieren, und ihre Besucher wie auch jene Firmen, die sich durch kulturelles Engagement einen positiven Imagetransfer erhoffen.

Einige, denen dies besonders gut gelungen ist, wurden am Donnerstagabend im Tipi am Kanzleramt mit dem Kulturmarken-Award 2011 ausgezeichnet. Gleich



Berühmt-berüchtigt. Die umstrittene Elbphilharmonie in Hamburg ist ein Erfolgsbeispiel für „public private partnership“.

Foto: dpa

zwei Preise konnte dabei das thüringische Städtchen Gotha abräumen, in der neuen Rubrik des „Freundeskreises des Jahres“, der an die dortigen „Museumslöwen“ ging, wie auch im Bereich Stadtmarketing. Zur Trendmarke 2011 wurde das „Podium Festival Esslingen“ gekürt, eine Eigeninitiative junger Musiker. Dem Wiener Burgtheater brachte eine plakative Imagekampagne die Ehrung als beste Kulturmarke ein. Großkonzerte, die sich ihrer Verantwortung für das Gemeinwesen stellen, waren vertreten durch den Audi-Kulturmanager Jürgen Bachmann sowie durch Bayer, den Kulturinvestor des Jahres – Letzterer pointiert gelobt von Tagesspiegel-Chefredakteur und Laudator Stephan-Andreas Casdorff.

Wie Wirtschaft in Kultur investiert, unterliegt einem steten Wandel. „Bewertbare Erfolge“ sollen am Ende der Bemühungen stehen, die sich nicht allein darin messen lassen, ob durch Opernsponsoring mehr Autos verkauft wurden. Das kann sogar nach hinten losgehen, wie Jürgen Bachmann berichtet: Einladungen zu zeitgenössischem Musiktheater können schlimmstenfalls zu störrischen Aufträgen führen. Zudem findet klassisches Sponsoring kaum Medienaufmerksam-

keit. Für Audi heißt die Konsequenz: mehr eigene Veranstaltungsformate entwickeln, selber Kulturanbieter werden. Ganze Festivals werden in Ingolstadt erdacht, 450 Kulturveranstaltungen organisieren. Bachmann und sein Team inzwischen pro Jahr – um als attraktiver Arbeitgeber, Motor einer Region und glaubwürdige Marke zu gelten.

Immer mehr Firmen managen ihre Kulturrevents gleich in Eigenregie

Ähnlich der Weg, den Vodafone im deutschen Firmensitz Düsseldorf einschlägt. Als Hauptsponsor unterstützt das Unternehmen mit der „Jazz Rallye Düsseldorf“ nicht nur das mit 300.000 Besuchern größte deutsche Jazzfestival. In einem Hangar mit Blick auf startende Airbusse wird im Rahmen des bereit eingeführten Festivals ein eigenes Konzert veranstaltet, Bandwettbewerb inklusive. Das Ergebnis: Die Wahrnehmung der Marke Vodafone stieg deutlich an.

Über mangelnde Medienaufmerksamkeit kann sich die Elbphilharmonie nicht

beklagen – die Querelen um Bauverzögerungen haben das Konzerthaus am Hamburger Hafen international berühmt-berüchtigt gemacht. Und immer noch ist kein Eröffnungstermin in Sicht. Andererseits hat das Haus aber auch schon eine Erfolgsgeschichte geschrieben, wie Elbphilharmonie-Geschäftsführer Gereon Röckath eloquent darlegt. Nämlich als Beispiel für *public private partnership*, also der Partnerschaft von öffentlicher Hand und Wirtschaft. Das neue Wahrzeichen wird unter einem Dach neben dem kostenintensiven Konzertsaal auch gewinnbringende Bereiche wie ein Hotel, Gastronomie, Eigentumswohnungen und ein Parkhaus vereinen.

Neidisch auf hanseatische Milzenatradition macht eine andere Zahl. 68 Millionen Euro haben wenige Superreiche für das Prestigeobjekt spendiert. Die Breitenkampagne, mit der man mehrere Jahre lang versuchte, Kleinspenden zu motivieren, brachte dagegen nur eine Million Euro. Die nicht abbrechende Kette der Hornmeldungen von der Baustelle hat nicht die „Hamburger Pfeffersäcke“, wohl aber den „kleinen Mann“ nachhaltig demotiviert. Um es im Marketingsprech zu sagen: da warten neue Herausforderungen.

Sparstrümpfe und Pfeffersäcke

Von der Kunst des Vermarktens: Eindrücke vom Berliner „Kulturinvest-Kongress 2011“

Da rieben sich die Bürger von Hannover die Augen. Mitten im von Baustellen verwüsteten Herz ihrer Stadt, am Kröpcke, ragte im Februar dieses Jahres ein Schild empor, das verkün-

causales

dete: „Hier entsteht eine Moschee.“ Eine Ansicht des von Minaretten dominierten Platzes war auch gleich dabei. Und eine Telefonnummer für weitere Informationen. Gemüter und Leitungen liefen schnell heiß. Auf der Gegenseite aber meldete sich kein islamischer Bauverein, sondern das Schauspiel Hannover als Urheber des Plakats – und informierte über seine nächste Premiere. „Moschee DE“ reflektiert die Auseinandersetzung um den Bau einer Moschee in Berlin-Heinersdorf.

Ein gelungener Theatercoup mit den Mitteln der Guerilla- PR, der dem Schauspiel Hannover nicht nur Aufmerksamkeit für seine neue Produktion einbrachte, sondern das Theater auch als Ort aktueller Debatten in der Stadt positionierte.

Normalerweise gilt die RWE-Kulturstiftung innerhalb des Energieversorgungskonzerns als harmlose „Exotenabteilung“. Jüngst allerdings eckten die Kunstförderer intern dann doch ziemlich an: als nämlich einer ihrer „artists in residence“ eine Fotoserie über den Braunkohletagebau Garzweiler ausstellte. So poetisch-ästhetisch die Aufnahmen auch sein mochten – großformatige Bilder über jenes Revier, das RWE besonders viele Negativschlagzeilen einbrachte, mochte mancher Verantwortliche dann doch nicht in den Fluren des eigenen Verwaltungsgebäudes sehen. Da galt es dann für die Stiftungsmitarbeiter, standhaft die Freiheit der Kunst zu verteidigen, auch der gesponserten.

Zwei Beispiele für das komplexe, sich wandelnde und nicht immer ganz reibungsfreie Zusammenspiel von Wirtschaft, Kultur und Publikum. Über die Entwicklungsmöglichkeiten dieser Dreiecksbeziehung diskutierten jetzt zwei Tage lang mehr als 400 Fachleute beim „Kulturinvest-Kongress“ in den Veranstaltungsräumen des Tagesspiegel-Hauses am Askani-schen Platz. Oliver Scheytt, als langjähriger Essener Kulturdezernent, Geschäftsführer des Kulturhauptstadtjahrs „Ruhr 2010“ sowie als Unternehmensberater mit allen Seiten vertraut, zitierte in seinem Eröffnungsvortrag Stefan Raab. Der brachte in einem Song auf den Punkt, worum es letztlich immer geht: Wadde hadde dudde da? Wer hat welches Produkt zu bieten – und wie lässt es sich hinbekommen, dass alle Partner von dem Handel profitieren, die finanziell Not leidenden Institutionen und ihre Besucher wie auch jene Firmen, die sich durch kulturelles Engagement einen positiven Imagetransfer erhoffen.

Einige, denen dies besonders gut gelungen ist, wurden am Donnerstagabend im Tipi am Kanzleramt mit dem Kulturmarken-Award 2011 ausgezeichnet. Gleich zwei Preise konnte dabei das thüringische Städtchen Gotha abräumen, in der neuen Rubrik des „Freundeskreises des Jahres“, der an die dortigen „Museumslöwen“ ging, wie auch im Bereich Stadtmarketing. Zur Trendmarke 2011 wurde das „Podium Festival Esslingen“ gekürt, eine Eigeninitiative junger Musiker. Dem Wiener Burgtheater brachte eine plakative Imagekampagne die Ehreung als beste Kulturmarke ein. Großkonzerne, die sich ihrer Verantwortung für das Gemeinwesen stellen, waren vertreten durch den Audi-Kulturmanager Jürgen Bachmann sowie durch Bayer, den Kulturinvestor des Jahres – Letzterer pointiert gelobt von Tagesspiegel-Chefredakteur und Laudator Stephan-Andreas Casdorff.

causales

Wie Wirtschaft in Kultur investiert, unterliegt einem steten Wandel. „Bewertbare Erfolge“ sollen am Ende der Bemühungen stehen, die sich nicht allein darin messen lassen, ob durch Opernsponsoring mehr Autos verkauft wurden. Das kann sogar nach hinten losgehen, wie Jürgen Bachmann berichtet: Einladungen zu zeitgenössischem Musiktheater können schlimmstenfalls zu stornierten Aufträgen führen. Zudem findet klassisches Sponsoring kaum Medienaufmerksamkeit. Für Audi heißt die Konsequenz: mehr eigene Veranstaltungsformate entwickeln, selber Kulturanbieter werden. Ganze Festivals werden in Ingolstadt erdacht, 450 Kulturveranstaltungen organisieren Bachmann und sein Team inzwischen pro Jahr – um als attraktiver Arbeitgeber, Motor einer Region und glaubwürdige Marke zu gelten.

Ähnlich der Weg, den Vodafone im deutschen Firmensitz Düsseldorf einschlägt. Als Hautsponsor unterstützt das Unternehmen mit der „Jazz Rallye Düsseldorf“ nicht nur das mit 300 000 Besuchern größte deutsche Jazzfestival. In einem Hangar mit Blick auf startende Airbusse wird im Rahmen des bereit eingeführten Festivals ein eigenes Konzert veranstaltet, Bandwettbewerb inklusive. Das Ergebnis: Die Wahrnehmung der Marke Vodafone stieg deutlich an.

Über mangelnde Medienaufmerksamkeit kann sich die Elbphilharmonie nicht beklagen – die Querelen um Bauverzögerungen haben das Konzerthaus am Hamburger Hafen international berühmt-berüchtigt gemacht. Und immer noch ist kein Eröffnungstermin in Sicht. Andererseits hat das Haus aber auch schon eine Erfolgsgeschichte geschrieben, wie Elbphilharmonie-Geschäftsführer Gereon Röckrath eloquent darlegt. Nämlich als Beispiel für public private partnership, also der Partnerschaft von öffentlicher Hand und Wirtschaft. Das neue Wahrzeichen wird unter einem Dach neben dem kostenintensiven Konzertsaal auch gewinnbringende Bereiche wie ein Hotel, Gastronomie, Eigentumswohnungen und ein Parkhaus vereinen.

Neidisch auf hanseatische Mäzenatentradition macht eine andere Zahl. 68 Millionen Euro haben wenige Superreiche für das Prestigeprojekt spendiert. Die Breitenkampagne, mit der man mehrere Jahre lang versuchte, Kleinspender zu motivieren, brachte dagegen nur eine Million Euro. Die nicht abreißende Kette der Horrormeldungen von der Baustelle hat nicht die „Hamburger Pfeffersäcke“, wohl aber den „kleinen Mann“ nachhaltig demotiviert. Um es im Marketingsprech zu sagen: da warten neue Herausforderungen.

Datum: 29.10.2011	Der Tagesspiegel
Auflage:147.684	Kontakt: 369.210

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Das Beste aus Thüringen.
thueringer-allgemeine.de
In Kooperation mit Ostthüringer Zeitung und Thüringische Landeszeitung.

Thüringen & die Welt Region auswählen

Aktuell Politik Wirtschaft Sport Kultur Leben Veranstaltungen Video Suche in allen Nachrichten

Zum Thema: | Die Zukunft von Opel | Bundeswehrreform | Erfurter Herbstlese | Nachtschicht | alle Themen ...

Gotha adelt: Mit QR-Codes zur Stadtmarke des Jahres

Im Finale um die beste Stadtmarke hat sich Gotha gegen die Städte Karlsruhe und Görlitz durchgesetzt. Archivfoto

Die KulTourStadt Gotha GmbH hat mit ihrer Stadtmarke Gotha adelt den begehrten Kulturmarken Award in der Kategorie Stadtmarke des Jahres 2011 gewonnen.

Schmalkalden/Gotha. Für die begehrte Auszeichnung haben sich 107 namhafte Kulturanbieter, Stadtmarketinggesellschaften, Fördervereine und Kulturinvestoren in sechs Kategorien beworben. Im Finale um die beste Stadtmarke hat sich Gotha gegen die Städte Karlsruhe und Görlitz durchgesetzt.

Beeindruckt hat die 18-köpfige Jury die Bandbreite, durch die der Claim "Gotha adelt" auf pfiffige Art und Weise kommuniziert wird. So ist die gemeinsam mit der Fachhochschule Schmalkalden initiierte, deutschlandweit größte QR-Code-Kampagne genauso Bestandteil wie der "Gotha adelt"-Laden mit Produkten aus der Region. Für Smartphonebesitzer gibt es seit einigen Monaten in der Stadt verteilte QR Codes an historischen Gebäuden. Diese müssen nur ab fotografiert werden, um im Internet eine Informationsseite zur Stadtgeschichte aufzurufen.

Anzeige
e noch frei? Supergünstige Domains mit Webspace bei prüfe

aktuelle Nachrichten

- Stiftung erwirbt Sammlung wertvoller Faust-Drucke
- Neuer Vorfall aus Fukushima gemeldet
Aus dem havarierten Atomkraftwerk Fukushima wird e... mehr...
- DGB-Chef warnt G-20 vor Jugendarbeitslosigkeit
- Die Sporthöhepunkte am 02. November
- Chinesisches Raumschiff "Shenzhou 8" ins All gestartet

aktuelle Video-News

- Zwei an einem Tag (Trailer 1)
Jeden 15. Juli treffen sich Emma und Dexter. 20 Ja... mehr...
- Real Steel (Trailer)
- Paranormal Activity 3
- Fenster zum Sommer
- Real Steel (Ausschnitt 1)

Gotha adelt: Mit QR-Codes zur Stadtmarke des Jahres

Die KulTourStadt Gotha GmbH hat mit ihrer Stadtmarke Gotha adelt den begehrten Kulturmarken Award in der Kategorie Stadtmarke des Jahres 2011 gewonnen. Schmalkalden/Gotha. Für die begehrte Auszeichnung haben sich 107 namhafte Kulturanbieter, Stadtmarketinggesellschaften, Fördervereine und Kulturinvestoren in sechs Kategorien beworben. Im Finale um die beste Stadtmarke hat sich Gotha gegen die Städte Karlsruhe und Görlitz durchgesetzt.

causales

Beeindruckt hat die 18-köpfige Jury die Bandbreite, durch die der Claim "Gotha adelt" auf pfiffige Art und Weise kommuniziert wird. So ist die gemeinsam mit der Fachhochschule Schmalkalden initiierte, deutschlandweit größte QR-Code-Kampagne genauso Bestandteil wie der "Gotha adelt"-Laden mit Produkten aus der Region. Für Smartphonebesitzer gibt es seit einigen Monaten in der Stadt verteilte QR Codes an historischen Gebäuden. Diese müssen nur abfotografiert werden, um im Internet eine Informationsseite zur Stadtgeschichte aufzurufen.

Umgesetzt wird die QR-Code-Kampagne durch Professor Dr. Thomas Urban und Andreas Jung von der Fakultät Informatik der FH Schmalkalden. Die Stadt Gotha ist hierbei ein Vorzeigeprojekt für das Stadtmarketing mit QR-Codes. "Ein wesentliches Ziel der Kampagne in der Stadt Gotha ist es, insbesondere jüngeren Menschen die historisch sehr bedeutsame Geschichte und Kultur der Stadt emotional ansprechend zu vermitteln", so Professur Dr. Thomas Urban. Im Laufe der nächsten Jahre sollen noch viele Hundert QR-Code-Schilder in ganz Thüringen platziert werden, so der Plan der Schmalkalder Wissenschaftler, die derzeit auch die Thüringer Nationalen Naturlandschaften mit QR-Codes ausstatten.

Datum: 2.11.2011	Thüringer Allgemeine Zeitung
Auflage: 189.337	Kontakt: 473.342

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011



Podium- Festival gekürt

Podium, das Junge Europäische Musikfestival Esslingen, wurde beim Kulturmarken Award 2011, bei dem jährlich die besten Kulturvermittlungs- und Marketingleistungen im deutschsprachigen Raum ausgezeichnet werden, zur "Trendmarke des Jahres" gekürt. Die Agentur Causales ehrt in dieser Kategorie Kulturinstitutionen, die sich durch ihre Innovation im Kulturmarketing, Kreativität in der Markeninszenierung und ihr visionäres Potential auszeichnen. Der Kerngedanke von Podium ist es, ohne Rücksicht auf Konventionen ein Klassikfestival des 21. Jahrhunderts zu schaffen, das die Musik frei, vielfältig und wegweisend präsentiert.

Datum: 3.11.2011	Stuttgarter Wochenblatt
Auflage: 360.805	Kontakt: 902.013

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the Stuttgarter Wochenblatt website interface. At the top, the date is 'DIENSTAG, 08.11.2011'. The main navigation bar includes 'HOME', 'MEINUNG & FOTOS', 'WAS WANN WO', 'ANZEIGENMARKT', 'ANZEIGE AUFGEBEN', and 'VERLAG & SERVICE'. Below this, there are sub-navigation links like 'Aktuell', 'Porträt der Woche', 'Stuttgarter Spitzen', etc. The article title is 'Podium-Festival zweimal nominiert'. The main image shows a woman (Rebecca Stahlberg) talking to a man in a car. The text below the image states: 'ESSLINGEN Das Podium Festival Esslingen ist in zwei Kategorien für den Kulturmarken Award 2011 nominiert. Dieser zeichnet die besten Kulturvermittlungs- und Marketingleistungen im deutschsprachigen Raum aus. Das inhaltliche Konzept und innovative Marketing des Festivals wurde in der Kategorie "Trendmarke des Jahres" und in der Kategorie "Kulturmanager des Jahres" für außerordentliche Leistungen der Kulturvermittlung ist der Initiator und künstlerischer Leiter Steven Walter stellvertretend für das Podium Team nominiert. Bekanntgabe der Preisträger ist am 27. Oktober.' The date '13.10.2011' and update time 'aktualisiert: 13.10.2011 07:01 Uhr' are also visible.

Podium-Festival zweimal nominiert

Das Podium Festival Esslingen ist in zwei Kategorien für den Kulturmarken Award 2011 nominiert. Dieser zeichnet die besten Kulturvermittlungs- und Marketingleistungen im deutschsprachigen Raum aus. Das inhaltliche Konzept und innovative Marketing des Festivals wurde in der Kategorie "Trendmarke des Jahres" und in der Kategorie "Kulturmanager des Jahres" für außerordentliche Leistungen der Kulturvermittlung ist der Initiator und künstlerischer Leiter Steven Walter stellvertretend für das Podium Team nominiert. Bekanntgabe der Preisträger ist am 27. Oktober.

Datum: 13.10.2011	Stuttgarter Wochenblatt
Auflage: 360.805	Kontakt: 902.013

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

KLEINE ZEITUNG
28. Oktober 2011 12:43 Uhr | Als Startseite

STEIERMARK POLITIK WIRTSCHAFT SPORT CHRONIK KULTUR KLEINE.TV LIFESTYLE INTERAKTIV

Übersicht TV Kino Events & Tickets

28 Viele Österreicher bei Erster Hilfe ratios 12:23 Zweites Schiff lief nahe "Rena" auf Grund 12:22

Home > Kultur & Medien

Voriger Artikel Kultur & Medien: 1/20 Nächster Artikel

Zuletzt aktualisiert: 28.10.2011 um 11:25 Uhr Kommentare

Burgtheater "Kulturmarke des Jahres 2011"

Druckbare Version anzeigen
E-Mail Like
Tweet +1 0

Mehr Kultur & Medien

- ORF beendet Serie "Das Glück dieser Erde"
- Hofer Filmpreis geht an Peter Kern
- Kardinal-König-Kunstpreis 2011 an Christian Mayer
- "Vienna Jazz Floor" lädt zum intimen Musikgenuss
- Ohne Augenlicht im Rampenlicht

Das Burgtheater ist in Deutschland als "Kulturmarke des Jahres 2011" ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung wurde am Donnerstag auf einer Gala im Rahmen des KulturInvest-Kongresses, des größten Branchentreffs für Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring im deutschsprachigen Raum, in Berlin überreicht.

