



# Cultural Brand Award

## 2019

# Europe

Bewerben Sie sich bis zum 31. August 2019 um die Aurica, Ikone des europäischen Kulturmarktes und zeigen Sie, dass Sie zu den Besten der Besten gehören!

*Apply until 31 August 2019 for the Aurica, the icon of the European cultural market, and prove that you are among the best of the best!*

# 14 • Europäischer Kulturmarken-Award

Europas avanciertester Kulturpreis  
*Europe's most advanced cultural award*

Mit freundlicher Unterstützung von:



Premium-Partner:

Preisstifter:

Veranstalter:





## Grusswort Editorial

„Wenn ich nochmals mit dem Aufbau Europas beginnen könnte, dann würde ich mit der Kultur beginnen.“  
*“If I could start building Europe again, I would start with culture.” Jean Monnet, Entrepreneur*

GRUSSWORT DES INITIATORS UND DES JURYVORSITZENDEN GREETINGS FROM THE INITIATOR AND THE JURY CHAIRMAN

### Impulse für den europäischen Kulturmarkt *Impulses for the European cultural market*



Die Werte, die Europa prägen sind so widersprüchlich wie nirgendwo anders auf der Welt, von Aristoteles bis Abba, von Shakespeare bis zu den Sex Pistols, alle haben uns beeinflusst und sind der Humus unserer weltoffenen, toleranten europäischen Kultur. Unsere europäische und damit auch die regionale Kultur wird in den Regionen und Städten Europas lebendig und in deren zahlreichen Museen, Theatern und Festivals erlebbar. Professionelles Kulturmanagement, ästhetische und effiziente Markenpflege sowie die Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen zum gegenseitigen Nutzen sichern dafür die notwendigen Rahmenbedingungen. **Der Europäische Kulturmarken-Award stimuliert seit 14 Jahren den europäischen Kulturmarkt mit der Auszeichnung dynamischer Kulturprojekte und außergewöhnlicher Persönlichkeiten.** Mit über 1.150 eingereichten Bewerbungen hat sich der Wettbewerb in den letzten Jahren zum avanciertesten Kulturpreis in Europa entwickelt und richtet sich mit seinen acht Wettbewerbskategorien an Kulturanbieter, kulturfördernde Unternehmen, Stiftungen, Kommunen, Tourismusregionen und Medien. Dank der ehrenamtlichen

Beteiligung von 42 namhaften Juroren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien sowie von über 50 Partnern und Sponsoren konnte der Europäische Kulturmarken-Award in den letzten dreizehn Jahren mit der Vergabe von 72 Awards an Institutionen und Unternehmen sowie an 16 herausragende Kulturmanager wesentliche Impulse für den europäischen Kulturmarkt setzen. Innerhalb der diesjährigen Kulturmarken-Gala am 7. November auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein in Essen werden auch dieses Jahr die begehrten Auricas vor 700 Entscheidungsträgern aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien verliehen.

Als Initiator und Veranstalter lade ich Sie herzlich zur aktiven Teilnahme am diesjährigen Kulturmarken-Award ein, freue mich im Namen aller Beteiligten auf Ihre Bewerbung und natürlich auf große Emotionen innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ auf dem Bergwerk der Superlative! Mein besonderer Dank gilt meinem Team, allen Förderern, Partnern, Juroren und Mitwirkenden für Ihre großzügige Unterstützung, insbesondere dem Land Nordrhein-Westfalen und der Stiftung Zollverein.

*The values that shape Europe are more contradictory than anywhere else in the world, from Aristotle to Abba, from Shakespeare to the Sex Pistols. All have influenced us. They all are the humus of our cosmopolitan, tolerant European culture. Our European and thus also the regional culture becomes alive in the regions and cities of Europe and can be experienced in numerous museums, theatres and festivals. Public and private cultural providers generate a demand with their offers, forming the basis of a European cultural market that is accessible for all. **The European Cultural Brand Award has been stimulating the European cultural market by awarding dynamic cultural projects and exceptional personalities.** With more than 1150 applications, the competition is considered to be Europe's most advanced cultural award and addresses cultural providers, culture-promoting companies, foundations, municipalities, tourism regions and media in eight categories. Thanks to the honorary participation of 42 well-known jurors from culture, business, politics and media as well as over 50 partners and sponsors, the European Cultural Award has awarded 72 prizes to institutions and companies as well as cultural managers and has put significant momentum on the European cultural market. Within the Night of Cultural Brands on November 7 at the UNESCO World Heritage Zollverein in Essen, the coveted Auricas will be bestowed in front of 700 decision makers in culture, business, politics and media.*

*As initiator and producer, I cordially invite you to actively participate in this year's competition. On behalf everyone involved, I'm looking forward to your application as well as having big emotions at the gala. Special thanks go to my team as well as to all sponsors, partners, jurors and contributors for their generous support, in particular to the state of North Rhine-Westphalia and the Zollverein Foundation.*

