

7 Auricas für bahnbrechende Leistungen:

## Die besten Kulturmarken Europas

**Berlin/München – Großes Kino beim Kulturmarken-Award in Berlin: Im festlich dekorierten Tipi in Berlin erhielt Jürgen Flimm, Intendant der Staatsoper Berlin, die goldene Aurica für sein bisheriges Lebenswerk. Standing ovations von 600 Gästen aus Wirtschaft und Kultur. Ein Kultur-Oscar ging auch nach München. Thomas Girst, der Kulturchef von BMW, wurde als „Europäischer Kulturmanager des Jahres“ ausgezeichnet.**



Viel Glamour auch auf der Bühne des 11. Kulturmarken-Awards



Zwei Sieger mit Kultur-Oscar: Otto Flimm und Thomas Girst (BMW)



Das leuchtende U von Dortmund: Aus der Brauerei wurde ein erfolgreiches Kulturzentrum und ist jetzt Europas Kulturmarke des Jahres



Prominente Gäste von Cheforganisator Hans-Conrad Walter (Causales, li.): Die Schweizer Botschafterin Christine Schraner Burgener und Hedy Graber, die Kulturchefin von Migros

Die Gala war der Höhepunkt des zweitägigen Kongresses Kulturinvest, den die Berliner Agentur Causales veranstaltete ([hier der Bericht](#)). Der Award honoriert, bereits zum 11. Mal, erfolgreiches Marketing, Markenbildung und –führung von Kulturorganisationen und Marken. Neben Otto Flimm und der BMW-Group kürte die 34-köpfige Fachjury weitere Sieger:

- Das Dortmunder U ist die „Europäische Kulturmarke 2016“. Das ehemalige Brauereigebäude mit dem Leuchtschrift-U auf der Spitze, ist seit sechs Jahren ein Kultur- und Kunstzentrum.
- Das Projekt „Henry“ vom PODIUM-

Festival Esslingen wurde zur "Europäischen Trendmarke des Jahres 2016" gewählt.

- Für den erstmalig vergebenen „Preis für Stadtkultur 2016“ konnte sich das MuseumsQuartier Wien durchsetzen.
- Mit der Auszeichnung "Europäischer Kulturinvestor des Jahres 2016" wurde die UBS AG geehrt.
- Den Titel „Europäische Kulturtourismusregion des Jahres 2016“ erhielt die GrimmHeimat Nordhessen.
- Die Angebote vom Staatlichen Museum für Naturkunde Stuttgart würdigte die Jury als „Europäisches Bildungsprogramm des Jahres 2016“.

**Peter**

**Ehm**

ARCHIV

## Kalte Dusche



**München** – Ein Schelm, der hierbei an einen schönen Marketing-Gag denkt: Am vergangenen Spieltag lief das Bundesliga-Team des FC Bayern München in „Müllbekleidung“ ein. Wie Ausrüster Adidas mitteilte, bestanden die Fußballer-Trikots aus 100 Prozent Ozean-Plastik. Garne und Fasern seien aus recycelten Plastikabfällen, die an den Maledivenküsten eingesammelt wurden. Adidas x Parley nennt sich das neue Trikotkonstrukt. Warum die Bayern gegen Hoffenheim nicht gewannen, sondern nur unentschieden spielten, lag sicherlich nicht an den neuen Trikots. Oder?

LINKS: [friends & family](#)

<http://www.baw-online.de>

- ADC - DIREKT ZUM ART DIRECTORS CLUB
- JOBBÖRSE BEI ROCKITDIGITAL

## Erklärung

Hiermit erklären wir den Kampf gegen Newsgeplapper und Werbegeklingel. Willkommen bei [www.headline1.de](http://www.headline1.de), **Deutschlands 1. Local-Marketingmagazin**. Eine einzige Nachricht, mehr gibt's bei uns nicht. Hauptdarsteller sind die Münchner und alle Sympathisanten weißblau. Die Stadt München natürlich auch. Wer macht was? Und wer ist deshalb neidisch? Wer ist drin, wer ist draußen? Termine, Tipps und Marketing-Knowhow: alles made in München.

**Peter Ehm**

[e-mail an Redaktion](#)