Der Kulturmarken-Award ist der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestments im deutschsprachigen Raum, ausgeschrieben von der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.

Burgtheater „Kulturmarke des Jahres 2011“

Das Burgtheater ist in Deutschland als "Kulturmarke des Jahres 2011" ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung wurde am Donnerstag auf einer Gala im Rahmen des KulturInvest-Kongresses, des größten Branchentreffs für Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring im deutschsprachigen Raum, in Berlin überreicht.

Der Kulturmarken-Award ist der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestments im deutschsprachigen Raum, ausgeschrieben von der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. Aus 107 Bewerbungen waren das Burgtheater, das Hamburg Ballett - John Neumeier und das NRW Forum Kultur und Wirtschaft nominiert worden. Darüber hinaus wurden das PODIUM Festival Esslingen für die innovative Markenführung als "Trendmarke des Jahres 2011" und Jürgen Bachmann, Kulturreferent der AUDI AG, als "Kulturmanager des Jahres 2011" geehrt.

causales

Die KulTourStadt Gotha wurde als "Stadtmarke des Jahres 2011" ausgezeichnet. Das Unternehmen Bayer AG erhielt für seine nachhaltige Kulturförderung mit dem Programm Bayer Kultur die Auszeichnung "Kulturinvestor des Jahres 2011". In der erstmalig ausgeschriebenen Kategorie "Förderverein des Jahres 2011" wurden die Museumslöwen des Museums für Natur Gotha geehrt.	
Datum: 28.10.2011	Kleine Zeitung
Auflage: 274.954	Kontakt: 687.385

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Montag, 19. September 2011
Kontakt
Impressum
Rund um Ihre Zustellung
Über uns
Archiv

**GUTSCHEIN
JETZT
ONLINE
KAUFEN.**
www.City-Seg.de

Wir verteilen
auch Ihre
HANDZETTEL
Pegasus

BOULEVARD Baden

START	LOKALES	LOKALSPORT	WAS, WANN & WO	ÜBERREGIONALES	VIDEOS & WEBCAMS	FOTOS	ZEITUNGSKIOSK	DEINBADEN.DE	
Nachrichten	Wirtschaft & IHK	Geschäftswelt	Politik lokal	Forschung & Studium	Schule	Kultur lokal	Ratgeber	Menschen helfen	Vereine

Start » Lokales » Wirtschaft & IHK » Stadtmarke des Jahres 2011 – Karlsruhe unter Top 3

Weitere Meldungen aus der Kategorie [Wirtschaft & IHK](#)

- Karlsruher erhalten Bundespreis „Beruf und Familie leben“
- Johannes Hurst wird neuer Politikchef der Wirtschaftsuniereen Deutschland
- Erfolgreich bestanden: IHK-Zertifikatslehrgang „Event- und Incentivemanagement“
- Nachwuchs bei der Arbeitsagentur
- Küchenprofis und Restaurantmeister lernen an der Europäischen Hotelfachschule

Stadtmarke des Jahres 2011 – Karlsruhe unter Top 3

19. September 2011 | 14:27 Uhr

Karlsruhe (bb). Karlsruhe ist beim bundesweiten Kulturmarken-Award in der Kategorie „Stadtmarke“ für die Auszeichnung „Stadtmarke des Jahres 2011“ nominiert. Die Bewerbung der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH hat es im renommierten Wettbewerb in die Endauswahl geschafft. Das neue Gestaltungs- und Kommunikationskonzept für das Stadtjubiläum 2015 und dessen Anwendung beim Stadtgeburtstag 2011 hat die Expertenjury überzeugt und gehört damit zu den besten drei Stadtmarken-Entwürfen 2011.

„Ich freue mich, dass sich Karlsruhe unter den vielen starken Bewerbungen um die ‚Stadtmarke 2011‘ durchgesetzt hat“, erläutert Margret Mergen, Erste Bürgermeisterin der Stadt Karlsruhe. „Die Nominierung unter die Top 3 zeigt, dass wir mit unserem Konzept zur Markenbildung Karlsruhes auf dem richtigen Weg sind.“

„Die Erfinderstadt und der Stadtgrundriss sind beides Kernelemente der Markenpositionierung. Die Kombination aus beidem ist 2011 erstmals zum Stadtgeburtstag umgesetzt worden“, erklärt Norbert Käthler, Geschäftsführer der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH. „Sie ist aber auch die Grundidee für die Neupositionierung von Karlsruhe zum Stadtjubiläum 2015.“

Die Botschaft des Konzepts: Karlsruhe, eine Stadt erfindet sich neu. Hier sind Innovation, ...

Verfügbarkeit prüfen und zum festen Erdgaspreis wechseln!

Ihre PLZ

jetzt prüfen

*Vorbehaltlich der Änderung von Steuern, Abgaben und sonstigen hoheitlichen Belastungen

MITGAS Einheizpreis

TECHNOLOGIEREGION KARLSRUHE

Gerhard J. Reuber
Geschäftsführer
der Technologieregion Karlsruhe

Stadtmarke des Jahres 2011 – Karlsruhe unter Top 3

Karlsruhe (bb). Karlsruhe ist beim bundesweiten Kulturmarken-Award in der Kategorie „Stadtmarke“ für die Auszeichnung „Stadtmarke des Jahres 2011“ nominiert. Die Bewerbung der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH hat es im renommierten Wettbewerb in die Endauswahl geschafft. Das neue Gestaltungs- und Kommunikationskonzept für das Stadtjubiläum 2015 und dessen Anwendung beim Stadtgeburtstag 2011 hat die Expertenjury überzeugt und gehört damit zu den besten drei Stadtmarken-Entwürfen 2011.

„Ich freue mich, dass sich Karlsruhe unter den vielen starken Bewerbungen um die ‚Stadtmarke 2011‘ durchgesetzt hat“, erläutert Margret Mergen, Erste Bürgermeisterin der Stadt Karlsruhe. „Die Nomi-

causales

nierung unter die Top 3 zeigt, dass wir mit unserem Konzept zur Markenbildung Karlsruhes auf dem richtigen Weg sind.“

„Die Erfinderstadt und der Stadtgrundriss sind beides Kernelemente der Markenpositionierung. Die Kombination aus beidem ist 2011 erstmals zum Stadtgeburtstag umgesetzt worden“, erklärt Norbert Käthler, Geschäftsführer der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH. „Sie ist aber auch die Grundidee für die Neupositionierung von Karlsruhe zum Stadtjubiläum 2015.“

Die Botschaft des Konzepts: Karlsruhe, eine Stadt erfindet sich neu. Hier sind Innovation, Wissenschaft und Erfindergeist zu Hause. Gestalterische Grundlage der Markenneubildung ist eine 3D-Bild-Marke, die den einmaligen strahlenförmigen Stadtgrundriss aufnimmt. Die Festivitäten der Karlsruher Stadtgeburtstage rund um das Schloss verbinden den Erfindergeist von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Der Stadtgeburtstag 2011 „Karlsruhe nimmt Fahrt auf“ war der erste Meilenstein der neuen Markenbildung auf dem Weg zum 300-jährigen Stadtjubiläum 2015.

Die Beratungs- und Designagentur JUNG:Kommunikation entwickelte das Gestaltungskonzept mit den markant strahlenförmigen Logos „KA 2015 Jubiläum Karlsruhe“ und „KA 300 Karlsruhe Jubiläum“. Umgesetzt wird das Layout durch die Agentur Pfeifle Design, Büro für Kommunikationsdesign.

Auf der Kulturmarken-Gala mit Preisverleihung, die mit Unterstützung der Deutschen Post DHL, des Tagesspiegels und der WELTKUNST am 27. Oktober im TIPI am Kanzleramt in Berlin stattfindet, geben Vertreter der Jury vor 500 Entscheidungsträgern und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Preisträger in den jeweiligen Kategorien bekannt. Für die Auszeichnung „Stadtmarke des Jahres“ wurden neben Stadt Karlsruhe die Europastadt Görlitz Zgorzelec und Kul-TourStadt Gotha zu den Finalisten gewählt. Als Preis für die „Stadtmarke des Jahres 2011“ winkt dem Gewinner eine bundesweite Werbekampagne.

Insgesamt 107 Kulturanbieter, Stadtmarketinggesellschaften, Fördervereine und Kulturinvestoren haben am diesjährigen Kulturmarken-Award teilgenommen. In den Kategorien „Kulturmarke“, „Trendmarke“, „Stadtmarke“, „Kulturmanager“, „Kulturinvestor“ und „Förderverein des Jahres“ hat eine renommierte Expertenjury je drei Finalisten ausgewählt.

Datum: 19.09.2011

Boulevard Baden


Auflage: 50.865

Kontakt: 127.162

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

	
<p>Datum: 19.07.2011</p>	<p>Werben & Verkaufen</p>
<p>Auflage: 32.950</p>	<p>Kontakt: 82.375</p>

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

<p>Datum: 3.05.2011</p>	<p>Werben & Verkaufen</p>
<p>Auflage: 32.950</p>	<p>Kontakt: 82.375</p>

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

BlachReport

Corporate Event
PR-/Medienevent
Brandevent



Konzept Award
Motivationsevent
Tech Award

Startseite Nachrichten BlachReport location Videos Marketing Services Newsletter BEA Mediadaten Kontakt

Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie

Sonntag, den 17. April 2011 um 15:16 Uhr

Gefällt mir

Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die „Kulturmarke“, den „Kulturmanager“, die „Trendmarke“, die „Stadtmarke“ und den „Kulturinvestor“ des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der „Förderverein des Jahres“ ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der sechste Kulturmarken-Award von der Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und der Weltkunst. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online bereit.

Namhafte Experten aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und führenden Fachmedien ermitteln am 15. September 2011 in den sechs Kategorien jeweils drei Nominierte. Zu den Entscheidungskriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 vor 500 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Im Vorjahr wurde die Kulturhauptstadt Ruhr.2010 als Kulturmarke des Jahres geehrt.

Die Kulturmarken-Gala findet im Rahmen des KulturInvest-Kongress, dem Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment am 27. und 28. Oktober 2011 im Verlagsgebäude des Tagesspiegels statt. Top-Referenten reflektieren in interessanten Themenforen Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien. Weitere Schwerpunkte der 12 Foren sind Kulturmanagement, Kulturmarketing, Kultursponsoring und Kulturinvestment. Veranstalter sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung des Tagesspiegels.

Info: www.kulturmarken.de

Social Links

Suchen...

EVENTMANAGER
DES JAHRES

location
EVENT- UND INCENTIVE LOCATIONS



kultur20
invest11
kongress
27./28. Oktober
causales

Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie

Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die „Kulturmarke“, den „Kulturmanager“, die „Trendmarke“, die „Stadtmarke“ und den „Kulturinvestor“ des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der „Förderverein des Jahres“ ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der sechste Kulturmarken-Award von der

causales

Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und der Weltkunst. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online bereit.

Namhafte Experten aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und führenden Fachmedien ermitteln am 15. September 2011 in den sechs Kategorien jeweils drei Nominierte. Zu den Entscheidungskriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 vor 500 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Im Vorjahr wurde die Kulturhauptstadt Ruhr.2010 als Kulturmarke des Jahres geehrt.

Die Kulturmarken-Gala findet im Rahmen des KulturInvest-Kongress, dem Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment am 27. und 28. Oktober 2011 im Verlagsgebäude des Tagesspiegels statt. Top-Referenten reflektieren in interessanten Themenforen Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien. Weitere Schwerpunkte der 12 Foren sind Kulturmanagement, Kulturmarketing, Kultursponsoring und Kulturinvestment. Veranstalter sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung des Tagesspiegels.

Datum: 17.04.2011	Blach Report
Auflage: 1.500	Kontakt: 3.750

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Fr 28.10.11 18:00

Gotha adelt - Die Stadtmarke des Jahres

Beim Kulturmarken Award im Tipi des Kanzleramts wurden am Donnerstag wieder herausragende Leistungen im Bereich des Kulturmarketing ausgezeichnet. Vor 500 Gästen wurden Preise in Kategorien wie Kulturmarke, Trendmarke und Stadtmarke ausgezeichnet. Die Stadt Gotha erhielt dabei den begehrten Preis für ihre Stadtmarke "Gotha adelt" im Rahmen der "KulTourStadt Gotha".

Gothas Marketingbeauftragte haben für diesen Erfolg hart gearbeitet und viele Neuerungen eingeführt. Für Smartphonebesitzer gibt es nun in der Stadt verteilte QR Codes. Diese müssen nur abfotografiert werden, um im Internet

Datum: 28.10.2011

RBB UM SECHS – Das Ländermagazin

Auflage:

Kontakt: 170.000

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the website **tv.berlin** with a navigation bar containing: **startseite**, **bezirke**, **nachrichten**, **sport**, **ratgeber**, **freizeit**, **tv-programm**.

The main article is titled **"Kulturmarken-Awards 2011"** and discusses the award ceremony held on Thursday evening. It mentions that 107 cultural providers, marketing agencies, and associations competed in six categories: „Kulturmarke“, „Trendmarke“, „Kulturmanager“, „Stadtmarke“, „Kulturinvestor“ and „Förderverein des Jahres 2011“. The jury, led by Prof. Dr. Oliver Scheytt, consisted of 18 members from culture, science, economics, and media.

The sidebar contains several widgets:

- Günstige Bahntickets**: Spare bis zu 70% beim nächsten Kauf eines Bahntickets. www.GEOTOPON.de/Bahnticket
- Wir lehnen Sie nicht ab**: Kredit bis 300.000 EUR und Kredit ohne Schufa. 100% Auszahlung. www.kredit24.de
- Google-Anzeigen**
- NOTDIENSTE**:
 - Notrufnummern
 - Störungsdienste
 - Medizinischer Notdienst
 - Krankenhäuser
 - Soziale Dienste
- STADTINFO**:
 - Behörden
 - Messen
 - Blutspende
 - Verbraucher
 - Fundbüro
 - Recyclinghöfe
- FREIZEIT-TIPPS**:
 - Sehenswürdigkeiten
 - Schwimbäder
 - Flohmärkte
 - Parks, Zoos, Seen
 - Wochenmärkte
- Berliner Morgenpost**: DAS IST BERLIN
 - EFSF-Chef in Peking: Milliarden-Investition - China lässt Europa zappeln
 - Stromanbieter wechselt: Bundesnetzagentur macht Energieversorgern Beine
 - Neue Thronfolge-Regelung: Prinz Williams Tochter könnte Königin werden
- WERBUNG**:
 - WELT KOMPAKT: 4 Wochen WELT KOMPAKT für nur 15,90 € testen!
 - Berlin TATTOO.** 3. -5. November 2011. Tickets jetzt sichern
 - tv.berlin ticketshop
 - PARTNER**: RT

At the bottom of the article, there is a video player showing a scene from the award ceremony with the caption: **Bericht: Harry Perlinger**. Below the video, it says: **Friday, den 28. Oktober 2011**.

Datum: 28.10.2011

TV Berlin

Auflage:

Kontakt: 233.000

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the MDR website interface. At the top, the MDR logo is on the left, and navigation links for 'Fr. 28.10.11', 'Seitenübersicht', 'Hilfe', 'Kontakt', 'Impressum', 'Unternehmen', and 'ARD.DE' are on the right. Below this is a horizontal menu with categories: FERNSEHEN, RADIO, NACHRICHTEN, SPORT, GESCHICHTE, SACHSEN, SACHSEN-ANHALT, THÜRINGEN, and MDR MEDIATHEK. A search bar is located below the menu. The main content area features a large banner for 'mdrum12 DAS LÄNDERMAGAZIN' with a photo of four people. A central video player displays the 'kulturmarken award 2011' logo. To the left of the video is a sidebar with 'Sendezeiten: Mo-Fr 11:45-12:30 Uhr' and a list of program categories: Überblick, Exklusiv, Service, Sport, Mittagskurier, Moderation, and Kontakt. To the right of the video is another sidebar with 'Drucken', 'Link versenden', 'Empfehlen', and a disclaimer: 'Der MDR ist nicht für den Inhalt externer Internetseiten verantwortlich!'. At the bottom of the page, there are links for 'Zurück zur letzten Seite' and 'Nach oben', and a footer with 'Kontakt | Impressum | Datenschutz | Rechtliche Hinweise' and '© 2011 MITTELDEUTSCHER RUNDFUNK'.

Datum: 28.10.2011

MDR um zwölf – Das Ländermagazin

Auflage:

Kontakt: 50.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011



Trendmarke des Jahres 2011

Das Internationale Zeitungsmuseum (IZM) in Aachen ist jetzt für die Auszeichnung "Trendmarke des Jahres 2011" nominiert worden. Der Kulturmarken-Award gilt als wichtigster deutscher Wettbewerb für Kultur und Stadtmarketing. Erst im Sommer wurde das Museum nach rund zweijähriger Umbauzeit wieder eröffnet. Das IZM bietet eine der aktuellsten Präsentationen der internationalen Medienwelt des 21. Jahrhunderts an. Bis Ende Dezember ist dort außerdem eine Ausstellung mit Karikaturen von Honoré Daumier zum Thema Zeitung zu sehen. Um die "Trendmarke des Jahres" haben sich auch die Trenntstadt Berlin und das Podium Festival Esslingen beworben. Die Bekanntgabe der Preisträger findet am 27. Oktober im Rahmen einer großen Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI-Zelt statt.

Datum: 13.10.2011	www.welt.de
Auflage: -	Kontakt: 30.466.535 Unique Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the homepage of the magazine 'crescendo'. At the top, a banner reads 'Endlich Fernsehen nach Wunsch.' Below the magazine title 'crescendo' and the tagline 'Das Magazin für klassische Musik & Lebensart', there are navigation links: 'aktuell | magazin | festspiele | archiv | abo | mediadaten'. The page features a search bar, a 'Suche' button, and a 'Go' button. Below the search bar, there are two promotional boxes for 'crescendo Premium'. The left box says 'Sofort bestellen: 7 Ausgaben mit Festspielguide + 6 Abo-CDs+Prämie Ihrer Wahl + Geschenk CD'. The right box says 'Erst Testen: 1 Ausgabe gratis + 1 Abo-CD + Geschenk CD bei Abo-Bestellung'. Below these boxes, there are navigation links: '→ Vorheriger Beitrag | → Nächster Beitrag'. The main article is titled 'Allgemein' and 'Burgtheater Wien ist Kulturmarke des Jahres 2011'. The article text reads: 'Das Wiener Burgtheater wurde am Abend des 27. Oktober 2011 im Rahmen einer feierlichen Preisverteilung im Berliner TIPI am Kanzleramt als „Kulturmarke des Jahres 2011“ ausgezeichnet. Vor über 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Niklas Duffek, stellvertretender kaufmännischer Geschäftsführer, die Ehrung entgegen. Darüber hinaus wurden das PODIUM Festival Esslingen für die innovative Markenführung als „Trendmarke des Jahres 2011“ und Jürgen Bachmann, Kulturreferent der AUDI AG, für sein herausragendes Engagement als „Kulturmanager des Jahres 2011“ geehrt. Die KulTourStadt Gotha wurde als „Stadtmarke des Jahres 2011“ ausgezeichnet. Das Unternehmen Bayer AG erhielt für seine nachhaltige Kulturförderung mit dem Programm Bayer Kultur die Auszeichnung „Kulturinvestor des Jahres 2011“. In der erstmalig ausgeschriebenen Kategorie „Förderverein des Jahres 2011“ wurden die Museumslöwen des Museums für Natur Gotha geehrt. 107 Bewerber aus dem gesamten deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die erfolgreichste Marketingstrategie, den engagiertesten Kulturvermittler und die kreativste und nachhaltigste Investitionsform in Kultur beteiligt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben Markenidentität, Markenerscheinung, Markenkompetenz auch die kreative Form der Kulturvermittlung und Kulturinvestition. Die Preisträger wählte eine

Burgtheater Wien ist Kulturmarke des Jahres 2011

Das Wiener Burgtheater wurde am Abend des 27. Oktober 2011 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als „Kulturmarke des Jahres 2011“ ausgezeichnet.

causales

Vor über 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Niklas Duffek, stellvertretender kaufmännischer Geschäftsführer, die Ehrung entgegen.