Ihr Hans-Conrad Walter  
 Geschäftsführender Gesellschafter der Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

*Yours Sincerely, Hans-Conrad Walter,*  
 Managing Partner Causales – Cultural Marketing and Cultural sponsoring

### Qualität und Individualität in Kunst & Kultur *Quality and individuality in art and culture*



Professionelles Kulturmanagement sowie Marketing, Markenbildung und Markenführung gehören zu den alltäglichen Aufgaben in Kulturorganisationen, -verwaltungen, -stiftungen, -verbänden und -initiativen. Der Kulturmarken-Award hat wesentlichen Anteil an der Professionalisierung auf diesem Feld in den vergangenen Jahren. Zusammen mit dem Kultur-Invest!-Kongress bildet er ein einzigartiges Forum für den Erfahrungsaustausch und die Entwicklung des europäischen Kulturmarktes im Zusammenspiel aller wichtigen Akteure. Dabei gibt es glücklicherweise keinen Zweifel daran, dass sich Qualität und Individualität in Kunst und Kultur einerseits sowie wirtschaftliche Effizienz andererseits nicht ausschließen, vielmehr können sie sich wechselseitig befruchten. **Der Kulturmarken-Award hat sich zur Aufgabe gemacht, das Potenzial von Kulturanbietern des europäischen Kulturmarktes sichtbar zu machen, die Kreativität als unerschöpfliche Energiequelle zu fördern und die Vernetzung kultureller Akteure zu verstärken.** Mein besonderer Dank gilt dem Initiator Hans-Conrad Walter und seinem Team sowie den Jurykolleginnen und -kollegen. Alle Jurymitglieder sind vereint in der Freude an einer intensiven, mitunter kontroversen fachlichen Reflexion und im Engagement für beste Qualität. Dem diesjährigen Wettbewerb wünsche ich viele preiswürdige Einsendungen und eine unvergessliche Preisverleihung in der „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein – der schönsten Zeche der Welt.

*Professional cultural marketing as well as marketing, branding and brand management have become a part of the daily work routine for cultural organisations, administrations, foundations, societies and initiatives. **Not least the European Cultural Brand Award has played a major role in bringing professionalism to this field over the past thirteen years.** Together with the CultureInvest! Congress, it forms a unique forum for the exchange of ideas and the further development of cultural brands in cooperation of all important players. Fortunately, it is very obvious that quality and individuality in art and culture, on the one hand, and economic efficiency, on the other, are not mutually exclusive; on the contrary, they can mutually enrich each other. The European Cultural Brand Award has set itself the task of making the potential of cultural institutions and cities visible, using creativity as an inexhaustible source of energy and strengthens the networking of cultural and economic players.*

*I am especially grateful to the initiator of the competition and his team as well as to my colleagues in the jury. All jurors are unified in their desire for an intensive, thoroughly-debated process and a commitment to the highest quality. I look forward to prizeworthy submissions from all over Europe and an unforgettable prize-giving night at the “Night of Cultural Brands” at the UNESCO World Heritage Zollverein – the most beautiful colliery in the world.*

*I am especially grateful to the initiator of the competition and his team as well as to my colleagues in the jury. All jurors are unified in their desire for an intensive, thoroughly-debated process and a commitment to the highest quality. I look forward to prizeworthy submissions from all over Europe and an unforgettable prize-giving night at the “Night of Cultural Brands” at the UNESCO World Heritage Zollverein – the most beautiful colliery in the world.*

Ihr Prof. Dr. Oliver Scheytt  
 Kulturexperte und Vorsitzender der Jury des Europäischen Kulturmarken Awards

*Yours sincerely, Prof. Dr. Oliver Scheytt*  
 Cultural expert and Jury Chairman of the European Cultural Brand Award



# causales®

© Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Der Name „Causales“ ist Programm: In der Philosophie versteht man unter „Causa“ (lat. für Grund, Ursache) einen Sachverhalt der objektiven Realität, der einen anderen Sachverhalt – die Wirkung – hervorbringt. Die Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH berät seit 15 Jahren Wirtschaftsunternehmen in der strategischen Planung von Sponsoringprozessen und findet die attraktivsten Kulturprojekte für deren gesellschaftliches Engagement. Kulturprojekte berät Causales in Markenbildungsprozessen und findet für sie die geeigneten Sponsoren aus der Wirtschaft. Zu unseren Kerndienstleistungen gehören: Marketing- und Sponsoringberatung, Erstellung von Marketing und Sponsoringkonzepten, Matching von Kultur und Wirtschaft für Sponsoringkooperationen. Seit Gründung hat Causales über 275 Kulturanbieter und Wirtschaftsunternehmen beraten und über 320 Sponsoringpartnerschaften zwischen Kultur, Wirtschaft und Medien im deutschsprachigen Raum mit einem siebenstelligen Gesamtvolumen vermittelt.

*The name “Causales” says it all: in philosophy the term “causa” (Latin for reason, cause) is defined as a circumstance in objective reality that results in a different circumstance – the effect (cf. causality). The Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH has been advising corporations in their strategic planning of sponsoring processes for the past 15 years. We find the most attractive cultural projects for their societal advocacy. Causales also consults culture projects in the brand development processes and matches them with compatible business sponsors. Our core services comprise: marketing and sponsoring advice, developing marketing and sponsoring concepts, matching of cultural organizations with businesses for sponsoring partnerships. Since its inception, Causales has provided consulting services to more than 275 culture providers and corporation and has brokered in excess of 320 sponsoring partnerships between culture, economy and the media in the German-speaking region, generating 7-digit total volumes.*



# Europäischer Kulturmarken-Award European Cultural Brand Award



Der Europäische Kulturmarken-Award wurde im Jahr 2006 ins Leben gerufen und wird im Jahr 2019 bereits zum 14. Mal verliehen. **Mit über 1.150 eingereichten Bewerbungen und insgesamt 72 namhaften Preisträgern entwickelte sich der Preis zum innovativsten Wettbewerb im europäischen Kulturmarkt.** Unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt wählt eine 42-köpfige Expertenjury aus den Bewerbungen in einem mehrstufigen Verfahren herausragende Projekte aus Kulturmanagement, Kulturmarketing, Kulturtourismus und Kulturförderung aus.

The European Cultural Award was launched in 2006 and will be awarded for the 14th time in 2019. With more than 1150 applications submitted and a total of 72 well-known award winners, the award has become the most innovative competition on the European cultural market. **Chaired by Prof. Dr. Oliver Scheytt, a panel of experts comprising 42 judges selects in a multi-stage process outstanding projects in cultural management, cultural marketing, cultural tourism and cultural promotion.**

<b>_Europäische Kulturmarke 2019 European Cultural Brand 2019</b> .....	<b>S. 5</b>
<b>_Europäische Trendmarke 2019 European Trend Brand 2019</b> .....	<b>S. 6</b>
<b>_Europäische/r Kulturmanager/in 2019 European Cultural Manager 2019</b> .....	<b>S. 7</b>
<b>_Europäischer Kulturinvestor 2019 European Cultural Investor 2019</b> .....	<b>S. 8</b>
<b>_Europäisches Bildungsprogramm 2019 European Education Program 2019</b> .....	<b>S. 9</b>
<b>_Europäische Kulturtourismusregion 2019 European Cultural Tourism Region 2019</b> .....	<b>S. 10</b>
<b>_Preis für Stadtkultur 2019 Prize for Urban Culture 2019</b> .....	<b>S. 11</b>
<b>_Europäischer Preis für Medienkultur 2019 European Prize for Media Culture 2019</b> .....	<b>S. 12</b>

Auf der Kulturmarken-Gala am 7. November auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein werden die Preisträger der jeweiligen Kategorien mit der AURICA, Ikone des europäischen Kulturmarktes geehrt, einer 23 Zentimeter hohen, gewachsenen Bronzestatue. AURICA, ein rumänischer Mädchennamen, der die Goldene meint, trägt alles in sich, was so begehrenswert ist: Aura, Aum und Heureka. Die Skulptur steht darüber hinaus für die Exzellenz, Attraktivität und Vielfalt des europäischen Kulturmarktes und versinnbildlicht die wertvolle Vermittlungsarbeit der europäischen Kulturanbieter und das herausragende Engagement europäischer Kulturförderer.

**Bewerben Sie sich bis zum 31. August 2019 und zeigen Sie, dass Sie zu den besten Akteuren des europäischen Kulturmarktes gehören!**

On November 7 at the UNESCO World Heritage Zollverein, the award winners will be honoured with the AURICA®, a 23-centimeter-high, waxed bronze statue. The trophy, is a symbol for the excellence, attractiveness and openness of the European culture market and synonymous with the valuable brokerage work done by European culture providers and the outstanding advocacy of European culture investors.

**Apply by 31 August 2019 and prove that you are among the best of the best within the European cultural market!**

## 1. Online-Anmeldung bis 31. August 2019

### 1. Online registration by August 31, 2019

Ihre Anmeldung können Sie bequem online durchführen unter:  
[www.kulturmarken.de/veranstaltungen/kulturmarken-award/anmeldung-kulturmarken-award](http://www.kulturmarken.de/veranstaltungen/kulturmarken-award/anmeldung-kulturmarken-award)

Die Bewerbungsbestätigung geht Ihnen mit einer Rechnung über die Bewerbungsgebühren zu und ist innerhalb von 10 Tagen nach Erhalt zu entrichten.

You can easily register online at:  
[www.cultural-brands.com/conventions/cultural-brand-award/registration](http://www.cultural-brands.com/conventions/cultural-brand-award/registration)

The confirmation of your application will be sent to you with an invoice for the application fees and must be paid within 10 days of receipt.