Darüber hinaus wurden das PODIUM Festival Esslingen für die innovative Markenführung als „Trendmarke des Jahres 2011“ und Jürgen Bachmann, Kulturreferent der AUDI AG, für sein herausragendes Engagement als „Kulturmanager des Jahres 2011“ geehrt.

Die KulTourStadt Gotha wurde als „Stadtmarke des Jahres 2011“ ausgezeichnet. Das Unternehmen Bayer AG erhielt für seine nachhaltige Kulturförderung mit dem Programm Bayer Kultur die Auszeichnung „Kulturinvestor des Jahres 2011“. In der erstmalig ausgeschriebenen Kategorie „Förderverein des Jahres 2011“ wurden die Museumslöwen des Museums für Natur Gotha geehrt.

107 Bewerber aus dem gesamten deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die erfolgreichste Marketingstrategie, den engagiertesten Kulturvermittler und die kreativste und nachhaltigste Investitionsform in Kultur beteiligt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben Markenidentität, Markenerscheinung, Markenkompetenz auch die kreative Form der Kulturvermittlung und Kulturinvestition. Die Preisträger wählte eine achtzehnköpfige Expertenjury aus.

Datum: 02.11.2011

www.crescendo.de

Auflage: -

Kontakt: 88.594 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the homepage of the 'crescendo' magazine website. At the top, there is a banner for 'KLASSIK inspiriert' with the BR KLASSIK logo. Below this, the magazine's title 'crescendo' is displayed, along with the tagline 'Das Magazin für klassische Musik & Lebensart' and the partner logo 'sozene'. A navigation bar includes links for 'aktuell', 'magazin', 'festspiele', 'archiv', 'abo', and 'mediadaten'. A search bar is located on the left. The main content area features several promotional boxes: 'crescendo Premium' offers a subscription with a festival guide and a gift CD; 'Erst Testen' offers a free issue with a subscription and a gift CD. The central article is titled 'Expertenjury nominiert 18 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2011', dated 19. September 2011. The article text states that 107 applications from cultural providers, projects, city marketing companies, and associations were received. A jury of 18 experts from various fields selected three nominees in six categories: 'Kulturmarke', 'Trendmarke', 'Kulturmanager', 'Stadtmarke', 'Kulturinvestor', and 'Förderverein des Jahres'. The 'Kulturmarke des Jahres' nominee is Burgtheater Wien, and the 'Trendmarke des Jahres' nominees are Internationales Zeilungsmuseum der Stadt Aachen and Trenntstadt Berlin.

Expertenjury nominiert 18 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2011

Die Nominierten der Kulturmarken-Awards 2011 stehen fest. 107 Bewerbungen namhafter Kulturanbieter, -projekte, Stadtmarketingunternehmen, Fördervereine und Kulturinvestoren wurden eingereicht.

Die 18-köpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählte am 15. September je drei Nominierte in den sechs Kategorien „Kulturmarke“, „Trendmarke“, „Kulturmanager“, „Stadtmarke“, „Kulturinvestor“ und „Förderverein des Jahres“ aus. Der Wettbewerb zeichnet die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und kreativsten Investitionsformen in Kultur im deutschsprachigen Raum aus und findet bereits zum sechsten Mal statt. Die feierliche Preisverleihung erfolgt am 27. Oktober 2011 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin.

Für den Preis „Kulturmarke des Jahres“ hat die Jury nominiert:

Burgtheater Wien

causales

Hamburg Ballett – John Neumeier
NRW Forum Kultur und Wirtschaft

In der Kategorie „Trendmarke des Jahres“ wurden nominiert:

Internationales Zeitungsmuseum der Stadt Aachen
Trenntstadt Berlin
Podium junger Musiker e.V.

Als „Kulturmanager des Jahres“ hat die Jury nominiert:

Jürgen Bachmann, AUDI AG
Peter Schwenkow, DEAG Deutsche Entertainment AG
Steven Walter, Podium junger Musiker e.V.

Für die Auszeichnung „Stadtmarke des Jahres“ nominierte die Jury:

Europastadt Görlitz Zgorzelec
KulTourStadt Gotha
Stadt Karlsruhe

In der Kategorie „Kulturinvestor des Jahres“ wurden nominiert:

Bayer Kultur
Berenberg Bank
Museum Ravensburger

Als „Förderverein des Jahres“ wurden nominiert:

Freunde und Förderer Nationaltheater Mannheim e.V.
Max-Liebermann-Gesellschaft Berlin
Museumslöwen e.V., Gotha

Auf der Kulturmarken-Gala mit Preisverleihung, die mit Unterstützung der Deutschen Post DHL, des Tagesspiegels und der WELTKUNST im TIPI am Kanzleramt stattfindet, geben Vertreter der Jury vor 500 Entscheidungsträgern und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Preisträger in den jeweiligen Kategorien bekannt. Die Gala ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongress, dem größten Branchentreff für Kulturmanagement, Kulturmarketing und Kultursponsoring im deutschsprachigen Raum, der bereits zum dritten Mal am 27. und 28. Oktober 2011 in Berlin stattfindet.

Datum: 19.09.2011

www.crescendo.de

Auflage: -

Kontakt: 88.594 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011



Nr. 61 - November 2011
KM - der Monat: Themen & Hintergründe

39

Vorsprung durch Kultur

Jürgen Bachmann, Preisträger des Kulturmarken-Award „Kulturmanager des Jahres 2011“

Am 27. Oktober wurden im TIPI am Kanzleramt die Kulturmarken-Awards 2011 in Rahmen einer gelungenen und kurzweiligen Gala verliehen. Jürgen Bachmann, Leiter der Kulturabteilung von AUDI, bekam von Dirk Schütz, Geschäftsführer der KM Kulturmanagement Network GmbH, den Preis für den „Kulturmanager des Jahres“ überreicht. Die Laudatio von Dirk Schütz erhielt eine so hohe Resonanz, dass wir Ihnen diese in leicht geänderter Form zur Verfügung stellen möchten.

Ein Beitrag von Dirk Schütz, ds@Kulturmanagement.net

Das Berufsbild des Kulturmanagers bzw. der Kulturmanagerin hat sich in den letzten Jahren stark ausdifferenziert, und das Tätigkeitsfeld verbreiterte sich enorm. Man findet sie nicht nur in den klassischen Kultureinrichtungen wie in Theatern und Museen oder als Künstlermanager. Heute sind KulturmanagerInnen in ganz unterschiedlichen Kontexten tätig, in Stiftungen, Banken oder in den Marketing-, Sponsoring-, und Kulturabteilungen von weltweit agierenden Unternehmen. Ein diversifizierender Prozess, der die Ansprüche an das Berufsbild stetig verändert und weiterhin verändern wird.

Gerade in Wirtschafts- und Industrieunternehmen ist die Arbeit von Kulturmanagern ein tagtägliches Spagat, hat man doch die verschiedensten Ansprüche zu berücksichtigen und auszugleichen oder schwierige Kommunikationsprozesse zu meistern. Der Glaube an die Sinnhaftigkeit des eigenen Tuns, die hohen künstlerischen Ambitionen und die Erwartungen der Kulturschaffenden, Kulturpartner und des Publikums muss man in Einklang bringen mit den Zielen von Aktionären und Vorstand, mit den Kommunikationsstrategien der PR- und Marketingabteilungen, den Forderungen von Konzernmitarbeitern an die gesellschaftliche Verantwortung des Arbeitgebers sowie mit den Erwartungen des Unternehmensumfeldes und der Region.

Unser diesjähriger Preisträger, Jürgen Bachmann, versteht es meisterhaft, diesen Anforderungen gerecht zu werden und sie in eine ausgewogene Balance miteinander zu bringen. Wie diese scheinbar entgegengesetzten Welten zusammengeführt werden können, hat er schon zu Studierzeiten gelernt und praktiziert. Das BWL-Studium verband er eierwehmlich mit dem Studium der Musikpädagogik, bei dem auch er in künstlerischen Fächern ausgebildet wurde. Die eigene künstlerische Tätigkeit lässt ihn bis heute nicht los, und so bereichert er das musikalische Leben der Region mit Konzerten als klassischer Sänger oder Saxofonist. Jürgen Bachmann übernahm, nach einer Anstellung als Assistent des geschäftsführenden Direktors des Staatstheaters Nürnberg, im Jahre 2005 die Stelle des Kulturreferenten der AUDIAG und begann 2008 die

Vorsprung durch Kultur

Jürgen Bachmann, Preisträger des Kulturmarken-Award „Kulturmanager des Jahres 2011“

Am 27. Oktober wurden im TIPI am Kanzleramt die Kulturmarken-Awards 2011 in Rahmen einer gelungenen und kurzweiligen Gala verliehen. Jürgen Bachmann, Leiter der Kulturabteilung von AUDI, bekam von Dirk Schütz, Geschäftsführer der KM Kulturmanagement Network GmbH, den Preis für den „Kulturmanager des Jahres“ überreicht. Die Laudatio von Dirk Schütz erhielt eine so hohe Resonanz, dass wir Ihnen diese in leicht geänderter Form zur Verfügung stellen möchten. Ein Beitrag von Dirk Schütz, ds@Kulturmanagement.net

causales

Das Berufsbild des Kulturmanagers bzw. der Kulturmanagerin hat sich in den letzten Jahren stark ausdifferenziert, und das Tätigkeitsfeld verbreiterte sich enorm. Man findet sie nicht nur in den klassischen Kultureinrichtungen wie in Theatern und Museen oder als Künstlermanager. Heute sind KulturmanagerInnen in ganz unterschiedlichen Kontexten tätig, in Stiftungen, Banken oder in den Marketing-, Sponsoring-, und Kulturabteilungen von weltweit agierenden Unternehmen. Ein diversifizierender Prozess, der die Ansprüche an das Berufsbild stetig verändert und weiterhin verändern wird. Gerade in Wirtschafts- und Industrieunternehmen ist die Arbeit von Kulturmanagern ein tagtägliches Spagat, hat man doch die verschiedensten Ansprüche zu berücksichtigen und auszugleichen oder schwierige Kommunikationsprozesse zu meistern. Der Glaube an die Sinnhaftigkeit des eigenen Tuns, die hohen künstlerischen Ambitionen und die Erwartungen der Kulturschaffenden, Kulturpartner und des Publikums muss man in Einklang bringen mit den Zielen von Aktionären und Vorstand, mit den Kommunikationsstrategien der PR- und Marketingabteilungen, den Forderungen von Konzernmitarbeitern an die gesellschaftliche Verantwortung des Arbeitgebers sowie mit den Erwartungen des Unternehmensumfeldes und der Region. Unser diesjähriger Preisträger, Jürgen Bachmann, versteht es meisterhaft, diesen Anforderungen gerecht zu werden und sie in eine ausgewogene Balance miteinander zu bringen. Wie diese scheinbar entgegengesetzten Welten zusammengeführt werden können, hat er schon zu Studienzeiten gelernt und praktiziert. Das BWL-Studium verband er einvernehmlich mit dem Studium der Musikpädagogik, bei dem auch er in künstlerischen Fächern ausgebildet wurde. Die eigene künstlerische Tätigkeit lässt ihn bis heute nicht los, und so bereichert er das musikalische Leben der Region mit Konzerten als klassischer Sänger oder Saxofonist. Jürgen Bachmann übernahm, nach einer Anstellung als Assistent des geschäftsführenden Direktors des Staatstheaters Nürnberg, im Jahre 2005 die Stelle des Kulturreferenten der AUDI AG und begann 2008 die kulturellen Aktivitäten des Konzerns strategisch in einer Kulturabteilung zu bündeln. Seither haben sich die kulturellen Projekte und Veranstaltungen rasant entwickelt. Die Anzahl ist in dieser Zeit exponentiell von 52 auf 187 gestiegen und deren Qualität findet eine überregionale Beachtung.

Mit der in der Unternehmenswelt einzigartigen AUDI Jugendchorakademie, den zahlreichen Veranstaltungen wie dem AUDI Jazz Festival, den AUDI Sommerkonzerten, dem AUDI RockPop Festival oder auch dem konzerninternen Kultur-Consulting-Service für die Vertriebsregionen und den Volkswagen-Konzern hat Jürgen Bachmann Maßstäbe gesetzt. Er entwickelt dabei innovative Projekte wie auch Vermittlungsformen und beeinflusst maßgeblich das kulturelle Leben und künstlerische Schaffen der Region und darüber hinaus – und das über alle Generationen hinweg. Wie sehr sein Herz für die Kultur schlägt, zeigt auch sein überdurchschnittliches privates Engagement, das er geschickt mit

causales

der Unternehmensarbeit zu verbinden weiß. So setzt er sich als Geschäftsführer der Internationalen Simon Mayr Festspiele und der Simon Mayr Kultur GmbH, als künstlerischer Leiter der Neuburger Festspiele oder als Vorstandsmitglied im Freundeskreis Museum für Konkrete Kunst Ingolstadt für die Vermittlung nachhaltiger kultureller Werte ein.

Kultur und kulturelle Werte sind die Grundlage für eine funktionierende Gesellschaft und Wirtschaft – letztlich ist ohne diese ein vernünftiges wirtschaftliches Handeln nicht möglich. Was passiert, wenn das vergessen wird, können wir derzeit tagtäglich in den aktuellen Nachrichten beobachten. Umso wichtiger ist es, dass Menschen wie Jürgen Bachmann kulturelle Arbeit in Unternehmen ermöglichen, vorantreiben und vermitteln. Sie sind es, die durch künstlerische Freiräume und Experimentierflächen den Unternehmen die innovative Kraft von Kunst und Kultur zugänglich machen. Ich bin davon überzeugt, dass gerade dies in der heutigen vernetzten und globalisierten Welt der zentrale Unterschied ist, der Unternehmen zukunftsfähig macht. Und wer weiß: vielleicht führt ein solches Engagement in naher Zukunft dazu, dass es den ersten **CCO**, den ersten **Chief Cultural Officer** in einem Unternehmen gibt. Und vielleicht lauten dann Slogans nicht mehr „Vorsprung durch Technik“, sondern "Vorsprung durch Kultur". Ein solches Statement stünde jedenfalls auch einer zukunftsorientierten Gesellschaft gut zu Gesicht. Dass sich Jürgen Bachmann auf dem Podium nicht mit Worten, sondern mit einem von ihm auf dem Saxophon gespielten Stück bedankte, zeigte einmal mehr, welche Bedeutung Kunst und Kultur im Leben des Kulturmanagers spielen und Basis seiner Leidenschaft sind.

Datum: 08.11.2011

www.kulturmanagement.net

Auflage: -

Kontakt: Ø 21.500 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Nr. 60 · Oktober 2011
KM - der Monat: Vorgeht...

38

Drei für Musik

Die Nominierungen für den „Kulturmanager des Jahres 2011“

In der September-Ausgabe des KM Magazins haben wir Ihnen über das Engagement des *Kulturmanagement Networks* im Rahmen des Kulturmarken-Awards berichtet. Am 15. September hat nun die 18-köpfige Jury drei herausragende Kulturmanager nominiert, die wir Ihnen im Folgenden näher vorstellen möchten.

Ein Beitrag von Veronika Schuster, vs@kulturmanagement.net

Jürgen Bachmann

Das facettenreiche Engagement der Audi-Kulturabteilung wird maßgeblich von dessen künstlerischen Leiter, Jürgen Bachmann, gestaltet und vorangetrieben. Der studierte Betriebswirt und Musikpädagoge übernahm die Aufgabe des Kulturreferenten im Jahr 2005 und errichtete sukzessive durch die Bündelung der kulturellen Aktivitäten eine ganzheitliche Kulturstrategie für den Konzern. Zu den Aktivitäten des Unternehmens zählt die Nachwuchsförderung mit der *Audi Jugendchorakademie*, den *Audi Kinderkonzerten*, *Rhapsody in school* oder auch die *Europäische Jazzakademie*. Hinzu kommen zahlreiche weitere Angebote, die die Standortattraktivität erhöhen sollen, darunter Sommer-, Winter- und Benefiz-Konzerte, eine Jazzreihe und tägliche Filmaufführungen im Programmkinos im *Audi Forum* und ein *RockPop Festival*. Dass diese Kultur wichtiger Bestandteil der Unternehmensphilosophie ist, schildert bereits seit 1962 die unternehmenseigene *Bläserphilharmonie*, besetzt mit aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern, die aber auch Musikern aus der ganzen Region offen steht. Auch die Initiierung, Konzeption und Durchführung der *Simon Mayr Festspiele* gehen auf das intensive Engagement von Jürgen Bachmann, selbst leidenschaftlicher und aktiver Solo-Saxophonist und Solobass, zurück.

Peter Schwenkow

Peter Schwenkow ist der „Großunternehmer“ unter den diesjährigen Nominierten für den Kulturmanager des Jahres. Als Vorstand der *DEAG Deutsche Entertainment AG* leitet er den erfolgreichsten Tourneeveranstalter im Bereich Unterhaltung, Klassik und Show in Deutschland. Aufsehen erregte zuletzt sein Projekt der Seefestspiele am Berliner Wannensee, bei denen er, begleitet von einer erhöhten Medienaufmerksamkeit, die Ansprüche der Kunst, des Publikums und des Berliner Senats, amtlich der Umweltbehörde, jonglieren musste und mit mehr als 40.000 verkauften Tickets zum Erfolg führte. Peter Schwenkow setzt sich seit Jahrzehnten für die Professionalisierung der Unterhaltungs- und Tourneebranche ein, dabei begleitet er Künstler, wie Vittorio Grigolo oder David Carrett von Beginn an und steht ihnen als Berater zur Seite. Peter Schwenkow gibt sein erworbenes Wissen bei seiner Lehrtätigkeit am *Institut für Kultur- und Medienmanagement Hamburg* an die Studenten weiter.



Nr. 60 · Oktober 2011
KM - der Monat: Vorgeht...

39

... die Nominierungen für den „Kulturmanager des Jahres 2011“

Sein intensives Engagement zeigt, dass Begriffe wie Unterhaltung und Hochkultur sehr wohl miteinander einhergehen und ein breites Publikum begeistern können.

Steven Walter

Der jüngste Nominierte, Steven Walter, sorgte mit der Gründung des *PODIUMS - Junges Europäisches Musikfestival Esslingen* im Jahr 2009 für mehr als nur Aufmerksamkeit. Mit dem Anspruch über die starren Traditionen der klassischen Aufführungskultur hinaus ein in alle erdenklichen Richtungen junges Festival zu gründen, startete er das Projekt konsequent gedacht mit ausschließlich Gleichaltrigen. Bedenkt man, dass auch er erst 23 Jahre jung war, wird der erhöhte Aufmerksamkeitsgrad in den Medien verständlich. Von Beginn an wurde mit höchster Professionalität und immenssem Ideenreichtum gearbeitet und zahlreiche Einzelprojekte ins Leben gerufen, darunter die *Classical Club Night PODIUM 360°*, *PODIUM Education* oder das Patenschaftsprogramm *PODIUM VierOhren*. Was folgten, waren Auszeichnungen wie der *ECHO Klassik 2010*, der *red dot communication design award* oder der *Deutsche Jugendorchesterverspreis 2010/11*. Für Steven Walter und sein junges Team, im Alter von 17 bis 25 Jahren, ist die Einbindung von Medien des Web 2.0 eine Selbstverständlichkeit und durch konsequentes Crowdfunding eine der finanziellen Stützpfiler des Projektes. Dennoch ebenso selbstverständlich ist es, für das Festival alle Altersgruppen für eine neue Kultur im Konzertwesen zu begeistern. Gespannt ist vor allem zu erwarten, was der junge Kulturmanager in den nächsten Jahren noch verwirklichen wird. Lesen Sie auch den Kommentar von Steven Walter zum aktuellen Themenschwerpunkt *Künstler als Manager* auf Seite 3. [3](#)

WEITERE INFORMATIONEN

Die Verleihung der Kulturmarken-Awards findet im Rahmen der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 im Tipi am Kanzleramt statt.