## 2. Einreichung der Bewerbungsunterlagen bis 31. August 2019

### 2. Submission of the application documents by August 31, 2019

Bitte senden Sie uns folgende Bewerbungsunterlagen bis zum 31. August 2019 über einen digitalen Daten-Transfer oder einen Stick per Post zu:

- \_Freie Präsentation mit max. zehn PDF-Seiten oder Power Point-Folien
- \_Mind. drei hochauflösende Bilder
- \_Druckfähiges Logo der Marke
- \_Kurzzusammenfassung Ihrer Bewerbung auf deutsch und englisch (je 500 Zeichen)
- \_Trailer/Imagevideo (ca. 30 Sek.), wenn vorhanden
- \_Ggf. einzelne Belegexemplare von Flyern, Plakaten, Merchandising

Nach der Jurysitzung am 26. September werden Sie umgehend über Ihre Nominierung informiert und kostenfrei zur Preisverleihung „Night of Cultural Brands“ am 7. November 2019 auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein eingeladen. Um sich auch bereits im Rahmen Ihrer Bewerbung einen Platz für die Preisverleihung innerhalb der „Night of Cultural Brands“ zu sichern, buchen Sie jetzt Ihr Ticket zum 11th CultureInvest! Kongress, inklusive einer Teilnahme an der großen After-Show-Party.

Please send us the following application documents by August 31, 2019 via a digital data transfer or stick by post:

- \_free presentation, max. 10 pdf pages or powerpoint slides
- \_at least three high-resolution images
- \_a printable logo
- \_brief summary of your application (500 characters)
- \_trailer/image video (ca. 30 sec.), if available
- \_possibly examples of initiatives (flyers, billboards, merchandising etc.)

After the jury meeting on 26 September, you will immediately be notified of your nomination and invited free of charge to the award ceremony “Night of Cultural Brands” on 7 November 2019 on the UNESCO World Heritage Site Zollverein. In order to secure a seat for the award ceremony within the “Night of Cultural Brands” as part of your application, please book your ticket to the 11th CultureInvest! Congress now, which includes participation in the big After-Show Party.

#### Bewerbungsgebühr pro Kategorie

Application fee per category  
€ 199,- (zzgl. MwSt.)

(Bewerbung in der Kategorie Europäischer Kulturmanager ist kostenfrei.)  
(Application in the category European Cultural Manager is free of charge.)

Anmeldeschluss: 31. August 2019  
Deadline: August 31, 2019

#### Wettbewerbsbüro und Veranstalter:

Competition office and producer:  
Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Bötzwstraße 25, 10407 Berlin, Germany

Managing Director: Hans-Conrad Walter  
Award Management: Christine Fischer und Jennifer Miethke  
E-Mail: [fischer@causales.de](mailto:fischer@causales.de), [miethke@causales.de](mailto:miethke@causales.de)  
Telefon: +49(0)30.53 214 391  
[www.kulturmarken.de](http://www.kulturmarken.de)





# Die Expertenjury 2019

## The jury of experts 2019



Eine namhafte Jury aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und führenden Fachmedien wählt am 26. September 2019 im Atrium der James-Simon-Galerie auf dem UNESCO-Welterkulturerbe Museumsinsel Berlin unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt die Nominierten und Preisträger der diesjährigen Europäischen Kulturmarken-Awards. **Die Jurorinnen und Juroren erarbeiten innerhalb der Jurysitzung in acht Einzeljürs entsprechende Vorschläge für das gesamte Jury-Plenum, das danach die Short-List mit den Nominierten durch die Geschäftsführung bekannt gibt.** Die Preisträger werden am 7. November 2019 innerhalb der Preisverleihung auf der „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein in Essen geehrt.

**On 26 September, a jury of experts in culture, science, business and media, chaired by Prof. Dr. Oliver Scheytt, will decide on the nominees at the James-Simon-Gallery on the UNESCO World Cultural Heritage Museum Island Berlin.** Within the jury meeting, the jury member will prepare proposals for the entire jury plenary session in eight individual juries, which will then announce the short list of nominees by the management. The Award winners will be honoured on November 7th within the “Night of Cultural Brands” at the UNESCO World Heritage Zollverein.



**Philipp Berens**  
Projektmanagement ARTE  
Magazin/Berliner Wirtschaft  
Project management  
ARTE Magazin/Berliner Wirtschaft



**Bernd R. Bickhove**  
Gründer und Inhaber  
von kulturRAUMkonzept  
Founder and Owner  
kulturRAUMkonzept



**Axel Biermann**  
Geschäftsführer  
Ruhr Tourismus GmbH  
Managing Director  
Ruhr Tourismus GmbH



**Dr. Marc Bieling**  
Geschäftsführer Gegenbauer  
Sicherheitsdienste GmbH,  
Managing Director Gegenbauer  
Sicherheitsdienste GmbH



**Roland Bischof**  
Vize-Präsident im FASPO –  
Fachverband für Sponsoring e.V.  
Vice President FASPO –  
Fachverband für Sponsoring e.V.