Drei für Musik

Die Nominierungen für den „Kulturmanager des Jahres 2011“

In der September-Ausgabe des KM Magazins haben wir Ihnen über das Engagement des *Kulturmanagement Networks* im Rahmen des Kulturmarken-Awards berichtet. Am 15. September hat nun die 18-köpfige Jury drei herausragende Kulturmanager nominiert, die wir Ihnen im Folgenden näher vorstellen möchten. Ein Beitrag von Veronika Schuster, vs@kulturmanagement.net

causales

Jürgen Bachmann

Das facettenreiche Engagement der Audi-Kulturabteilung wird maßgeblich von dessen künstlerischen Leiter, Jürgen Bachmann, gestaltet und vorangetrieben. Der studierte Betriebswirt und Musikpädagoge übernahm die Aufgabe des Kulturreferenten im Jahr 2005 und errichtete sukzessive durch die Bündelung der kulturellen Aktivitäten eine ganzheitliche Kulturstrategie für den Konzern. Zu den Aktivitäten des Unternehmens zählt die Nachwuchsförderung mit der *Audi Jugendchorakademie*, den *Audi Kinderkonzerten*, *Rhapsody in school* oder auch die *Europäische Jazzakademie*. Hinzu kommen zahlreiche weitere Angebote, die die Standortattraktivität erhöhen sollen, darunter Sommer-, Winter- und Benefiz-Konzerte, eine Jazzreihe und tägliche Filmaufführungen im Programmkino im *Audi Forum* und ein RockPop Festival. Dass diese Kultur wichtiger Bestandteil der Unternehmensphilosophie ist, schildert bereits seit 1962 die unternehmenseigene *Bläserphilharmonie*, besetzt mit aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern, die aber auch Musikern aus der ganzen Region offen steht. Auch die Initiierung, Konzeption und Durchführung der *Simon Mayr Festspiele* gehen auf das intensive Engagement von Jürgen Bachmann, selbst leidenschaftlicher und aktiver Solo-Saxophonist und Solobass, zurück.

Peter Schwenkow

Peter Schwenkow ist der „Großunternehmer“ unter den diesjährigen Nominierten für den Kulturmanager des Jahres. Als Vorstand der *DEAG Deutsche Entertainment AG* leitet er den erfolgreichsten Tourneeveranstalter im Bereich Unterhaltung, Klassik und Show in Deutschland. Aufsehen erregte zuletzt sein Projekt der Seefestspiele am Berliner Wannsee, bei denen er, begleitet von einer erhöhten Medienaufmerksamkeit, die Ansprüche der Kunst, des Publikums und des Berliner Senats, amtlich der Umweltbehörde, jonglieren musste und mit mehr als 40.000 verkauften Tickets zum Erfolg führte. Peter Schwenkow setzt sich seit Jahrzehnten für die Professionalisierung der Unterhaltungs- und Tourneebranche ein, dabei begleitet er Künstler, wie Vittorio Grigolo oder David Garrett von Beginn an und steht ihnen als Berater zur Seite. Peter Schwenkow gibt sein erworbenes Wissen bei seiner Lehrtätigkeit am *Institut für Kultur- und Medienmanagement Hamburg* an die Studenten weiter. Sein intensives Engagement zeigt, dass Begriffe wie Unterhaltung und Hochkultur sehr wohl miteinander einhergehen und ein breites Publikum begeistern können.

Steven Walter

Der jüngste Nominierte, Steven Walter, sorgte mit der Gründung des PODIUMS - Junges Europäisches Musikfestival Esslingen im Jahr 2009 für mehr als nur Aufmerksamkeit. Mit dem Anspruch über die starren Traditionen der klassischen Aufführungskultur hinaus ein in alle erdenklichen Richtungen junges Festival zu gründen, startete er das Projekt konsequent gedacht mit ausschließlich

causales

Gleichaltrigen. Bedenkt man, dass auch er erst 23 Jahre jung war, wird der erhöhte Aufmerksamkeitsgrad in den Medien verständlich. Von Beginn an wurde mit höchster Professionalität und immensem Ideenreichtum gearbeitet und zahlreiche Einzelprojekte ins Leben gerufen, darunter die Classical Club Night PODIUM 360°, PODIUM.Education oder das Patenschaftsprogramm PODIUM.VierOhren. Was folgten, waren Auszeichnungen wie der ECHO Klassik 2010, der red dot communication design award oder der Deutsche Jugendorchesterpreis 2010/11. Für Steven Walter und sein junges Team, im Alter von 17 bis 25 Jahren, ist die Einbindung von Medien des Web 2.0 eine Selbstverständlichkeit und durch konsequentes Crowdfunding eine der finanziellen Stützpfeiler des Projektes. Dennoch ebenso selbstverständlich ist es, für das Festival alle Altersgruppen für eine neue Kultur im Konzertwesen zu begeistern. Gespannt ist vor allem zu erwarten, was der junge Kulturmanager in den nächsten Jahren noch verwirklichen wird. Lesen Sie auch den Kommentar von Steven Walter zum aktuellen Themenschwerpunkt Künstler als Manager auf Seite 3.

WEITERE INFORMATIONEN

Die Verleihung der Kulturmarken-Awards findet im Rahmen der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 im Tipi am Kanzleramt statt.

Datum: 07.10.2011	www.kulturmanagement.net
Auflage: -	Kontakt: Ø 21.500 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011



Nr. 59 · September 2011
KM - der Monat; Themen o.Hintergründe

27

Kulturmanager auf ihrem Weg begleiten

Über das Engagement für den Wettbewerb „KulturmanagerIn des Jahres“

Seit 2008 verleiht die Agentur Causales im Rahmen des Kulturmarken Award neben den Kategorien Kulturmarke, Trendmarke, Stadtmarke, Kulturinvestor und Förderverein, auch den Preis für den „KulturmanagerIn des Jahres“. Kulturmanagement Network ist in diesem Jahr zum vierten Mal Presenter dieser Auszeichnung. Dirk Schütz, Geschäftsführer des Kulturmanagement Networks, erklärt warum dieser Preis so wichtig ist und von seinem Unternehmen gefördert wird.

Ein Beitrag von Dirk Schütz, ds@kulturmanagement.net

KulturmanagerInnen werden als vieles bezeichnet, als Ermöglicher, als Vermittler und Vermarkter, als Visionär und Inszenator, als Grenzgänger und Dolmetscher, als Kulturunternehmer und Einzelkämpfer (siehe u. a. Van den Berg, 2007, Föhl 2008). Zutreffend ist wahrscheinlich eine Summe von allem. Denn das Berufsbild KulturmanagerIn lässt sich auch nach mehr als 20 Jahren nicht definitiv festlegen. Zu breit ist das Berufsfeld aufgestellt, zu unterschiedlich das Einsatzfeld - von Führung und Management über Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising oder Controlling hin zu den Bereichen der Programmplanung, der inszenatorischen oder kuratorischen Dramaturgie. Das mag in mancher Hinsicht ein Problem sein, vor allem wenn es um notwendige Arbeitsplatzbeschreibungen oder klare Honorarverhandlungen geht. Doch macht diese Vielfalt und Kreativität, das ruhelose Dazwischen, das Spannungsfeld der Einsatzbereiche wiederum den Reiz des Berufs KulturmanagerIn aus. Seinen Widerhall findet dieser im stetig erhöhten Bedarf an Fach- und Führungskräften im Kulturbetrieb wie auch in der konstant steigenden Zahl an Kulturmanagementstudiengängen.

Seit nunmehr 15 Jahren sind wir darum bemüht, das „Berufsbild“ des Kulturmanagers mit zu gestalten und weiter zu entwickeln. Wir begleiten Kulturmanagerinnen und Kulturmanager von der ersten Suche nach einem geeigneten Studienangebot, mit dem weltweit größten Studienführer, über die Recherche nach geeigneten Praktika zum Erlangen erster Berufserfahrung und den erfolgreichen Einstieg ins Berufsleben mit der ersten Anstellung - der Stellenmarkt ist weithin bekannt und das einzige umfassende Angebot in diesem Bereich - bis hin zur Besetzung von Führungspositionen und darüber hinaus im Sinne eines berufsqualifizierenden, lebenslangen Lernens. Unser Anspruch dabei ist die Professionalisierung des Kultursektors durch breite Informations- und Wissensvermittlung zu unterstützen. Wir möchten den Fach- und Führungskräften ermöglichen, den bestehenden Herausforderun-

Kulturmanager auf ihrem Weg begleiten

Über das Engagement für den Wettbewerb „KulturmanagerIn des Jahres“

Seit 2008 verleiht die Agentur Causales im Rahmen des Kulturmarken Award neben den Kategorien Kulturmarke, Trendmarke, Stadtmarke, Kulturinvestor und Förderverein, auch den Preis für den „KulturmanagerIn des Jahres“. Kulturmanagement Network ist in diesem Jahr zum vierten Mal Presenter dieser

causales

Auszeichnung. Dirk Schütz, Geschäftsführer des *Kulturmanagement Networks*, erklärt warum dieser Preis so wichtig ist und von seinem Unternehmen gefördert wird. Ein Beitrag von Dirk Schütz, ds@kulturmanagement.net

KulturmanagerInnen werden als vieles bezeichnet, als Ermöglicher, als Vermittler und Vermarkter, als Visionär und Inszenator, als Grenzgänger und Dolmetscher, als Kulturunternehmer und Einzelkämpfer (siehe u.a. Van den Berg, 2007, Föhl 2008). Zutreffend ist wahrscheinlich eine Summe von allem. Denn das Berufsbild KulturmanagerIn lässt sich auch nach mehr als 20 Jahren nicht definitiv festlegen. Zu breit ist das Berufsfeld aufgestellt, zu unterschiedlich das Einsatzfeld - von Führung und Management über Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising oder Controlling hin zu den Bereichen der Programmplanung, der inszenatorischen oder kuratorischen Dramaturgie.

Das mag in mancher Hinsicht ein Problem sein, vor allem wenn es um notwendige Arbeitsplatzbeschreibungen oder klare Honorarverhandlungen geht.

Doch macht diese Vielfalt und Kreativität, das ruhelose Dazwischen, das Spannungsfeld der Einsatzbereiche wiederum den Reiz des Berufs KulturmanagerIn aus. Seinen Widerhall findet dieser im stetig erhöhten Bedarf an Fach- und Führungskräften im Kulturbetrieb wie auch in der konstant steigenden Zahl an Kulturmanagementstudiengängen.

Seit nunmehr 15 Jahren sind wir darum bemüht, das „Berufsbild“ des Kulturmanagers mit zu gestalten und weiter zu entwickeln. Wir begleiten Kulturmanagerinnen und Kulturmanager von der ersten Suche nach einem geeigneten Studienangebot, mit dem weltweit größten Studienführer, über die Recherche nach geeigneten Praktika zum Erlangen erster Berufserfahrung und den erfolgreichen Einstieg ins Berufsleben mit der ersten Anstellung - der Stellenmarkt ist weithin bekannt und das einzige umfassende Angebot in diesem Bereich - bis hin zur Besetzung von Führungspositionen und darüber hinaus im Sinne eines berufsqualifizierenden, lebenslangen Lernens. Unser Anspruch dabei ist die Professionalisierung des Kultursektors durch breite Informations- und Wissensvermittlung zu unterstützen. Wir möchten den Fach- und Führungskräften ermöglichen, den bestehenden Herausforderungen erfolgreich zu begegnen. Denn Kulturmanagement ist, wie es Klaus Siebenhaar 2003 bezeichnete, eine „Collagendisziplin“, die ein stetes Lernen und die Fähigkeit sich offen auf neue Situationen einstellen zu können, bedingt. Eine Auszeichnung wie „KulturmanagerIn des Jahres“ zu unterstützen war für uns daher mehr als naheliegend. Verschafft sie doch den Leistungen der Kulturschaffenden Anerkennung und zeigt der Öffentlichkeit, dass ein lebendiger Kulturbetrieb genau diese engagierten Kräfte braucht, um eine künstlerische Idee in eine vermittelbare Form zu gießen.

Mit Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker, Folkert Uhde, Gründer des Radialsystem V in Berlin, Karl Janssen, Duisburger Beigeordneter für Kultur und Silke Fischer, Initiatorin und Leiterin des Märchenland e.V. konnten bisher

causales

KulturmanagerInnen ausgezeichnet werden, die mit innovativem Engagement und viel Herzblut Ideen, Projekte und Initiativen vorangetrieben haben. Sie ruhen sich keineswegs auf gewonnen Lorbeeren aus, sondern suchen unermüdlich nach kreativen und neuen Wegen, um den Kulturbetrieb abwechslungsreich zu gestalten und eine nachhaltige Zukunft zu ermöglichen. KulturmanagerInnen wie sie sind es, die diesem nichtdefinierten Beruf doch ein Gesicht geben. Sie machen ihn greifbar, zeigen die Vielfältigkeit wie auch die Notwendigkeit dieser Profession. Daher sind wir überzeugt, dass ein Preis wie der „KulturmanagerIn des Jahres“ eine wichtige Instanz ist, um die Bedeutung und anhaltende Brisanz dieser Disziplin zu reflektieren. Wir freuen uns daher auch in diesem Jahr, am 28. Oktober, die Auszeichnung an einen herausragenden Kulturmanager oder eine Kulturmanagerin übergeben zu dürfen.

Die Nominierten der Kulturmarken-Awards 2011

107 Bewerbungen namhafter Kulturanbieter, -projekte, Stadtmarketingunternehmen, Fördervereine und Kulturinvestoren wurden eingereicht. Die 18-köpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählte am 15. September je drei Nominierte in den sechs Kategorien:

"Kulturmarke des Jahres"

- Burgtheater Wien
- Hamburg Ballett - John Neumeier
- NRW Forum Kultur und Wirtschaft

"Trendmarke des Jahres"

- Internationales Zeitungsmuseum der Stadt Aachen
- Trenntstadt Berlin
- Podium junger Musiker e.V.

"Kulturmanager des Jahres"

- Jürgen Bachmann, AUDI AG
- Peter Schwenkow, DEAG Deutsche Entertainment AG
- Steven Walter, Podium junger Musiker e.V.

"Stadtmarke des Jahres"

- Europastadt Görlitz/Zgorzelec
- KulTourStadt Gotha
- Stadt Karlsruhe

"Kulturinvestor des Jahres"

- Bayer Kultur
- Berenberg Bank

causales

- Museum Ravensburger

"Förderverein des Jahres"

- Freunde und Förderer Nationaltheater Mannheim e.V.
- Max-Liebermann-Gesellschaft Berlin
- Museumslöwen e.V., Gotha

Datum: 21.09.2011

www.kulturmanagement.net

Auflage: -

Kontakt: Ø 21.500 Visitors

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the HORIZONT.NET website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Home', 'Aktuell', 'Kreation', 'Video', 'Standpunkt', 'Marktdaten', 'Karriere', 'Termine', 'Services', and 'Partner'. Below this is a search bar and a 'Suchen' button. The main content area features a large image of a beer bottle with a cork popping out, followed by the 'Kulturmarken Award 2011' campaign details. A table lists the product, customer, agency, start date, location, year, magazine, issue, and page number. To the right, there is a 'KREATION' sidebar with a search bar and a list of top-performing campaigns. At the bottom, there is an advertisement for XAD (DE PLATTFORM FÜR WERBUNG) and a red banner for 'In der Familienstudie 2011'.

Produkt	Kulturmarken Award 2011
Kunde	Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH
Agentur	Agentur eintragen
Starttermin	14.05.2011
Land	Deutschland
Jahr	2011
Magazin	Der Tagesspiegel
Magazinart	Tageszeitung
Ausgabe	14-05
Ausgabenseite	25

Die meist geklickten Kampagnen der letzten 30 Tage:

- 204 Clicks - Ikea
- 203 Clicks - Wrigley Extra Drops
- 168 Clicks - Paulaner "Yes - Royal Wedding"

XAD DE PLATTFORM FÜR WERBUNG
Alle Kampagnen von "Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH" finden Sie bei XAD - Der Kampagnendatenbank

In der Familienstudie 2011.

Datum: 16.05.2011

www.horizont.net

Auflage:

Kontakt: 240.000 Unique User

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows a news article on the 'DEUTSCHLAND today' website. The article is titled 'Stadtmarke des Jahres' and reports that Schmalkalden (fh) has won the award. The article text describes the 'Gotha adelt' campaign and the QR code initiative. The article has a rating of 0,0 (0 Stimm(en)). There are buttons for 'Versenden' and 'Drucken'. A list of 'Weiterführende Links zum Thema' includes 'Verkürzte Öffnungszeiten der Museen in Gotha', 'Diabetiker Selbsthilfegruppe Gotha sucht Mitglieder', 'Kulturmarken Award', 'Iris Gleike mit Bürgersprechstunde in Gotha', and 'Junge Künstler widmen sich dem Thema Jagd'. The article is credited to 'Foto: Frank Hornschuch'.

Stadtmarke des Jahres

Schmalkalden (fh) - Die KulTourStadt Gotha GmbH hat mit ihrer Stadtmarke „Gotha adelt“ den Kulturmarken Award in der Kategorie „Stadtmarke des Jahres 2011“ gewonnen. Für die begehrte Auszeichnung hatten sich 107 namhafte Kulturanbieter, Fördervereine und Kulturinvestoren beworben. Im Finale um die beste Stadtmarke hat sich Gotha gegen die Städte Karlsruhe und Görlitz durchgesetzt.

Beeindruckt hat die 18-köpfige Jury die Bandbreite, durch die der Claim „Gotha adelt“ auf pfiffige Art und Weise kommuniziert wird. So ist die gemeinsam mit der Fachhochschule Schmalkalden initiierte, deutschlandweit größte QR-Code-Kampagne genauso Bestandteil wie der „Gotha adelt“-Laden mit Produkten aus der Region. Für Smartphonebesitzer gibt es seit einigen Monaten in der Stadt verteilte QR Codes an historischen Gebäuden. Diese müssen nur abfotografiert werden, um im Internet eine Informationsseite zur Stadtgeschichte aufzurufen.

Die Fachhochschule Schmalkalden entwickelte die QR-Code-Kampagne.

© Foto: Frank Hornschuch

Bewerten Sie diesen Artikel

0,0 (0 Stimm(en))

Möchten Sie diesen Artikel

Versenden Drucken

Weiterführende Links zum Thema

- Verkürzte Öffnungszeiten der Museen in Gotha
- Diabetiker Selbsthilfegruppe Gotha sucht Mitglieder
- Kulturmarken Award
- Iris Gleike mit Bürgersprechstunde in Gotha
- Junge Künstler widmen sich dem Thema Jagd

Anzeige

Stadtmarke des Jahres

Schmalkalden (fh) - Die KulTourStadt Gotha GmbH hat mit ihrer Stadtmarke „Gotha adelt“ den Kulturmarken Award in der Kategorie „Stadtmarke des Jahres 2011“ gewonnen. Für die begehrte Auszeichnung hatten sich 107 namhafte Kulturanbieter, Fördervereine und Kulturinvestoren beworben. Im Finale um die beste Stadtmarke hat sich Gotha gegen die Städte Karlsruhe und Görlitz

causales

durchgesetzt.

Beeindruckt hat die 18-köpfige Jury die Bandbreite, durch die der Claim „Gotha adelt“ auf pfiffige Art und Weise kommuniziert wird. So ist die gemeinsam mit der Fachhochschule Schmalkalden initiierte, deutschlandweit größte QR-Code-Kampagne genauso Bestandteil wie der „Gotha adelt“-Laden mit Produkten aus der Region. Für Smartphonebesitzer gibt es seit einigen Monaten in der Stadt verteilte QR Codes an historischen Gebäuden. Diese müssen nur abfotografiert werden, um im Internet eine Informationsseite zur Stadtgeschichte aufzurufen.

Datum: 07.11.2011

www.dtoday.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Ihre Region
ÄNDERN

DEUTSCHLAND today

Startseite Regionen Forum Blog MEIN Today Marktplatz

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

» Regionen » Nachrichten » Residenzstadt Gotha mit beehrtem Titel "Beste Stadtmarke des Jahres" 2011 ausgezeichnet

Das war denkwürdig in der Hauptstadt

Residenzstadt Gotha mit beehrtem Titel "Beste Stadtmarke des Jahres" 2011 ausgezeichnet

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

Möchten Sie diesen Artikel
Versenden Drucken

Weiterführende Links zum Thema

- Auto-Brandstifter in Berlin gefasst
- Gedenktafel am Checkpoint Charlie eingeweiht
- Verdächtige stellen sich nach Attacke in Berliner U-Bahn
- Unter Terrorverdacht gefasste Berliner aus U-Haft frei
- Erneut zwei Angriffe auf Fahrgäste in Berliner U-Bahn

Anzeige
15.000 Eintritt frei!

Das Foto zeigt Kulturdirektor Mario Schiefelbein vorne in der Mitte. © Foto: privat

In dem von der Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring GmbH ausgelobten nationalen Wettbewerb um "Deutschlands beste Stadtmarke des Jahres 2011" holte sich die KulTourStadt Gotha GmbH unter Federführung von Kulturdirektor Mario Schiefelbein mit Gothas brandaktueller Dachmarke "Gotha adelt" den begehrten Titel. Der Museumslöwen e.V. zur Förderung des Museums der Natur Gotha errang in der Kategorie "Förderverein des Jahres 2011" einen weiteren der heiß

Residenzstadt Gotha mit beehrtem Titel "Beste Stadtmarke des Jahres" 2011 ausgezeichnet

Gotha/Berlin (psstadt/mdk) - Zweimal Gotha, erstmals in Thüringen eine exklusive Ehrung. Die Residenzstadt Gotha hatte doppelten Grund zur Freude, denn in Berlin sahnte die thüringische Residenzstadt gleich zwei tolle renommierte Preise ab.

In dem von der Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring GmbH ausgelobten nationalen Wettbewerb um "Deutschlands beste Stadtmarke des Jahres 2011" holte sich die KulTourStadt Gotha GmbH unter Federführung von Kulturdirektor Mario Schiefelbein mit Gothas brandaktueller Dachmarke "Gotha adelt" den begehrten Titel. Der Museumslöwen e.V. zur Förderung des Museums der Natur Gotha errang in der Kategorie "Förderverein des Jahres 2011" einen weiteren der heiß begehrten Titel. Erstmals ist eine Stadt unter 50.000 Einwohnern in Deutschland auf der angesagten Berliner Gala gleich mit zwei Preisen ausgezeichnet worden. "Ich bin stolz auf Gothas Kulturbürger" war der erste Satz von Oberbürgermeister Knut Kreuch am Abend der Auszeichnung, der sich immer wieder für die neue Dachmarke, auch gegen große Widerstände stark gemacht hat. "Das Barocke Universum

causales

Gotha" und die "Dachmarke Gotha adelt" haben sich in wenigen Jahren zu exquisiten Aushängeschildern für Gotha entwickelt, auf die wir als Bürger zu recht stolz sein können. Unser Beitrag bleibt nun weiterhin als Botschafter für eine sympathische deutsche Stadt aufzutreten und den Namen Gotha europäisch zu firmieren. Ich bin sicher, dass die 50. EUROPEADE in Gotha 2013 uns neue Impulse geben wird" beschloss der Gothaer Oberbürgermeister sein Statement zur Auszeichnung seiner Stadt.

Datum: 31.10.2011

www.dtoday.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows a news article on the website 'DEUTSCHLAND today'. At the top, there is a banner for 'Geschmackvolles aus dem Köstritzer Schwarz-Markt' with images of beer bottles and a glass. Below the banner, there are financial indicators: DAX (I) - 5.186,58 - -3,60%, TecDAX (I) - 656,75 - -3,29%, EUR/USD - 1,3412 - -1,28%. The website header includes 'Ihre Region' with an 'ÄNDERN' button and a search bar. The main navigation bar contains 'Startseite', 'Regionen', 'Forum', 'Blog', 'MEIN Today', and 'Marktplatz'. Below this is a secondary navigation bar with 'ÜBERSICHT', 'NACHRICHTEN', 'PANORAMA', 'POLITIK', 'SPORT', 'WIRTSCHAFT', 'BILDER', 'VIDEOS', and 'VERANSTALTUNGEN'. The article breadcrumb is '» Regionen » Nachrichten » Residenzstadt als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert'. The article title is '„Gotha adelt“ überzeugt Jury' and the main headline is 'Residenzstadt als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert'. The text of the article begins with 'Gotha (ms/mdk) - Die Stadtmarke „Gotha adelt“ hat gute Chancen, am 27. Oktober in Berlin als „Stadtmarke des Jahres“ ausgezeichnet zu werden.' and continues with a paragraph about a jury of 18 experts. To the right of the article text, there is a 'Bewerten Sie diesen Artikel' section with five stars and '0,0 (0 Stimmen)'. Below that is a 'Möchten Sie diesen Artikel' section with 'Versenden' and 'Drucken' buttons. At the bottom right, there is a 'Weiterführende Links zum Thema' section with three links: 'Razzia bei Rockerguppe "Hells Angels" in Berlin', '+++Papstbesuch im Live-Ticker+++ Papst Benedikt und Christian Wulff führen erste Gespräche', and 'Fahrt des Heimatschutzverein Welda nach Berlin'.

Residenzstadt als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert

Gotha (ms/mdk) - Die Stadtmarke „Gotha adelt“ hat gute Chancen, am 27. Oktober in Berlin als „Stadtmarke des Jahres“ ausgezeichnet zu werden.

Eine 18-köpfige, hochkarätig besetzte Experten-Jury unter Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt, dem Präsidenten der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. zeigte sich von der Bewerbung, die von der KulTourStadt Gotha GmbH eingereicht worden war, beeindruckt. Im Finale stehen neben Gotha die Städte Karlsruhe und Görlitz. Insgesamt 107 Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte und Fördervereine bewarben sich in diesem Jahr um die in sechs Kategorien vergebenen Auszeichnungen.

causales

gen. Bewertet wurden der konsequente und professionelle Markenaufbau bzw. die Markeninszenierung mit Kultur als Kern. In den Bewerbungsunterlagen Gothas wurde Bezug genommen auf die Entwicklung des Claims „Gotha adelt“, über den sich aus dem geschichtlichen Bezug eine glanzvolle Perspektive für die Zukunft ableitet. Hervorgehoben wurden die einheitliche Vermarktungsrichtlinie bei Veranstaltungen sowie touristisch ausgerichteten Flyern und Plakaten, aber auch die neuerdings eingesetzten QR-Codes und der Gotha adelt-Laden am Unteren Hauptmarkt. KulTourStadt-Geschäftsführer Mario Schiefelbein freute sich über die Nominierung: „Wir sind mit unserem Vorgehen nicht nur innovativ, sondern haben auch ein Alleinstellungsmerkmal entwickelt. Allein die Nominierung ist eine Auszeichnung und eine schöne Bestätigung unserer Arbeit.“ Die Preisverleihung ist an das Prinzip der Oscar-Vergabe in Hollywood angelehnt. Erst auf der großen Kulturmarken-Gala am 27. Oktober im TIPI neben dem Bundeskanzleramt werden die Gewinner vor 500 Entscheidungsträgern aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien bekannt gegeben. Bis dahin bleiben die Namen ein Geheimnis der Jury. Im Vorjahr hatte Hameln die Auszeichnung als „Stadtmarke des Jahres“ gewonnen.

Datum: 22.09.2011	www.dtoday.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

<div style="text-align: center;"> </div>	
<p>Datum: 19.09.2011</p>	<p>www.hk24.de</p>
<p>Auflage: -</p>	<p>Kontakt: -</p>

Du hast keine Le...

Informati
Jugendli
Untern

hier kl

[Choose language](#) | [Newsletter](#) | [Impressum](#) | [Kontakt](#) | [LOGIN](#)

Volltextsuche

Dokumentsuche

Branchen Bezirke Veranstaltungen Presse Hamburger Unternehmen Shop Über uns Jahresthema

STANDORTPOLITIK
EXISTENZGRÜNDUNG UND UNTERNEHMENSFÖRDERUNG
AUSBILDUNG UND WEITERBILDUNG
INNOVATION & UMWELT
INTERNATIONAL
RECHT UND STEUERN
BÖRSE

Sie befinden sich hier: [Startseite](#) > [Standortpolitik](#) > [Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen](#) > [Veranstaltungen und Wettbewerbe](#) > **Kulturmarken-Award 2011**

- [Wirtschaftspolitik](#)
- [Steuer- und Finanzpolitik](#)
- [Konjunkturbeobachtung und Statistik](#)
- [Stadtentwicklung, Stadtverkehr](#)
- [Verkehr](#)
- [Regionale Kooperationen](#)
- [Sicherheit in der Wirtschaft](#)
- [Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen](#)
 - [Veranstaltungen und Wettbewerbe](#)

STANDORTPOLITIK

Causales Kulturmarken-Award

Die Agentur Causales schreibt den Kulturmarken-Award 2011 in den Kategorien "Kulturmarke", "Trendmarke", "Stadtmarke", "Kulturmanager", "Kulturinvestor" und "Förderverein" des Jahres aus. Bis zum 15. August 2011 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise von Museen, Theatern, Opernhäusern, Orchestern, Ensembles sowie Festivals aus den Bereichen Musik, Tanz und Literatur sowie Städte und Gemeinden aus dem gesamten deutschsprachigen Raum bewerben. Eine 18-köpfige Jury aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Kultur, darunter Prof. Dr. Oliver Scheytt (Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.), Dorothee von Posadowsky (E.ON) und Dr. Gabriele Landwehr (Goethe-Institut e.V.), ermittelt drei Nominierte pro Kategorie. Die Preisträger werden auf der fünften Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 in Berlin geehrt.

Teilnahmebedingungen und Ausschreibungsunterlagen finden Sie unter:

DOKUMENT-NR. 89400

WIRTSCHAFTSPOLITIK

- [Forderungen zur Bürgerschaftswahl 2008](#)
- [Forderungen zur Bundestagswahl \(PDF, 673 KB\)](#)
- [Hamburger Konjunkturbarometer](#)
- [Monatliche Steuerinformationen](#)
- [Zahlen 2009/2010](#)

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Mein FinanzNachrichten Benutzername Passwort

FN FinanzNachrichten.de
Alle News zu Aktien, Börse und Wirtschaft

4,5%
BEI VOLLSTÄNDIGEM DEPOTWECHSEL
Jetzt informieren >>>

Startseite Nachrichten Aktienkurse Fonds Anleihen Derivate Rohstoffe Devisen Watchlist

Mittwoch, 10.08.2011 Börsentäglich über 11.000 News von 414 internationalen Medien

Ad hoc-Mitteilungen - 09:25 PLAUT AG - 09:01 EPIGE

Nachrichten » Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie / Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben
Ads by Google Holz schlägt Aktie - 12% Sichere Geldanlage bis 12% Rendite Steuerfrei und inflationsgeschützt go2.LifeForestry.com/Geldanlage

13.04.2011 11:59 (110 Leser) ★★★★★ (0 Bewertungen) Schrift ändern: + -

news aktuell-CH · Mehr Nachrichten von news aktuell-CH · Archiv

Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie / Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben

Berlin (ots) - Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die "Kulturmarke", den "Kulturmanager", die "Trendmarke", die "Stadtmarke" und den "Kulturinvestor" des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der "Förderverein des Jahres" ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der sechste Kulturmarken-Award von der Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und der WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.de bereit.

Tagesgeld statt Aktien
Jetzt 4,85% Tagesgeld-Zinsen im aktuellsten Online-Vergleich!
www.tagesgeld.vergleich.de

Kreative: Förderangebote
IBB-Förderung für Kulturschaffende in Berlin: Infos erhalten Sie hier!
www.IBB.de/Foerderung_Kreative

Google-Anzeigen

Meistgelesene News (24 h)

Leser Aktuelle Nachrichten

FLAT
FLAT INTERNET
29,99
1&1

Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie / Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben

Berlin (ots) - Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die "Kulturmarke", den "Kulturmanager", die "Trendmarke", die "Stadtmarke" und den "Kulturinvestor" des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der "Förderverein des Jahres" ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der sechste Kulturmarken-Award von der Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und der WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.de bereit.

Namhafte Experten aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und

causales

führenden Fachmedien ermitteln am 15. September 2011 in den sechs Kategorien jeweils 3 Nominierte. Zu den Entscheidungskriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 vor 500 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Im Vorjahr wurde die Kulturhauptstadt Ruhr.2010 als Kulturmarke des Jahres geehrt.

Die Kulturmarken-Gala findet im Rahmen des KulturInvest-Kongress, dem Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment am 27. und 28. Oktober 2011 im Verlagsgebäude des Tagesspiegels statt. Top-Referenten reflektieren in interessanten Themenforen Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien. Weitere Schwerpunkte der 12 Foren sind Kulturmanagement, Kulturmarketing, Kultursponsoring und Kulturinvestment. Veranstalter sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung des Tagesspiegels. Weitere Informationen unter www.kulturinvest.de

Datum: 13.04.2011

www.finanznachrichten.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

marketing-site.de Volltextsuche

marketing-site | absatzwirtschaft | marketingIT | pharma-marketing | biznet | marken-award

Startseite Knowledge Markenportal Jobagent Quiz-Center Social Media Lexikon Media-Lexikon DMV Shop

ARTIKEL: Drucken

JÜRGEN BACHMANN:
Audi stellt den "Kulturmanager des Jahres"

Martin Woher Düsseldorf Jahr für Jahr geben deutsche Firmen Hunderte Millionen Euro für Kulturförderung aus. Dass einer der Verantwortlichen für seine ...

Handelsblatt Nr. 209 vom 28.10.2011 Seite 87

Martin Woher Düsseldorf Jahr für Jahr geben deutsche Firmen Hunderte Millionen Euro für Kulturförderung aus. Dass einer der Verantwortlichen für seine Arbeit ausgezeichnet wird, ist jedoch ungewöhnlich. Jürgen Bachmann hat es geschafft. Audis Kulturreferent ist "Kulturmanager des Jahres 2011". Er ist der erste Repräsentant eines Unternehmens, der mit dem wichtigsten Kulturmarketing-Preis im deutschsprachigen Raum bedacht wurde. Gestern Abend konnte er die Auszeichnung im Rahmen einer großen Gala im Berliner Tipi-Zelt entgegennehmen. Vergeben wird der "Kulturmarken-Award" seit dem Jahr 2006 von der Berliner Agentur Causales.

Für Bachmann ist die Auszeichnung auch eine Wertschätzung für das kulturelle Engagement der Firmen überhaupt. "Es freut mich, dass deren Arbeit anerkannt wird", sagte er dem Handelsblatt. Der 43-Jährige arbeitet seit 2005 bei Audi. Die Jury begründet die Wahl des leidenschaftlichen Saxofonspielers mit dem "kontinuierlichen Ausbau des kulturellen Engagements" bei Audi. Bachmann, der vom Staatstheater Nürnberg kam, hat vor allem Audis Sommerkonzerte weiterentwickelt, das unternehmenseigene Klassikfestival. Zudem etablierte er weitere Klassikformate und ein Rock/Pop-Festival.

HANDELSBLATT MEDIEN NEWS

Handelsblatt.com

- Rauchschiiff**
"Shenzhou 8" startet erfolgreich ins All
- Unternehmen und Märkte**
WPP sieht China in zwei Jahren als zweitwichtigsten Markt
- Unternehmen und Märkte**
Kartellamt will Kabel-BW-Kauf durch Liberty Global verbieten
- Strategie**
Sony spaltet Fernseher-Sparte auf
- Ehrgeizige Raumfahrtpläne**
China will auf den Mars
- Raumfahrt**
Deutsch-chinesische Partnerschaft im All
- Licht am Arbeitsplatz**
"Licht und Information werden verschmelzen"
- Smartphones**
HTC steigert Gewinn um 68 Prozent
- Chiphersteller**
Toshiba profitiert von Smartphone-Boom
- ARD-Sendungen**
Kachelmanns Firma verliert Produktionsauftrag

Datum: 28.10.2011	www.marketing-site.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2011	
<p>Kreativwirtschaft</p> <hr/> <p>Kulturmarken-Award 2011 Trennstadt Berlin als Trendmarke des Jahres nominiert</p> <p>Das Abfallvermeidungs-Projekt "Trennstadt Berlin" ist unter den 18 Nominierten für den Kulturmarken-Award 2011. Der Wettbewerb zeichnet Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, Kulturvermittler und Investitionsformen in Kultur aus. Der Award wird in sechs Kategorien verliehen. Die Preisübergabe findet am 27. Oktober 2011 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt. mehr</p> <hr/> <p>Übrigens...</p> <p style="text-align: right;">Open-IT-Berlin – Netzwerk für freie IT mit neuem Webauftritt. Open-IT-Berlin ist eine</p>	
Datum: 09.2011	www.berlin.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the website 'Gesellschaft FREUNDE DER KÜNSTE' with a purple header. The main content area features a news article titled '01.11.2011 08:57 FEIERLICHE PREISVERLEIHUNG IM BERLINER TIPI AM KANZLERAMT Burgtheater Wien ist als „Kulturmarke des Jahres 2011“ ausgezeichnet worden'. The article is attributed to 'Von: Agentur Causales' and includes a photo of the award ceremony. To the right of the article are two promotional posters: 'SALA LIEBER BLACKOUT' and a poster for 'Deutsche Krimiautoren setzen neueste P&C Kollektion in Szene'. The website also has a search bar and navigation links like 'HOME', 'KONTAKT', 'IMPRESSUM', and 'SITEMAP'.

Burgtheater Wien ist als „Kulturmarke des Jahres 2011“ ausgezeichnet worden

Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 27. Oktober in Berlin geehrt Das Wiener Burgtheater wurde am Abend des 27. Oktober 2011 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als „Kulturmarke des Jahres 2011“ ausgezeichnet.

Vor über 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Niklas Duffek, stellvertretender kaufmännischer Geschäftsführer, die Ehrung entgegen.

Darüber hinaus wurden das PODIUM Festival Esslingen für die innovative Markenführung als „Trendmarke des Jahres 2011“ und Jürgen Bachmann, Kulturreferent der AUDI AG, für sein herausragendes

causales

Engagement als „Kulturmanager des Jahres 2011“ geehrt.

Die KulTourStadt Gotha wurde als „Stadtmarke des Jahres 2011“ ausgezeichnet. Das Unternehmen Bayer AG erhielt für seine nachhaltige Kulturförderung mit dem Programm Bayer Kultur die Auszeichnung „Kulturinvestor des Jahres 2011“.

In der erstmalig ausgeschriebenen Kategorie „Förderverein des Jahres 2011“ wurden die Museumslöwen des Museums für Natur Gotha geehrt.

107 Bewerber aus dem gesamten deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die erfolgreichste Marketingstrategie, den engagiertesten Kulturvermittler und die kreativste und nachhaltigste Investitionsform in Kultur beteiligt.

Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben Markenidentität, Markenerscheinung, Markenkompetenz auch die kreative Form der Kulturvermittlung und Kulturinvestition. Die Preisträger wählte eine achtzehnköpfige Expertenjury aus.

Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL, des Tagesspiegels und der WELTKUNST.