**Jürgen Block**  
Geschäftsführer der Bundesvereinigung  
City- und Stadtmarketing  
Deutschland e.V./Managing Director  
of Bundesvereinigung City- und  
Stadtmarketing Deutschland e.V.



**Ulrich Bülow**  
ZDF Hauptstadtstudio  
ZDF Main City Studio



**Alexander Branczyk**  
Geschäftsführender Gesellschafter  
xplicit, Gesellschaft für  
visuelle Kommunikation  
Managing partner xplicit, the Company  
for Visual Communication



**Henry C. Brinker**  
Inhaber brinkermedia  
Owner brinkermedia



**Prof. Dr. Manfred Bruhn**  
Universität Basel  
University of Basel



**Ralf Brümmer**  
Geschäftsführer  
SECURITAS GmbH  
Managing Director  
SECURITAS GmbH



**Dr. Marion Bleß**  
Vorstand Stiftung  
Deutsche Klassenlotterie  
Berlin, Executive Board  
Stiftung Deutsche  
Klassenlotterie Berlin



**Stephan-Andreas Casdorff**  
Herausgeber Der Tagesspiegel  
Publisher Der Tagesspiegel



**Mihai Danzke**  
Geschäftsführer Mihai –  
Gesellschaft für Mediaservice  
GmbH, Managing Director Mihai –  
Gesellschaft für Mediaservice GmbH



**Bernd Fesel**  
ecce, european centre for creative  
economy, Senior Advisor



**Susanne Finck**  
Associate Director / WM  
Marketing Germany &  
Austria / UBS Europe SE



**Prof. Dr. Julia Frohne**  
Professorin für Kommunikationsmanagement,  
Westfälische Hochschule  
Gelsenkirchen, Professor for Communication  
Management, Westphalian University  
of Applied Sciences Gelsenkirchen



**Dr. Elisabeth Gigler**  
AVL Cultural Foundation GmbH,  
Chief Operating Officer



**Prof. Dr. Thomas Girst**  
Leiter BMW Group  
Kulturengagement  
Head of BMW Group  
for Cultural Engagement



**Hedy Graber**  
Migros-Genossenschafts-Bund,  
Leiterin Direktion Kultur und  
Soziales, Director of Cultural and  
Social Affairs at the Federation  
of Migros Cooperatives



**Winfried Hanuschik**  
Verleger und Herausgeber  
von crescendo,  
Publisher and Editor  
of crescendo



**Thomas Helfrich**  
Leitung Kultur, Sport  
und Bildung bei der Bayer AG  
Head of Culture, Sport  
and Education at Bayer AG



**Günter Jeschonnek**  
Regisseur  
Director



**Andrea Joras**  
Executive Director,  
Berghof Foundation  
Operations GmbH



**Katharina Lohmann**  
Leiterin Kulturamt Celle  
Head of Cultural Office Celle



**Dr. Hagen W. Lippe-Weißenfeld**  
Vorstand der Kulturpolitischen  
Gesellschaft e.V.  
Board of Kulturpolitische  
Gesellschaft e.V.



**Pedro Muñoz**  
Deutsche Post DHL Group, Konzernkommunikation und  
Unternehmensverantwortung/Deutsche  
Post DHL Group, Corporate Communications  
and Corporate Responsibility



**Rainer Münster**  
SAP Deutschland SE & Co.  
KG, Consulting Director



**Dr. Stephan Muschick**  
Geschäftsführer der innogy  
Stiftung für Energie und  
Gesellschaft gGmbH  
Managing Director innogy  
Foundation for Energy and Society gGmbH



**Prof. Dr. Hans-Peter Noll**  
Vorstandsvorsitzender  
der Stiftung Zollverein  
CEO Zollverein Foundation



**Konrad Pochhammer**  
Geschäftsführer RSM GmbH  
Managing Director RSM GmbH



**Prof. Dr. Lorenz Pöllmann**  
HMKW | Hochschule für Medien,  
Kommunikation und Wirtschaft,  
HMKW | University of Applied  
Sciences for Media, Communication  
and Management



**Rolf Rische**  
Hauptabteilungsleiter Kultur  
und Leben der Deutschen Welle,  
Head of Department for Culture  
and Society at Deutsche Welle



**Prof. Dr. Oliver Scheytt, Juryvorsitz**  
Inhaber KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt  
GmbH, Geschäftsführer KULTURPERSONAL  
GmbH, Jury Foreman, Holder KULTUREXPERTEN  
Dr. Scheytt GmbH, Managing  
Director of KULTURPERSONAL GmbH



**Dirk Schütz**  
Geschäftsführer der KM Kulturmanagement  
Network GmbH,  
Geschäftsführer KULTURPERSONAL  
GmbH/Managing Director for KM  
Kulturmanagement Network GmbH,



**Bettina Sonnenschein**  
HORIZONT, Redakteurin/  
Ressort Specials  
HORIZONT, Editor/  
Ressort Specials



**Bernadette Spinnen**  
Vorstand in der Bundesvereinigung  
City- und Stadtmarketing Deutschland  
e.V., Leitung Münster Marketing,  
Chairman Bundesvereinigung City- und  
Stadtmarketing Deutschland e.V.