Die Kulturmarken-Gala ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongress, dem größten Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring im deutschsprachigen Raum, der bereits zum dritten Mal am 27. und 28. Oktober 2011 in Berlin stattfindet.

Datum: 01.11.2011	www.freundederkuenste.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the website www.burgtheater.at. The main headline reads "zwischen Zeit Traum Burg Macht Mensch". Below this is a navigation bar with links: Spielplan, Karten / Abos, Über uns, Junge Burg, Service. The main content area features a date stamp "28. Oktober 2011" and the headline "Das Burgtheater ist „Kulturmarke des Jahres 2011“". The text below states: "Auf der gestrigen Kulturmarken-Gala im TIPI am Berliner Kanzleramt wurde das Burgtheater mit der „Königsdisziplin Kulturmarke des Jahres“ ausgezeichnet. Vor über 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Niklas Duffek, stellvertretender kaufmännischer Geschäftsführer, die Ehrung entgegen." An image shows a large audience at a gala event. Below the image, it says: "Der Kulturmarken-Award ist der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestments im deutschsprachigen Raum, ausgeschrieben von der Agentur Causales. Nominiert waren - aus 107 Bewerbungen - das Burgtheater, das Hamburg Ballett – John Neumeier und das NRW Forum Kultur und Wirtschaft." On the right side, there is a sidebar with various services and contact information, including "Suche im Spielplan", "Allg. Kartenverkauf", "Internet-Kartenverkauf", "E-Shop", "Personalliches Services", "Pressefotos", and "Kontakt".

Das Burgtheater ist „Kulturmarke des Jahres 2011“

Auf der gestrigen Kulturmarken-Gala im TIPI am Berliner Kanzleramt wurde das Burgtheater mit der „Königsdisziplin Kulturmarke des Jahres“ ausgezeichnet. Vor über 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Niklas Duffek, stellvertretender kaufmännischer Geschäftsführer, die Ehrung entgegen.

Der Kulturmarken-Award ist der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestments im deutschsprachigen Raum, ausgeschrieben von der Agentur Causales. Nominiert waren - aus 107 Bewerbungen - das Burgtheater, das Hamburg Ballett – John Neumeier und das NRW Forum Kultur und Wirtschaft.

Datum: 28.10.2010	www.burgtheater.at
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

DE EN FR NL

Internationales Zeitungsmuseum

Ausstellungen Kalender Besuch Museum Museumspädagogik Magazin Presse | Kontakt | Suche

Alternative Darstellungsoptionen

Detailsicht **Veranstaltung** **Zeitraum**

Kulturmarketing-Gala

27. Oktober 2011 19:00 – 19:00

Das Internationale Zeitungsmuseum in Aachen ist mit zwei weiteren Bewerbern von der Jury des Kulturmarken-Award 2011 für die Auszeichnung "Trendmarke des Jahres 2011" nominiert worden. Der Kulturmarken-Award gilt als wichtigster deutscher Wettbewerb für Kultur und Stadtmarketing und zeichnet die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und kreativsten Investitionsformen in Kultur im deutschsprachigen Raum aus. Die „Trendmarke des Jahres“ zeigt dabei Innovationsfreude, setzt erfolgreich Marketingtrends und verfolgt kreative Strategien mit hohem Zukunftspotential und sollte nicht länger als drei Jahre auf dem Markt sein.

Bereits Anfang August, kurz nach der Neu-Eröffnung des IZM, hatte das Aachener Presseamt die Bewerbung in der Kategorie „Trendmarke des Jahres 2011“ vorgelegt. Ausgezeichnet als Trendmarke werden Innovationen im Kulturmarketing, Kreativität in der Markeninszenierung sowie visionäres Potenzial. Insgesamt wurden 107 Bewerbungen namhafter Kulturanbieter, Stadtmarketinggesellschaften, Fördervereine und Kulturinvestoren im Wettbewerb um die begehrten Kulturmarken-Awards eingereicht. Die Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählte jetzt je drei Nominierte in den sechs Kategorien „Kulturmarke“, „Trendmarke“, „Kulturmanager“, „Stadtmarke“,

ZUSATZINFORMATION ZUM EVENT

Ort: Im Tipi am Kanzleramt, Berlin

IZM

Pontstr. 13
52062 Aachen
Tel. +49 241 432 4910
Fax +49 241 40 90 656
izm@mail.aachen.de

Di – So 10 – 18 Uhr
Mo geschlossen

Öffentliche Führung
Sonntags 14 – 15 Uhr

PREISE

+ Museen in Aachen
+ aachen tourist service e.v.

Kulturmarketing-Gala

Das Internationale Zeitungsmuseum in Aachen ist mit zwei weiteren Bewerbern von der Jury des Kulturmarken-Award 2011 für die Auszeichnung "Trendmarke des Jahres 2011" nominiert worden. Der Kulturmarken-Award gilt als wichtigster deutscher Wettbewerb für Kultur und Stadtmarketing und zeichnet die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und kreativsten Investitionsformen in Kultur im deutschsprachigen Raum aus. Die „Trendmarke des Jahres“ zeigt dabei Innovationsfreude, setzt erfolgreich Marketingtrends und verfolgt kreative Strategien mit hohem Zukunftspotential und sollte nicht länger als drei Jahre auf dem Markt sein.

Bereits Anfang August, kurz nach der Neu-Eröffnung des IZM, hatte das Aachener Presseamt die

causales

Bewerbung in der Kategorie „Trendmarke des Jahres 2011“ vorgelegt. Ausgezeichnet als Trendmarke werden Innovationen im Kulturmarketing, Kreativität in der Markeninszenierung sowie visionäres Potenzial. Insgesamt wurden 107 Bewerbungen namhafter Kulturanbieter, Stadtmarketinggesellschaften, Fördervereine und Kulturinvestoren im Wettbewerb um die begehrten Kulturmarken-Awards eingereicht. Die Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählte jetzt je drei Nominierte in den sechs Kategorien „Kulturmarke“, „Trendmarke“, „Kulturmanager“, „Stadtmarke“, „Kulturinvestor“ und „Förderverein des Jahres“ aus.

Mitbewerber des Internationalen Zeitungsmuseums um die „Trendmarke des Jahres“ sind Trenntstadt Berlin und das Podium Festival Esslingen. Die Bekanntgabe der Preisträger findet am 27. Oktober im Rahmen einer großen Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt.

Datum: 26.09.2011

www.izm.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Deutsch / English

Suchbegriff

idw

Informationsdienst Wissenschaft

Sie sind hier: Home > Pressemitteilung: Kulturmarken Award: Gotha adelt sich ...

Pressemittelung

Kulturmarken Award: Gotha adelt sich mit QR-Codes
Ina Horn Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Fachhochschule Schmalkalden

23.09.2011 09:50

Die Stadtmarke "Gotha adelt" mit dem QR-Code-Stadtleitsystem, das von der Fachhochschule Schmalkalden entwickelt wurde, ist für den Kulturmarken Award in der Kategorie "Stadtmarke des Jahres" nominiert. Für die begehrte Auszeichnung haben sich 107 namhafte Kulturanbieter, Stadtmarketinggesellschaften, Fördervereine und Kulturinvestoren in sechs Kategorien beworben. Im Finale um die beste Stadtmarke stehen neben Gotha die Städte Karlsruhe und Görlitz.

In den Bewerbungsunterlagen Gothas wurde Bezug genommen auf die Entwicklung des Claims "Gotha adelt", die einheitliche Vermarktungsrichtlinie bei Veranstaltungen sowie touristisch ausgerichteten Flyern und Plakaten, aber auch die neuerdings eingesetzten QR-Codes, die den innovativen Aspekt hervorheben und zu fünfzig Prozent in die Bewertung eingeflossen sind.

Seit März 2011 führen Professor Dr. Thomas Urban und Andreas Jung von der Fakultät Informatik der FH Schmalkalden die weltweit größte QR-Code-Studie im Tourismus durch. Die Stadt Gotha ist hierbei ein Vorzeigeprojekt für das Stadtmarketing mit QR-Codes. Erste QR-Code-Schilder wurden im Sommer an historisch bedeutsamen Bauwerken in Gotha angebracht. "Ein wesentliches Ziel der Kampagne in der Stadt Gotha ist es, insbesondere jüngeren Menschen die historisch sehr bedeutsame Geschichte und Kultur der Stadt emotional ansprechend zu vermitteln", so Professor Dr. Thomas Urban.

Die Preise werden am 27. Oktober auf der Kulturmarken-Gala in Berlin vor 500 Entscheidungsträgern und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Der Kulturmarken Award ist der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestments im deutschsprachigen Raum.

[Tweet](#) [Share](#)

Weitere Informationen:

<http://www.multi-media-marketing.org>
<http://www.kultourstadt.de>
<http://www.kulturinvest.de>

Merkmale dieser Pressemitteilung:
Journalisten
Informationstechnik, Kunst / Design, Medien- und Kommunikationswissenschaften, Wirtschaft
überregional

Der idw

- idw Aktuell
- idw-Preis
- Über den idw
- FAQ
- Kooperationspartner
- Impressum
- Rechte und Verantwortung
- idw-Team

Veranstaltungen im September 2011

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

< Vormonat | Folgemonat >

Einige Termine der nächsten Tage

- Cardiovascular Prevention in Childhood
- Gesundheit hautnah erleben!
- Studiengang Betriebswirtschaft (BA.) - ...
- Infoveranstaltung der HFH zum Fernstudium Facility ...
- Wissenschaft für die Praxis der Kommunikation

Kulturmarken Award: Gotha adelt sich mit QR-Codes

Die Stadtmarke "Gotha adelt" mit dem QR-Code-Stadtleitsystem, das von der Fachhochschule Schmalkalden entwickelt wurde, ist für den Kulturmarken Award in der Kategorie "Stadtmarke des Jahres" nominiert. Für die begehrte Auszeichnung haben sich 107 namhafte Kulturanbieter, Stadtmarketinggesellschaften, Fördervereine und Kulturinvestoren in sechs Kategorien beworben. Im Finale um die beste Stadtmarke stehen neben Gotha die Städte Karlsruhe und Görlitz.

In den Bewerbungsunterlagen Gothas wurde Bezug genommen auf die Entwicklung des Claims "Gotha adelt", die einheitliche Vermarktungsrichtlinie bei Veranstaltungen sowie touristisch ausgerichteten Flyern und Plakaten, aber auch die neuerdings eingesetzten QR-Codes, die den innovativen Aspekt hervorheben und zu fünfzig Prozent in die Bewertung eingeflossen sind.

Seit März 2011 führen Professor Dr. Thomas Urban und Andreas Jung von der Fakultät Informatik der FH Schmalkalden die weltweit größte QR-Code-Studie im Tourismus durch. Die Stadt Gotha ist hierbei ein Vor-

causales

zeigeprojekt für das Stadtmarketing mit QR-Codes: Erste QR-Code-Schilder wurden im Sommer an historisch bedeutsamen Bauwerken in Gotha angebracht. "Ein wesentliches Ziel der Kampagne in der Stadt Gotha ist es, insbesondere jüngeren Menschen die historisch sehr bedeutsame Geschichte und Kultur der Stadt emotional ansprechend zu vermitteln", so Professur Dr. Thomas Urban.

Die Preise werden am 27. Oktober auf der Kulturmarken-Gala in Berlin vor 500 Entscheidungsträgern und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Der Kulturmarken Award ist der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestments im deutschsprachigen Raum.

Datum: 23.09.2011	www.idw.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the JuraForum website interface. At the top, there is a search bar with the text 'Was suchen Sie?' and a dropdown menu set to 'überall'. Below the search bar is a navigation menu with categories like 'NACHRICHTEN', 'JURAFOREN', 'WIKI', 'JURAEEXAMEN', 'FÜR ANWÄLTE', 'URTEILE', 'GESETZE', 'LEXIKON', 'BERATERSUCHE', and 'JURALINKS'. The main content area features the article title 'Kulturmarken Award: Gotha adelt sich mit QR-Codes' with a sub-header 'Kulturmarken Award: Gotha adelt sich mit QR-Codes' and a date '23.09.2011, 10:10'. The article text discusses the 'Gotha adelt' QR code system and its nomination for the award. To the right, there are 'Anzeigen' (ads) for 'Legal Tribune ONLINE' and 'Mandanten suchen Rechtsanwälte...'. A 'WIKI' section is visible at the bottom right of the article content.

Kulturmarken Award: Gotha adelt sich mit QR-Codes

Die Stadtmarke "Gotha adelt" mit dem QR-Code-Stadtleitsystem, das von der Fachhochschule Schmalkalden entwickelt wurde, ist für den Kulturmarken Award in der Kategorie "Stadtmarke des Jahres" nominiert. Für die begehrte Auszeichnung haben sich 107 namhafte Kulturanbieter, Stadtmarketinggesellschaften, Fördervereine und Kulturinvestoren in sechs Kategorien beworben. Im Finale um die beste Stadtmarke stehen neben Gotha die Städte Karlsruhe und Görlitz.

In den Bewerbungsunterlagen Gothas wurde Bezug genommen auf die Entwicklung des Claims "Gotha adelt", die einheitliche Vermarktungsrichtlinie bei Veranstaltungen sowie touristisch ausgerichteten Flyern und Plakaten, aber auch die neuerdings eingesetzten QR-Codes, die den innovativen Aspekt hervorheben und zu fünfzig Prozent in die Bewertung eingeflossen sind.

Seit März 2011 führen Professor Dr. Thomas Urban und Andreas Jung von der Fakultät Informatik der FH

causales

Schmalkalden die weltweit größte QR-Code-Studie im Tourismus durch. Die Stadt Gotha ist hierbei ein Vorzeigeprojekt für das Stadtmarketing mit QR-Codes: Erste QR-Code-Schilder wurden im Sommer an historisch bedeutsamen Bauwerken in Gotha angebracht. "Ein wesentliches Ziel der Kampagne in der Stadt Gotha ist es, insbesondere jüngeren Menschen die historisch sehr bedeutsame Geschichte und Kultur der Stadt emotional ansprechend zu vermitteln", so Professur Dr. Thomas Urban.

Die Preise werden am 27. Oktober auf der Kulturmarken-Gala in Berlin vor 500 Entscheidungsträgern und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Der Kulturmarken Award ist der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestments im deutschsprachigen Raum.

Datum: 23.09.2011	www.juraforum.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011



KULTUR PORT.DE
DER KOMPASS DER KUNSTE

Home Blog WebTV Kolumne NewsPort Events

News-Port

Kulturmarken-Award 2011 ist gestartet

Mittwoch, den 13. April 2011 um 11:08 Uhr

Der Wettbewerb um die "Kulturmarke", den "Kulturmanager", die "Trendmarke", die "Stadtmarke" und den "Kulturinvestor" des Jahres ist zum sechsten Mal gestartet. In diesem Jahr wird mit der neuen Kategorie "Förderverein des Jahres" erstmalig bürgerschaftliches Engagement für die Kultur ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum ihre Teilnehmerunterlagen einreichen.

Renommierete Experten aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und führenden Fachmedien, darunter Prof. Dr. Oliver Scheytt (Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.), Dorothee von Posadowsky (E.ON) und Dr. Gabriele Landwehr (Goethe-Institut e.V.), ermitteln am 15. September 2011 in den sechs Kategorien jeweils 3 Nominierte. Zu den Entscheidungskriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte.

Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 vor 500 Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Hier finden Sie einen kleinen Filmbeitrag aus dem letzten Jahr <http://www.kulturmarken.de/kulturmarken-gala>

Quelle, Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.de

Suchen...

Spezial - Hamburger Gitarrentage 2011

- Aktuelles
- Programm
- Panorama

Spezial - Filmfest Hamburg 2011

- Aktuelles
- Panorama

Kultur Event Tipp

LandesJugendEnsemble Neue Musik

AktionsPort - Kunst & Kultur

- Gewinnspiel "ROYA II"

Wer ist online?

Wir haben 341 Gäste online

Kultur-Port.De Community Login

Username oder E-Mail-Adresse

•••••

Wiedererkennen

Anmelden

Kulturmarken-Award 2011 ist gestartet

Der Wettbewerb um die "Kulturmarke", den "Kulturmanager", die "Trendmarke", die "Stadtmarke" und den "Kulturinvestor" des Jahres ist zum sechsten Mal gestartet. In diesem Jahr wird mit der neuen Kategorie "Förderverein des Jahres" erstmalig bürgerschaftliches Engagement für die Kultur ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum ihre Teilnehmerunterlagen einreichen.

Renommierete Experten aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und führenden Fachmedien, darunter Prof. Dr. Oliver Scheytt (Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.), Dorothee von Posadowsky (E.ON) und Dr. Gabriele Landwehr (Goethe-Institut e.V.), ermitteln am 15. September 2011 in den sechs Kategorien jeweils 3 Nominierte. Zu den Entscheidungskriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanage-

causales

<p>ment und nachhaltige Investments in Kulturprojekte.</p> <p>Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 vor 500 Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Hier finden Sie einen kleinen Filmbeitrag aus dem letzten Jahr http://www.kulturmarken.de/kulturmarken-gala</p>	
Datum: 13.04.2011	www.kulturport.de
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Kontakt | Impressum | Kulturpolitik | Kulturwirtschaft | Ausschreibungen **Suche**

LAND BRANDENBURG **KULTURPORTAL BRANDENBURG**
ADRESSEN • TERMINE • PORTRÄTS • TICKETS • NACHRICHTEN

⤴ **Bildende Kunst** Literatur Musik Bühne Film Museen Baukunst Sorben/Wenden Termine

Kontakt | Impressum | Kulturpolitik | Kulturwirtschaft | **Ausschreibungen**

Sie befinden sich hier: » Kulturportal » Ausschreibungen » **Bildende Kunst**

Kommentieren Versenden Drucken

Einsendeschluss: 15. August 2011
Kulturmarken-Award 2011

Zum sechsten Mal findet der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing 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" und "Kulturinvestor des Jahres" erwartet.

In diesem Jahr wurde darüber hinaus eine neue Kategorie innerhalb des Wettbewerbs ausgeschrieben - der "Förderverein des Jahres". Die Preise werden medienwirksam auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 verliehen.

Der Titel "**Kulturmarke des Jahres 2011**" - präsentiert von der Deutschen Post DHL" wird einem Kulturunternehmen oder -projekt verliehen, das sich durch konsequente und erfolgreiche Markenführung als starke Kulturmarke etabliert hat.

In der Kategorie "**Trendmarke des Jahres 2011**" - präsentiert von PiCK ME" werden besondere Innovationen im Kulturmarketing geehrt, die durch kreative, erfolgsversprechende Strategien ein außergewöhnlich hohes Zukunftspotential besitzen.

Kulturvermittler und -beauftragte, die sich durch hohes Engagement, professionelles Kulturmanagement sowie außerordentliche

TERMINSuchE

< **Juli 2011** >

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

» Heute 18.07.2011
» morgen
» nächste 7 Tage
» Wochenende
» Zeitraum eingeben

Kategorie
- Bitte wählen -

Region
- Bitte wählen -

Stichwort

SUCHE STARTEN

Jetzt mehr entdecken

Canon EOS Objektive
Die Welt mit anderen Augen sehen. Die Canon EF-Objektive im Überblick.

Hardware Aktion!
o2 on Business mit Handy: SonyEricsson, HTC, BlackBerry - Smartphones für 1 € netto*

db-X iPhone App
News, Kurse, Produkte.

Datum: 19.07.2011

www.kulturportal.maerkischeallgemeine.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

<div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> kunst-und-kultur.de <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> Hotels in Görlitz Schnell und sicher ein Hotel buchen Alle Hotels auf einem Stadtplan. www.booking.com/Hotels-in-Gorlitz </div> Google-Anzeigen </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: x-small; margin-top: 5px;"> MUSEUMSDATENBANK KÜNSTLERDATENBANK SAMMLERSTEMPEL DENKMALDATENBANK IN EIGENER SACHE </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: x-small; margin-top: 5px;"> ANDERE ANGEBOTE </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p>News</p> <p>17.9.2011</p> <p>Expertenjury nominiert 18 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2011 Veröffentlicht von: Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH Internetseite: www.kulturmarken.de/kulturmarken-award</p> <p>Die Nominierten der Kulturmarken-Awards 2011 stehen fest. 107 Bewerbungen namhafter Kulturanbieter, -projekte, Stadtmarketingunternehmen, Fördervereine und Kulturinvestoren wurden eingereicht. Die 18-köpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählte am 15. September je drei Nominierte in den sechs Kategorien "Kulturmarke", "Trendmarke", "Kulturmanager", "Stadtmarke", "Kulturinvestor" und "Förderverein des Jahres" aus. Der Wettbewerb zeichnet die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und kreativsten Investitionsformen in Kultur im deutschsprachigen Raum aus und findet bereits zum sechsten Mal statt. Die feierliche Preisverleihung erfolgt am 27. Oktober 2011 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin.</p> <p>Für den Preis "Kulturmarke des Jahres" hat die Jury nominiert: Burgtheater Wien Hamburg Ballett - John Neumeier NRW Forum Kultur und Wirtschaft</p> <p>In der Kategorie "Trendmarke des Jahres" wurden nominiert: Internationales Zeitungsmuseum der Stadt Aachen Trenntstadt Berlin Podium junger Musiker e.V.</p> <p>Als "Kulturmanager des Jahres" hat die Jury nominiert: Jürgen Bachmann, AUDI AG Peter Schwenkow, DEAG Deutsche Entertainment AG Steven Walter, Podium junger Musiker e.V.</p> <p>Für die Auszeichnung "Stadtmarke des Jahres" nominierte die Jury: Europastadt Görlitz Zgorzelec</p> </div> <div style="float: right; width: 200px; border: 1px solid black; padding: 5px; font-size: x-small;"> <p>Einfache Suche</p> <p>Geben Sie mindestens 3 Zeichen ein. Gesucht wird in Museumsname, Orten und Ausstellungstiteln.</p> <input type="text"/> <div style="display: flex; justify-content: flex-end; margin-top: 5px;"> <input type="button" value="Erweiterte Suche"/> <input type="button" value="Suchen"/> </div> <p>Anmelden</p> <p>Login: <input type="text"/></p> <p>Passwort: <input type="password"/></p> <div style="display: flex; justify-content: flex-end; margin-top: 5px;"> <input type="button" value="Registrieren"/> <input type="button" value="Login"/> </div> <p>RSS-Feeds</p> <p> RSS-Feeds halten Sie immer auf dem aktuellen Stand. Eine Übersicht erhalten Sie hier.</p> <p>Android-App</p> <p> Mit der App für Android bleiben Sie auch unterwegs auf dem neuesten Stand. Mehr Informationen hier..</p> <div style="text-align: right; margin-top: 10px;"> Google-Anzeigen Kulturmanagement </div> </div> </div>	
<p>Datum: 17.09.2011</p>	<p>www.kunst-und-kultur.de</p>
<p>Auflage: -</p>	<p>Kontakt: -</p>

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the homepage of the 'markenartikel' magazine website. The header is red with the text 'DAS MAGAZIN FÜR MARKENFÜHRUNG' and 'markenartikel' in large white letters. Navigation links include 'Kontakt', 'Bestellung', 'Newsletter', and 'Mediadaten'. A secondary navigation bar lists 'Home', 'Unternehmen & Marken', 'Recht & Politik', 'Medien & Werbung', 'Handel', 'Personalien', 'Events', and 'Termine'. A search bar is located on the right. The main content area features an event announcement for 'Kulturmarken-Awards für Audi und Bayer' dated 28.10.2011. The article text describes the awards ceremony at the Berliner 'Tipi' and lists winners like Audi AG and Bayer AG. A sidebar on the right contains a logo for 'MARKENVERBAND Die Stimme der Markenwirtschaft' and a call to action 'Jetzt den Newsletter abonnieren'. Below that, it lists 'Aktuelle Ausgabe 10/2011' with a list of features: 'Hefearchiv', 'Sonderhefte', 'Erschienene Markenporträts', and 'Bestellung'.

Kulturmarken-Awards für Audi und Bayer

Das Wiener Burgtheater wurde am 27. Oktober 2011 im Rahmen einer Preisverleihung im Berliner 'Tipi' am Kanzleramt als 'Kulturmarke des Jahres 2011' ausgezeichnet. Vor über 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Niklas Duffek, stellvertretender kaufmännischer Geschäftsführer, die Ehrung entgegen.

Darüber hinaus wurden das Podium Festival Esslingen für die innovative Markenführung als 'Trendmarke des

causales

Jahres 2011' und Jürgen Bachmann, Kulturreferent der Audi AG, für sein herausragendes Engagement als 'Kulturmanager des Jahres 2011' geehrt. Die KulTourStadt Gotha wurde als 'Stadtmarke des Jahres 2011' ausgezeichnet. Das Unternehmen Bayer AG erhielt für seine nachhaltige Kulturförderung mit dem Programm Bayer Kultur die Auszeichnung 'Kulturinvestor des Jahres 2011'. In der erstmalig ausgeschriebenen Kategorie 'Förderverein des Jahres 2011' wurden die Museumslöwen des Museums für Natur Gotha geehrt.

107 Bewerber aus dem gesamten deutschsprachigen Raum hatten sich an dem Wettbewerb um die erfolgreichste Marketingstrategie, den engagiertesten Kulturvermittler und die kreativste und nachhaltigste Investitionsform in Kultur beteiligt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben Markenidentität, Markenerscheinung, Markenkompetenz auch die kreative Form der Kulturvermittlung und Kulturinvestition. Veranstalter ist die Agentur Causales.

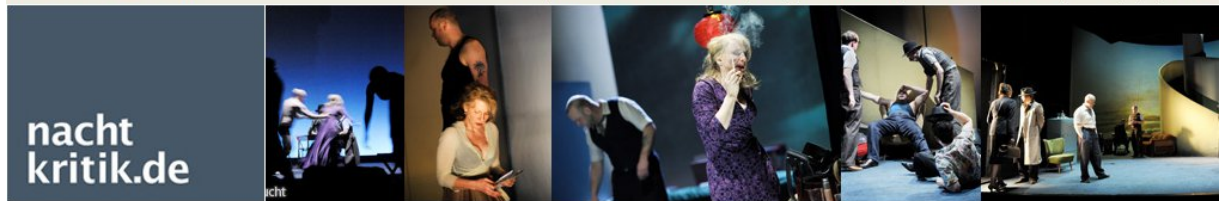
Datum: 28.10.2011	www.markenartikel.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Freitag, 28. Oktober 2011

[links](#) | [weitere nachkritik-sites](#) | [shop](#) | [mediadaten](#) | [uber nachkritik.de](#) | [sitemap](#) | [Impressur](#)



[übersicht](#) | [die nachkritiken](#) | [die anderen](#) | [gemein & nützlich](#) | [theaterbriefe](#) | [bücher](#) | [lexikon](#) | [archiv](#) | [faq](#)

Gefördert durch



Wiener Burgtheater ist Kulturmarke des Jahres 2011

[| Drucken |](#)

Welt Burg Dorf

Berlin, 28. Oktober 2011. Das **Burgtheater Wien** wurde bei der gestrigen **Verleihung der sechsten Kulturmarken-Awards** im Tipi am Kanzleramt in Berlin als "Kulturmarke des Jahres 2011" ausgezeichnet und setzte sich damit gegen die zwei nominierten Mitbewerber, das Hamburg Ballett von John Neumeier sowie das NRW Forum Kultur und Wirtschaft Düsseldorf, durch. Das Burgtheater wurde damit für seine "identitätsstiftende Markenentwicklung, die außergewöhnliche Markenführung und die Etablierung einer beispielhaften Kulturmarke" geehrt.

Jurymitglied und Laudator Manfred Harnischfeger – derzeit Kommissarischer Direktor des Beethoven-Hauses Bonn, vorher langjähriger Kommunikationschef bei Bertelsmann und Deutsche Post DHL – hob die seit der Intendanz Matthias Hartmanns neu etablierte und "kontrovers diskutierte" Dachmarke mit dem Slogan "Welt Burg Dorf" und "einem jungen, frischen Design" hervor. Niklas Duffek, stellvertretender kaufmännischer Geschäftsführer des Burgtheaters, nahm den Preis in Berlin entgegen.

Die Kulturmarken-Awards werden seit 2006 von der Agentur Causales mittels eines Ausschreibungsverfahrens vergeben, das kostenpflichtige Eigenbewerbungen vorsieht (der Bewerbungsaufwand beläuft sich pro Kategorie auf 150 Euro). In diesem Jahr befand eine 18-köpfige Jury unter dem Vorsitz von Oliver Scheytt, dem Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, über die Preisträger. In den anderen Kategorien wurden das **Podium Festival Esslingen** ("Trendmarke des Jahres"), **Bayer Kultur** ("Kulturinvestor des Jahres"), **Jürgen Bachmann** von der Audi AG ("Kulturmanager des Jahres"), die **KulTourStadt Gotha** ("Stadtmarke des Jahres") und die **Museumslöwen** des Museums für Natur Gotha ("Förderverein des Jahres") ausgezeichnet. Die Gala-Veranstaltung zur Verleihung der Preise fand im Rahmen des KulturInvest-Kongresses statt, der als Branchentreff für

Welt Burg Dorf

Berlin, 28. Oktober 2011. Das **Burgtheater Wien** wurde bei der gestrigen **Verleihung der sechsten Kulturmarken-Awards** im Tipi am Kanzleramt in Berlin als "Kulturmarke des Jahres 2011" ausgezeichnet und setzte sich damit gegen die zwei nominierten Mitbewerber, das Hamburg Ballett von John Neumeier sowie das NRW Forum Kultur und Wirtschaft Düsseldorf, durch. Das Burgtheater wurde damit für seine "identitätsstiftende Markenentwicklung, die außergewöhnliche Markenführung und die Etablierung einer beispielhaften Kulturmarke" geehrt.

Jurymitglied und Laudator Manfred Harnischfeger – derzeit Kommissarischer Direktor des Beethoven-Hauses Bonn, vorher langjähriger Kommunikationschef bei Bertelsmann und Deutsche Post DHL – hob die seit der Intendanz Mat-

causales

thias Hartmanns neu etablierte und "kontrovers diskutierte" Dachmarke mit dem Slogan "Welt Burg Dorf" und "einem jungen, frischen Design" hervor. Niklas Duffek, stellvertretender kaufmännischer Geschäftsführer des Burgtheaters, nahm den Preis in Berlin entgegen.

Die Kulturmarken-Awards werden seit 2006 von der Agentur Causales mittels eines Ausschreibungsverfahrens vergeben, das kostenpflichtige Eigenbewerbungen vorsieht (der Bewerbungsaufwand beläuft sich pro Kategorie auf 150 Euro). In diesem Jahr befand eine 18-köpfige Jury unter dem Vorsitz von Oliver Scheytt, dem Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, über die Preisträger. In den anderen Kategorien wurden das **Podium Festival Esslingen** ("Trendmarke des Jahres"), **Bayer Kultur** ("Kulturinvestor des Jahres"), **Jürgen Bachmann** von der Audi AG ("Kulturmanager des Jahres"), die **KulTourStadt Gotha** ("Stadtmarke des Jahres") und die **Museumslöwen** des Museums für Natur Gotha ("Förderverein des Jahres") ausgezeichnet. Die Gala-Veranstaltung zur Verleihung der Preise fand im Rahmen des KulturInvest-Kongresses statt, der als Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring fungiert.

Datum: 28.10.2011	www.nachtkritik.de
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

THEMENJAHR | ANMELDUNG | KONTAKT | BARRIEREARMUT | DETAILSUCHE | SITEMAP | IMPRESSUM | suchen...

OSTWESTFALENLIPPE

TEUTOBURGERWALD

Home | Blogs | Nachrichten | Wirtschaft | Hochschulen | Kultur | Sport / Freizeit | Tourismus | Institutionen

Kulturmarken Award 2011

Autor: Heike Herold
Erstellt am: 19. Mai 2011
Kategorie: OWL Kulturbüro Blog

Der Kulturmarken-Award wird 2011 zum ersten Mal in sechs Kategorien vergeben: Kulturmarke, Trendmarke, Stadtmarke, Kulturmanager, Kulturinvestor und - neu hinzugekommen - Förderverein des Jahres. Ausgeschrieben wird der Wettbewerb von der Agentur Causales, mit Unterstützung der Deutschen Post DHL und der WELTKUNST. Bewerben können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise von Museen, Theatern, Opernhäusern, Orchestern, Ensembles sowie Festivals aus den Bereichen Musik, Tanz und Literatur sowie Städte und Gemeinden aus dem gesamten deutschsprachigen Raum.

Eine 18-köpfige unabhängige Jury mit Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Kultur, darunter Prof. Dr. Oliver Scheytt (Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.), Dorothee von Posadowsky (E.ON) und Dr. Gabriele Landwehr (Goethe-Institut e.V.), ermittelt drei Nominierte pro Kategorie. Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala im Oktober geehrt. Bewerbungsschluss ist der 15.8.2011

Mehr unter www.kulturmarken.de

Social Media Verzeichnis

- Themen <
- Städte und Kreise <
- Anmeldung

Neue Verzeichniseinträge

- Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold
- Teilzeit Thiele GmbH & Co. KG
- Neuland-Medien GmbH & Co. KG
- INTEG GmbH
- MECONDO GmbH

Neue Blogbeiträge

- Social Media Flaskn

Datum: 19.05.2011	www.ostwestfalen-lippe.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows a website layout for 'Kulturmarken-Award 2011'. At the top, there is a navigation menu with links: THEMENJAHR, ANMELDUNG, KONTAKT, BARRIEREARMUT, DETAILSUCHE, SITEMAP, IMPRESSUM, and a search bar. Below the menu is a banner with five images: the OstWestfalenLippe logo, a woman in a colorful floral headpiece, a green statue, a person at a computer, and a person using a tool. A secondary navigation bar contains: Home, Blogs, Nachrichten, Wirtschaft, Hochschulen, Kultur, Sport / Freizeit, Tourismus, and Institutionen.

The main content area features the title 'Kulturmarken-Award 2011' with download and print icons. Below it is a metadata box:

Autor:	Monika Hegenberg
Erstellt am:	11. August 2011
Kategorie:	OWL Kulturbüro Blog

The main text begins with: 'Zum 6. Mal wird dieses Jahr der renommierte Kulturmarken-Award in den Kategorien "Kulturmarke", "Trendmarke", "Stadtmarke", "Kulturmanager", "Kulturinvestor" und "Förderverein" vergeben. Bewerbungen von Kulturanbietern, Marketing-Experten aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereinen und Freundeskreisen von Museen, Theatern, Opernhäusern, Orchestern etc. und von Städten und Gemeinden werden noch bis zum 31. August angenommen!'.

Further text mentions winners from the previous year: 'Neugierig machen nicht zuletzt die bekannten Gewinner des letzten Jahres: Ruhr2010, Migros' Kulturprozent, die HipHopAkademie in Hamburg, Silke Fischer von MÄRCHENLAND, dem deutschen Zentrum für Märchenkultur und die Stadt Hameln.'

It also states: 'Ausgeschrieben wird der wichtigste Wettbewerb für Kulturmarketing und -investments von der Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL und der WELTKUNST. Eine 18-köpfige Jury mit Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Kultur ermittelt pro Kategorie drei Nominierte.'

Finally, it notes: 'Die Preisträger werden auf der fünften Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 in Berlin geehrt. Weitere Informationen und die kompletten Bewerbungsunterlagen gibt es hier.'

At the bottom of the main content area is a utility bar with icons for: Kommentare, Schriftgröße, Senden, Drucken, PDF, and Sharen (with social media icons).

The right sidebar contains a 'Social Media Verzeichnis' section with links for Themen, Städte und Kreise, and Anmeldung. Below that is 'Neue Verzeichniseinträge' with a list of organizations: OWL-Online GmbH & Co. KG, Arbeitsstelle "Kulturelle Bildung in Schule und Jugendarbeit NRW", Klinikum Bielefeld gem. GmbH, Cultura - Studentische Presseagentur, and Wendel GmbH & Co. KG. The bottom of the sidebar shows 'Neue Blogbeiträge' with a snippet: 'Der Campus Bielefeld wächst - schauen Sie zu!' and 'OWL auf Gründertage in'.

Datum: 11.08.2011

www.ostwestfalen-lippe.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows a news article on the APA-OTS website. The article title is "Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie / Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben =". The text describes the start of the award competition on April 13, 2011, in Berlin. It mentions categories like "Kulturmarke", "Kulturmanager", "Trendmarke", "Stadtmarke", and "Kulturinvestor". The article also notes that this is the sixth time the award has been held and that it is open to various cultural and marketing professionals. A list of "ERRECHNETE TAGS" (related tags) is provided on the right side of the article, including Kulturmarken, Kulturmarketing, Causales, Kulturmanagement, and Kultursponsoring.

APA-OTS ORIGINALTEXT-SERVICE MESSAGE DELIVERED

SUCHE STARTEN » Suchoptionen einblenden

Alle Aussendungen Politik **Wirtschaft** Finanzen Chronik Kultur Medien Karriere Aussender

Inhalte: **Alle** Meistgelesen Bilder Video Audio PDF Termine™™

OTS0145 / 13.04.2011 / 11:47 / Channel: [Wirtschaft](#) / Aussender: [Agentur_Causales](#)
Stichworte: [international](#) / [kultur](#)

AUSSENDER
Agentur Causales
Zur Pressemappe

Diese Aussendung: drucken e-mails pdf fließtext | twitter facebook share mailabo

Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie / Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben =

Berlin (ots) - Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die "Kulturmarke", den "Kulturmanager", die "Trendmarke", die "Stadtmarke" und den "Kulturinvestor" des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der "Förderverein des Jahres" ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der sechste Kulturmarken-Award von der Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und der WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.de bereit.

Namhafte Experten aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und führenden Fachmedien ermitteln am 15. September 2011 in den sechs Kategorien jeweils 3 Nominierte. Zu den Entscheidungskriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 vor

ERRECHNETE TAGS
[Kulturmarken](#)
[Kulturmarketing](#)
[Causales](#)
[Kulturmanagement](#)
[Kultursponsoring](#)



Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie / Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben =

Berlin (ots) - Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die "Kulturmarke", den "Kulturmanager", die "Trendmarke", die "Stadtmarke" und den "Kulturinvestor" des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der "Förderverein des Jahres" ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der sechste Kulturmarken-Award von der Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und der WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.de bereit.

causales

Namhafte Experten aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und führenden Fachmedien ermitteln am 15. September 2011 in den sechs Kategorien jeweils 3 Nominierte. Zu den Entscheidungskriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 vor 500 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Im Vorjahr wurde die Kulturhauptstadt Ruhr.2010 als Kulturmarke des Jahres geehrt.

Die Kulturmarken-Gala findet im Rahmen des KulturInvest-Kongress, dem Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment am 27. und 28. Oktober 2011 im Verlagsgebäude des Tagesspiegels statt. Top-Referenten reflektieren in interessanten Themenforen Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien. Weitere Schwerpunkte der 12 Foren sind Kulturmanagement, Kulturmarketing, Kultursponsoring und Kulturinvestment. Veranstalter sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung des Tagesspiegels. Weitere Informationen unter www.kulturinvest.de

Rückfragehinweis:

Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Hans-Conrad Walter,
Bötzowstraße 25,
10407 Berlin,
Germany,
Tel: +49 (0) 30. 53 214-391,
mobil: +49 (0) 177-79-59-473,
E-Mail: walter@causales.de,
weitere Informationen und Pressefotos: www.kulturmarken.de

Datum: 13.04.2011	www.ots.at
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows an email interface for 'Agentur Causales'. At the top, it says 'APA-OTS ORIGINALTEXT-SERVICE MESSAGE DELIVERED' and 'Suche' with a search bar and 'STARTEN' button. Below is a navigation menu with categories like 'Politik', 'Wirtschaft', 'Finanzen', 'Chronik', 'Kultur', 'Medien', 'Karriere', and 'Aussender'. The main content area features a headline: 'Burgtheater Wien ist "Kulturmarke des Jahres 2011" / Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 27. Oktober in Berlin geehrt ='. The text below describes the award ceremony in Berlin, mentioning the Wiener Burgtheater, Niklas Duffek, and other winners like PODIUM Festival Esslingen, KulTourStadt Gotha, and Bayer AG. On the right side, there is a small image of a person's face and the 'causales' logo. Below the image, there are options to 'AUSSENDER ABONNIEREN' via 'als Mailabo' and 'als RSS-Feed'.