**Peter Strahlendorf**  
Verleger New Business Verlag  
GmbH & Co. KG  
Publisher New Business Verlag  
GmbH & Co. KG



**Myriam Sztayn**  
Bereichsleiterin Berlin-Partner-Veranstaltungen,  
Koordinatorin Sportmarketing,  
Devisional Manager  
Berlin-Partner Events, Koordination  
sport marketing



**Bernward Tuchmann**  
Inhaber TUCHMANN Kulturberatung  
und Geschäftsführer  
INTHEGA e.V./Owner TUCHMANN  
Cultural Consulting  
and Managing Director INTHEGA  
e.V.



**Gräfin Dorothee von Posadowsky**  
E.ON SE, Head of Arts & Culture



**Yvonne Wodzak**  
Chefredaktion Public Marketing  
Editorship Public Marketing



# Europäische Kulturmarke European Cultural Brand



Kategorie-Partner



Sie positionieren sich als Flaggschiffe, Leuchttürme oder Experimentierlaboratorien sowie als gesellschaftliche und ökonomische Impulsgeber in der Kunst- und Kulturlandschaft. **Mit trendsetzenden Marketingkonzepten, individuellen Markenwerten und professionellen Sponsoringangeboten bieten Kulturmarken für Wirtschaftsunternehmen einmalige Investitionsmöglichkeiten.** Bewerben Sie sich als Kulturanbieter um den begehrten Titel „Europäische Kulturmarke des Jahres“, der bereits zum 14. Mal an Kulturanbieter verliehen wird, die mit einer exzellenten Strategie eine starke Marke etabliert haben und eine innovative Markenpflege betreiben.

*You are positioning yourself as a flagship, lighthouse or experimental lab as well as a social and economic initiator in the arts and cultural world. With trend-setting marketing concepts, individual brand values and professional sponsoring offers, cultural brands offer unique investment opportunities for commercial enterprises. Apply as a cultural provider for the coveted title "European Cultural Brand of the Year", which is now being awarded for the 14th time to cultural providers that have established a strong brand based on an outstanding strategy, pursuing an innovative brand management.*

#### Kategorie-Partner

Die Deutsche Welle (DW) ist der Auslandssender Deutschlands. DW steht für ein profundes, verlässliches Informationsangebot in 30 Sprachen. Mit Fernseh-, Hörfunk- und Internetangeboten vermittelt die DW ein umfassendes Deutschlandbild im europäischen Kontext. Euromaxx ist das Kultur- und Lifestylemagazin der DW. Das TV-Magazin bietet seinem internationalen Publikum interessante Einblicke in die europäische Kultur und Lebensart. Euromaxx berichtet wöchentlich auf Deutsch, Englisch, Spanisch und Arabisch.

#### Category partner

Deutsche Welle (DW) is Germany's international broadcaster. DW stands for in-depth, reliable information in 30 languages. DW provides a comprehensive picture of Germany in the European context through television, radio, and websites. Euromaxx is DW's cultural and lifestyle magazine. The TV magazine offers its international clientele an interesting insight into European culture and lifestyle. Euromaxx is presented once a week in English, German, Spanish and Arabic.



#### Bewertungskriterien der Jury

- \_ Markenidentität: inhaltliche Konsequenz der Marke in Philosophie, Werten und Visionen
- \_ Markenpositionierung: Alleinstellungsmerkmal der Marke und unverwechselbare Markenkommunikation
- \_ Markenerscheinung: Corporate Design und emotionale Inszenierung der Kulturmarke
- \_ Markenmanagement: konsequente und nachhaltige Markenführung

#### Evaluation criteria of the jury

- \_ Brand identity: consistency of brand content in philosophy, values and visions
- \_ Brand positioning: unique selling proposition of the brand and brand communication
- \_ Brand appeal: corporate design and emotional portrayal of the cultural brand
- \_ Brand management: consistent and sustainable brand management



#### Wer kann sich bewerben?

Unabhängig von lokaler, regionaler, nationaler oder internationaler Ausrichtung können sich alle Kulturanbieter jeder Größe bewerben, die mindestens drei Jahre am Markt geführt werden. Dazu zählen:

- \_ Öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter und -projekte sämtlicher Kultursparten
- \_ Privatwirtschaftliche Unternehmen, die Kulturprojekte initiiert haben
- \_ Agenturen und Dienstleister, die Kulturanbieter und -projekte betreuen

#### Who can apply for this category?

Irrespective of local, regional, national or international orientation, all cultural providers of any size who have been in the market for at least three years should apply. That includes:

- \_ Public and private cultural providers and projects in all cultural segments
- \_ Private-sector companies that have initiated cultural projects
- \_ Agencies and service providers who support cultural providers and projects

Freuen Sie sich auf die Laudatio zur Preisverleihung am 7. November 2019 innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein durch: Look forward to the eulogy at the award ceremony on November 7, 2019 within "Night of Cultural Brands" on the UNESCO World Heritage Zollverein by:



#### Rolf Rische

Hauptabteilungsleiter Kultur und Leben der Deutschen Welle  
Head of Department for Culture and Society at Deutsche Welle

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018



phaeno  
Die Welt ist da



Flucht  
Burg  
Punkt



MUTH  
Kultur und Leben der Deutschen Welle

INSTITUT  
DU MONDE  
ARABE

YOUNG  
EURO  
CLASSIC



GUGGENHEIM BILBAO







# Europäische Trendmarke

## European Cultural Trend Brand

Kategorie-Partner

**arte**  
MAGAZIN



### Kategorie-Partner

Das ARTE Magazin ist die monatliche Programmzeitschrift des Europäischen Kulturkanals ARTE. Es informiert mit Hintergrundberichten, Reportagen, Interviews und detaillierten Informationen über das ARTE TV-Programm. Die Autoren sind renommierte Journalisten und Schriftsteller. Fester Bestandteil des Magazins sind das komplette Monatsprogramm von ARTE sowie eine besondere Hervorhebung der Highlights und Themenabende.

### Category partner

ARTE magazine is the monthly program guide of the European culture channel ARTE. It provides informative background reports, features, interviews and details about ARTE TV programs. Its authors are renowned journalists and writers. An integral part of the magazine is ARTE's complete monthly program with its special emphasis on highlights and theme nights. The use of augmented reality gives the printed magazine new and modern dynamics.

Freuen Sie sich auf die Laudatio zur Preisverleihung am 7. November 2019 innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein durch: Look forward to the eulogy at the award ceremony on November 7, 2019 within “Night of Cultural Brands” on the UNESCO World Heritage Zollverein by:



**Philipp Berens**  
Projektmanagement  
ARTE Magazin /  
Berliner Wirtschaft  
Project management  
ARTE Magazin  
/ Berliner Wirtschaft

Trend: Die Soziologie spricht von einer tiefgreifenden und nachhaltigen Entwicklung; die Wirtschaft, von einer voraussichtlichen Markenentwicklung. **In der Kategorie „Europäische Trendmarke des Jahres“ werden Visionen, sowie besonderer Mut und Innovationen im Kulturmarketing und in der Kulturkommunikation ausgezeichnet.** Bewerben Sie sich mit Ihren Utopien, Visionen, Kampagnen oder mit Ihren innovativen und dynamischen Kulturprojekten, die den europäischen Kulturmarkt mit neuen Impulsen stimulieren und damit die Gesellschaft nachhaltig verändern!

*Trends: Sociologists speak of a particularly profound and sustainable development; economists refer to a prospective market development. In the category “European Trend Brand of the Year”, visions as well as particular courage and innovative drive in cultural marketing and cultural communication will be awarded. Apply with your utopias, visions, campaigns or with your innovative and dynamic cultural projects that stimulate the european cultural market with new ideas and thus change society with lasting effect!*



### Bewertungskriterien der Jury

- \_ Markenidentität: Inhaltliche und trendsetzende Originalität
- \_ Markenpositionierung: Alleinstellungsmerkmal der Marke und Markenkommunikation
- \_ Markenerscheinung: kreative und trendsetzende Inszenierung der Marke
- \_ Markenführung: Innovation und Stärke durch Regelbrüche

### Evaluation criteria of the jury

- \_ Brand identity: content-related and trend-setting originality
- \_ Brand positioning: unique selling proposition of the brand and brand communication
- \_ Brand appearance: creative and trend-setting presentation of the brand
- \_ Brand Management: Innovation and strength by breaking the rule

### Wer kann sich bewerben?

Unabhängig von lokaler, regionaler oder internationaler Ausrichtung alle Kulturanbieter, die maximal drei Jahre am Markt geführt werden. Dazu zählen:

- \_ Öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter und -projekte sämtlicher Kultursparten
- \_ Privatwirtschaftliche Unternehmen, die Kulturprojekte initiiert haben
- \_ Agenturen und Dienstleister, die Kulturanbieter und -projekte betreuen

### Who can apply for this category?

Irrespective of local, regional, national or international orientation, all cultural providers of any size who have been in the market for at least three years should apply. That includes:

- \_ Public and private cultural providers and projects in all cultural segments,
- \_ Private-sector companies that have initiated cultural projects,
- \_ Agencies and service providers who support cultural providers and projects.