Burgtheater Wien ist "Kulturmarke des Jahres 2011" / Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 27. Oktober in Berlin geehrt =

Berlin (ots) - Das Wiener Burgtheater wurde am Abend des 27. Oktober 2011 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als "Kulturmarke des Jahres 2011" ausgezeichnet. Vor über 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Niklas Duffek, stellvertretender kaufmännischer Geschäftsführer, die Ehrung entgegen. Darüber hinaus wurden das PODIUM Festival Esslingen für die innovative Markenführung als "Trendmarke des Jahres 2011" und Jürgen Bachmann, Kulturreferent der AUDI AG, für sein herausragendes Engagement als "Kulturmanager des Jahres 2011" geehrt. Die KulTourStadt Gotha wurde als "Stadtmarke des Jahres 2011" ausgezeichnet. Das Unternehmen Bayer AG erhielt für seine nachhaltige Kulturförderung mit dem Programm Bayer Kultur die Auszeichnung "Kulturinvestor des Jahres 2011". In der erstmalig ausgeschriebenen Kategorie "Förderverein des Jahres 2011" wurden die Museumslöwen des Museums für Natur Gotha geehrt.

107 Bewerber aus dem gesamten deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die erfolgreichste Marketingstrategie, den engagiertesten Kulturvermittler und die kreativste und nachhaltigste

causales

Kulturförderung mit dem Programm Bayer Kultur die Auszeichnung "Kulturinvestor des Jahres 2011". In der erstmalig ausgeschriebenen Kategorie "Förderverein des Jahres 2011" wurden die Museumslöwen des Museums für Natur Gotha geehrt.

107 Bewerber aus dem gesamten deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die erfolgreichste Marketingstrategie, den engagiertesten Kulturvermittler und die kreativste und nachhaltigste Investitionsform in Kultur beteiligt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben Markenidentität, Markenerscheinung, Markenkompetenz auch die kreative Form der Kulturvermittlung und Kulturinvestition. Die Preisträger wählte eine achtzehnköpfige Expertenjury aus. Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL, des Tagesspiegels und der WELTKUNST.

Die Kulturmarken-Gala ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongress, dem größten Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring im deutschsprachigen Raum, der bereits zum dritten Mal am 27. und 28. Oktober 2011 in Berlin stattfindet.

Rückfragehinweis:

Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Hans-Conrad Walter,
Bötzowstraße 25,
10407 Berlin,
Germany,
Tel: +49 (0) 30. 53 214-391,
mobil: +49 (0) 177-79-59-473,
E-Mail: walter@causales.de,
weitere Informationen und Pressefotos: www.kulturmarken.de

Datum: 28.10.2011	www.ots.at
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

nachrichten+++d

10. Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben

Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die „Kulturmarke“, den „Kulturmanager“, die „Trendmarke“, die „Stadtmarke“ und den „Kulturinvestor“ des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der „Förderverein des Jahres“ ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum

Die Guten Nachrichten – Nr. 170 vom 27. Mai 2011

9



Die Guten Nachrichten

richten+++die guten

bewerben. Ausgeschrieben wird der sechste Kulturmarken-Award von der Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und der WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.de bereit.

Die Kulturmarken-Gala findet im Rahmen des KulturInvest-Kongress, dem Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment am 27. und 28. Oktober 2011 im Verlagsgebäude des Tagesspiegels statt. Top-Referenten reflektieren in interessanten Themenforen Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien. Weitere Schwerpunkte der 12 Foren sind Kulturmanagement, Kulturmarketing, Kultursponsoring und Kulturinvestment. Veranstalter sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung des Tagesspiegels. Weitere Informationen unter www.kulturinvest.de

Datum: 27.05.2011

Die Guten Nachrichten

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the website **BODENSEE-WOCHE.de**. The main headline reads: **Museum Ravensburger ist nominiert für den „Kulturmarken-Award 2011“**. Below the headline, it states: **2. Oktober 2011 | Von Fritjof Schultz-Friese | Kategorie: ALLGEMEIN, BOULEVARD, EVENT, RAVENSBURG, SPIELELAND RV, TOURISMUS**. The article text begins: **Die Expertenjury hat unter Vorsitz des Präsidenten der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V., Prof. Dr. Oliver Scheytt aus 107 Einreichungen pro Kategorie drei Nominierte ermittelt**. An image shows a family interacting with a large globe in a museum. A search bar and social media icons (Facebook, Follow) are visible on the right side of the page. Below the article, there is a section for **WOCHENRÜCKBLICK** with a list of events and a **KALENDER** for November 2011.

Museum Ravensburger ist nominiert für den „Kulturmarken-Award 2011“

Die Expertenjury hat unter Vorsitz des Präsidenten der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V., Prof. Dr. Oliver Scheytt aus 107 Einreichungen pro Kategorie drei Nominierte ermittelt.

RAVENSBURG.red / .Das Museum Ravensburger hat im Rennen um den „Kulturmarken-Award 2011“ das Finale erreicht und ist für die Auszeichnung „Kulturinvestor des Jahres“ nominiert. Zum sechsten Mal findet der größte Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestments im deutschsprachigen Raum in Berlin statt.

causales

Die 18-köpfige Expertenjury hat unter dem Vorsitz des Präsidenten der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V., Prof. Dr. Oliver Scheytt, aus 107 Einreichungen pro Kategorie drei Nominierte ermittelt, darunter namhafte Kultureinrichtungen wie das Burgtheater Wien oder Bayer Kultur.

Am 27. Oktober heißt es „Daumen drücken“ für das Spielaland Ravensburg, den einzigen ober- schwäbischen Finalisten – dann findet die Preisverleihung auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt. Der Wettbewerb zeichnet erfolgreiche Kulturanbieter und Städte aus sowie engagierte Kulturvermittler und -investoren. Das Museum Ravensburger hat im Mai 2010 seine Tore geöffnet. Auf 1.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche entdecken die Besucher die Geschichte der Gegenwart von Spielen, Puzzles und Büchern.

Datum: 28.10.2011

www.bodensee-woche.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows the website 'STADTKULTUR HAMBURG e.V. Dachverband für lokale Kultur und kulturelle Bildung'. The navigation bar includes: Startseite, Nachrichten, Über Stadtkultur, Mitglieder, Service, Publikationen, Dokumente, Kontakt. The main article is titled 'Ausschreibung: Kulturmarken Award 2011' with a date badge 'Apr/11 15'. The article text describes the competition for 'Kulturmarke', 'Kulturmanager', 'Trendmarke', 'Stadtmarke', and 'Kulturinvestor' for 2011. It mentions the deadline is August 15, 2011. Below the article are social media sharing options (Facebook, Twitter, etc.) and a 'Teilen und sichern' button. On the right side, there are two boxes: 'Nachrichten' listing various cultural events and 'Nachrichten-Themen' listing categories like 'Kultur News', 'STADTKULTUR Mitglieder', etc.

Datum: 10.08.2011	www.stadtkultur-hh.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011



Bachmann ist Kulturmanager des Jahres 2011

Der Kulturreferent der AUDI AG und der Geschäftsführer der Simon-Mayr-Kultur-GmbH Jürgen Bachmann wurde beim Kulturmarken-Award zum Kulturmanager des Jahres 2011 gekürt. Seit 2005 ist es ihm nicht nur gelungen, die kulturellen Aktivitäten des Unternehmens zu bündeln, sondern diese mit eigenen Projektformaten zudem stark auszubauen. Bachmann etablierte eigene Konzertformate wie das Audi Klassik Open Air und das Audi RockPop Festival zur Attraktivierung der Standorte. (kr)

Datum: 27.10.2011

www.stattzeitung-plus.in

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows a news article on the TLZ.de website. The header includes the TLZ.de logo and navigation tabs for 'Aktuell', 'Politik', 'Wirtschaft', 'Sport', 'Kultur', 'Leben', 'Veranstaltungen', and 'Video'. The article title is '"Gotha adelt" ist als "Stadtmarke des Jahres" nominiert'. The main image is the 'Gotha Adelt' logo, which features the word 'GOTHA' in purple, a crown icon, and 'ADELT.' in gold. The text below the image states that the logo has been nominated for 'Stadtmarke des Jahres' and provides details about the nomination process, including the jury and the categories of the award.

Das Beste aus Thüringen.
TLZ.de
In Kooperation mit Thüringer Allgemeine und Ostthüringer Zeitung.

Thüringen & die Welt Region auswählen

Aktuell Politik Wirtschaft Sport Kultur Leben Veranstaltungen Video Suche in allen Nachrichten

Zum Thema: Mord an Mary-Jane | Goethe-Weinfest | 50 Jahre Mauerbau | Drittligist FC Carl Zeiss Jena | alle Themen ...

"Gotha adelt" ist als "Stadtmarke des Jahres" nominiert



Das Logo: "Gotha adelt". Foto: Fischer

Die Stadtmarke "Gotha adelt" hat gute Chancen, am 27. Oktober in Berlin als "Stadtmarke des Jahres" ausgezeichnet zu werden.

Gotha. Eine 18-köpfige Experten-Jury unter Vorsitz von Prof. Oliver Scheytt, dem Präsidenten der Kulturpolitischen Gesellschaft, zeigte sich von der Bewerbung, die von der KulTourStadt GmbH eingereicht worden war, beeindruckt. Im Finale stehen neben Gotha die Städte Karlsruhe und Görlitz.

Insgesamt 107 Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte und Fördervereine bewarben sich in diesem Jahr um die in sechs Kategorien zu vergebenden Auszeichnungen. Bewertet wurden der konsequente und professionelle Markenaufbau beziehungsweise die Markeninszenierung mit Kultur als Kern. In den Bewerbungsunterlagen Gothas wurde Bezug genommen auf die Entwicklung des Claims "Gotha adelt", über den sich aus dem geschichtlichen Bezug eine glanzvolle Perspektive für die Zukunft ableitet. Hervorgehoben wurden die einheitliche Vermarktungsrichtlinie bei Veranstaltungen sowie touristisch ausgerichteten Flyern und Plakaten, aber auch die neuerdings eingesetzten QR-Codes und der "Gotha adelt"-Laden am Unteren Hauptmarkt.

KulTourStadt-Geschäftsführer Mario Schiefelbein freute sich über die Nominierung: "Wir sind mit unserem Vorhaben nicht nur innovativ, sondern haben auch ein Alleinstellungsmerkmal

zum Thema

Nichts für Gehbehinderte: Das Gothaer Schloss Friedenstein
Das Kultusministerium hat jetzt im Etat der Stiftu... [mehr...](#)

Friedenstein: "Der Fahrstuhl wird gebaut"

Gothaer von Matschie arg enttäuscht

Unhaltbarer Zustand auf Friedenstein Gotha

Hoffnung für Gothas Orchester

Gothas Philharmonie hofft auf Kreistags-Votum

weitere Meldungen

Ausgaben für Heil- und Hilfsmittel steigen deutlich an
 Krankenkassen müssen immer mehr Geld für Heil- und... [mehr...](#)

Thüringen soll einen größeren Euro-Rettungsschirm ablehnen

„Gotha adelt“ ist als „Stadtmarke des Jahres“ nominiert

Die Stadtmarke "Gotha adelt" hat gute Chancen, am 27. Oktober in Berlin als "Stadtmarke des Jahres" ausgezeichnet zu werden.

causales

Gotha. Eine 18-köpfige Experten-Jury unter Vorsitz von Prof. Oliver Scheytt, dem Präsidenten der Kulturpolitischen Gesellschaft, zeigte sich von der Bewerbung, die von der KulTourStadt GmbH eingereicht worden war, beeindruckt. Im Finale stehen neben Gotha die Städte Karlsruhe und Görlitz.

Insgesamt 107 Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte und Fördervereine bewarben sich in diesem Jahr um die in sechs Kategorien zu vergebenden Auszeichnungen. Bewertet wurden der konsequente und professionelle Markenaufbau beziehungsweise die Markeninszenierung mit Kultur als Kern. In den Bewerbungsunterlagen Gothas wurde Bezug genommen auf die Entwicklung des Claims "Gotha adelt", über den sich aus dem geschichtlichen Bezug eine glanzvolle Perspektive für die Zukunft ableitet. Hervorgehoben wurden die einheitliche Vermarktungsrichtlinie bei Veranstaltungen sowie touristisch ausgerichteten Flyern und Plakaten, aber auch die neuerdings eingesetzten QR-Codes und der "Gotha adelt"-Laden am Unteren Hauptmarkt.

KulTourStadt-Geschäftsführer Mario Schiefelbein freute sich über die Nominierung: "Wir sind mit unserem Vorgehen nicht nur innovativ, sondern haben auch ein Alleinstellungsmerkmal entwickelt. Allein die Nominierung ist eine Auszeichnung und eine schöne Bestätigung unserer Arbeit." Die Preisverleihung ist an das Prinzip der Oscar-Vergabe in Hollywood angelehnt. Erst auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober werden die Gewinner vor 500 Entscheidungsträgern aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien bekannt gegeben.

Datum: 20.09.2011	www.tlz.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

The screenshot shows a news article on the website trading-house.net. The main headline reads: "Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie / Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben". The article is dated Wednesday, 13.04.2011 at 11:51 Uhr. The text of the article describes the award categories: "Kulturmarke", "Kulturmanager", "Trendmarke", "Stadtmarke", and "Kulturinvestor". It also mentions a new category for "Förderverein des Jahres". The article notes that the award is organized by the German Post DHL and the WELTKUNST initiative. The website layout includes a navigation menu at the top, a search bar, and various advertisements on the right side, such as FxPro and Eniteo.de.

Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie / Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben

Berlin (ots) - Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die "Kulturmarke", den "Kulturmanager", die "Trendmarke", die "Stadtmarke" und den "Kulturinvestor" des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der "Förderverein des Jahres" ausgezeichnet.

Der Kulturmarken-Award 2011 startet mit neuer Kategorie / Wichtigster Kulturmarketing-Wettbewerb zum sechsten Mal ausgeschrieben: Berlin (ots) - Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die "Kulturmarke", den "Kulturmanager", die "Trendmarke", die "Stadtmarke" und den "Kulturinvestor" des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der "Förderverein des Jahres" ausgezeichnet. Bis zum 15. ...

Berlin (ots) - Am 13. April 2011 startet der Wettbewerb um die "Kulturmarke", den "Kulturmanager", die "Trendmarke", die "Stadtmarke" und den "Kulturinvestor" des Jahres. Erstmals wird in diesem Jahr in der neuen Wettbewerbskategorie der "Förderverein des Jahres" ausgezeichnet. Bis zum 15. August 2011 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur, Fördervereine und Freundeskreise aus

causales

Kultureinrichtungen sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der sechste Kulturmarken-Award von der Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und der WELTKUNST. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online unter www.kulturmarken.de bereit.

Namhafte Experten aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und führenden Fachmedien ermitteln am 15. September 2011 in den sechs Kategorien jeweils 3 Nominierte. Zu den Entscheidungskriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala am 27. Oktober 2011 vor 500 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Im Vorjahr wurde die Kulturhauptstadt Ruhr.2010 als Kulturmarke des Jahres geehrt.

Die Kulturmarken-Gala findet im Rahmen des KulturInvest-Kongress, dem Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment am 27. und 28. Oktober 2011 im Verlagsgebäude des Tagesspiegels statt. Top-Referenten reflektieren in interessanten Themenforen Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien. Weitere Schwerpunkte der 12 Foren sind Kulturmanagement, Kulturmarketing, Kultursponsoring und Kulturinvestment. Veranstalter sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung des Tagesspiegels. Weitere Informationen unter www.kulturinvest.de

Originaltext: Agentur Causales Digitale Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/68908> Pressemappe via RSS : http://www.presseportal.de/rss/pm_68908.rss2

Pressekontakt: Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Hans-Conrad Walter, Böttzowstraße 25, 10407 Berlin, Germany, Tel: +49 (0) 30. 53 214-391, mobil: +49 (0) 177-79-59-473, E-Mail: walter@causales.de, weitere Informationen und Pressefotos: www.kulturmarken.de

Datum: 13.04.2011	www.tradinghouse.net
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2011

Ein Service von news aktuell

E-Mail-Abo A-Z App/Mobil Text Land/Sprache Login

na.presseportal
Im Original informiert





suche

HOME BRANCHEN MELDUNG EINSTELLEN ÜBER UNS FEEDS INHALTE KOSTENLOS ABONNIEREN

Alle Ressorts Wirtschaft Finanzen Politik Vermischtes Kultur Sport Polizei Bilddatenbank Video/Audio Highlights

Pressemappe

SKODA AUTO DEUTSCHLAND GMBH

26.10.2011 | 10:34 Uhr |    

SKODA sorgt für uneingeschränkte Mobilität beim Kulturmarken-Award

Weiterstadt/Berlin (ots) - Wenn am 27. Oktober der sechste Kulturmarken-Award im TIPI am Kanzleramt verliehen wird, ist SKODA AUTO als Fahrzeugpartner dabei.



Gäste und Nominierte freuen sich an diesem Abend über den exklusiven Shuttle-Service von SKODA. Bereits zum vierten Mal ist die tschechische Traditionsmarke mit zehn eleganten Superb-Limousinen in Berlin vor Ort.

Der Award ehrt unter anderem Unternehmen, Fördervereine und Anbieter, die sich um die Förderung von Kultur besonders verdient gemacht haben. Nominiert sind in diesem Jahr unter anderem das Burgtheater Wien, das Museum Ravensburger und die Stadt Karlsruhe. Bei der Jury gingen rund 107 Bewerbungen ein.





Kulturelles Engagement hat eine lange Tradition bei SKODA. Schwerpunkte liegen auch auf Jazz, Film und bildender Kunst.

Pressekontakt:
Lea Dommel

Telefon: 06150 / 133 114
Telefax: 06150 / 133 129
E-Mail: lea.dommel@skoda-auto.de

DIESE PRESSEMAPPE

- als RSS Feed 
- als Homepage Ticker
- bookmarken   

in Pressemappe suchen

DIESE MELDUNG

- Meldung versenden

SKODA sorgt für uneingeschränkte Mobilität beim Kulturmarken-Award

Weiterstadt/Berlin (ots) - Wenn am 27. Oktober der sechste Kulturmarken-Award im TIPI am Kanzleramt verliehen wird, ist SKODA AUTO als Fahrzeugpartner dabei.

Gäste und Nominierte freuen sich an diesem Abend über den exklusiven Shuttle-Service von SKODA. Bereits zum vierten Mal ist die tschechische Traditionsmarke mit zehn eleganten Superb-Limousinen in Berlin vor Ort.

causales

Der Award ehrt unter anderem Unternehmen, Fördervereine und Anbieter, die sich um die Förderung von Kultur besonders verdient gemacht haben. Nominiert sind in diesem Jahr unter anderem das Burgtheater Wien, das Museum Ravensburger und die Stadt Karlsruhe. Bei der Jury gingen rund 107 Bewerbungen ein.

Kulturelles Engagement hat eine lange Tradition bei SKODA. Schwerpunkte liegen auch auf Jazz, Film und bildender Kunst.

Originaltext: Skoda Auto Deutschland GmbH Digitale Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/28249>
Pressemappe via RSS : http://www.presseportal.de/rss/pm_28249.rss2

Pressekontakt: Lea Dommel

Telefon: 06150 / 133 114 Telefax: 06150 / 133 129 E-Mail: lea.dommel@skoda-auto.de

Datum: 26.10.2011

www.presseportal.de

Auflage: -

Kontakt: -