2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018





# Europäische/r Kulturmanager/in European Cultural Manager



Kategorie-Partner



**Kulturmanagerinnen und Kulturmanager planen, entwickeln und steuern Kulturprojekte sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen, sind im Stadtmarketing oder auch in Unternehmen tätig.** Im öffentlichen, privatwirtschaftlichen und gemeinnützigen Kontext schaffen sie unermüdlich Rahmenbedingungen für kulturelle Aktivitäten und bringen die Kultur zum Publikum bzw. das Publikum zur Kultur. Als „Europäische/r Kulturmanager/in“ werden Persönlichkeiten ausgezeichnet, die sich durch ein professionelles Kulturmanagement sowie durch außergewöhnliche Formen der Kulturvermittlung verdient gemacht haben. Reichen Sie uns Ihre Vorschläge ein!

*Cultural managers plan, develop and manage cultural projects as well as cultural and leisure facilities. They are active in city marketing or in companies. In a public, private and non-profit context, they untiringly create conditions for cultural activities and bring culture to the public and the public to culture. The "European Cultural Manager of the Year" is bestowed on personalities who have rendered outstanding services through professional cultural management and exceptional means of cultural mediation. Please submit your suggestions!*

**Kategorie-Partner**

RSM ist eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften in Deutschland. Mit über 600 Mitarbeitern und einem Umsatz von 64 Mio. € betreuen wir an 14 Standorten vor allem mittelständische Firmen in Fragen der Wirtschaftsprüfung, der Steuer- und Rechtsberatung, des Transaktions- und Risikomanagements sowie zu Restrukturierungsprozessen. Als Teil des globalen Netzwerks von RSM International sind wir darüber hinaus in der Lage, unseren Mandanten weltweit Dienstleistungen der höchsten Qualität anzubieten. RSM International ist mit mehr als 800 Büros und mehr als 43.000 Menschen in rund 120 Ländern eines der führenden Netzwerke unabhängiger Prüfungs- und Beratungsgesellschaften.

**Category partner**

RSM is one of the leading auditing and tax consulting companies in Germany. With more than 600 employees and a turnover of € 64 million, we provide our services in the areas auditing, tax and legal advice, transaction and risk management, as well as restructuring processes mainly for medium-sized companies at our 14 offices across Germany. In addition, being part of the RSM International network allows us to also globally offer our clients services of the highest quality. With more than 800 offices and more than 43,000 employees in approx. 120 countries, RSM International is one of the leading networks of independent auditing and consulting companies.

Freuen Sie sich auf die Laudatio zur Preisverleihung am 7. November 2019 innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein durch: Look forward to the eulogy at the award ceremony on November 7, 2019 within "Night of Cultural Brands" on the UNESCO World Heritage Zollverein by:



**Konrad Pochhammer**  
Geschäftsführer RSM GmbH  
Managing Director RSM GmbH



#### Bewertungskriterien der Jury

- \_ Beispielhafter Gestaltungswille und trendsetzender Ideenreichtum
- \_ Mut zu neuen Ansätzen in der Kulturvermittlung
- \_ Managementkompetenzen wie Kommunikativität, Leadership und Glaubwürdigkeit
- \_ Kooperatives Denken und Netzwerkbildung

#### Evaluation criteria of the jury

- \_ Exemplary design drive and trend-setting inventiveness
- \_ Good courage for new approaches in cultural mediation
- \_ Management competencies such as communication skills, leadership and credibility
- \_ Cooperative thinking and networking

#### Wer kann sich bewerben?

Die Einreichung von Vorschlägen ist kostenfrei und kann nur durch Dritte erfolgen. Der Vorschlag kann durch juristische Personen oder durch Privatpersonen eingereicht werden. Europaweit unabhängig von lokaler, regionaler oder internationaler Ausrichtung können Kulturmanagerinnen und Kulturmanager aus allen Bereichen vorgeschlagen werden. Dazu gehören:

- \_ Entscheidungsträger und engagierte Mitarbeiter aus Kulturprojekten und -institutionen
- \_ Kulturbeauftragte und Kulturkommunikatoren aus Wirtschaftsunternehmen
- \_ Kulturell engagierte Mitarbeiter aus Politik, Verwaltung und Tourismusorganisationen

#### Who can apply for this category?

The submission of proposals is free of charge and may only be performed by third parties. The proposal can be submitted by legal entities or by private persons. Cultural managers from all over Europe, regardless of local, regional or international background, may be nominated. This includes:

- \_ Decision-makers and committed staff from cultural projects and institutions
- \_ Cultural representatives and cultural communicators from commercial enterprises
- \_ Culturally committed citizens from politics, administration and tourism organizations.



2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

Markus Rindt  
Leiter der Dresdner  
Sinfoniker

Folkert Uhde  
Radialsystem

Karl Jansen  
Duisburg Marketing GmbH

Silke Fischer  
Märchenland e.V.

Jürgen Bachmann  
Kulturreferent AUDI AG

Klaus Stieringer  
Stadtmarketing Bamberg  
Volker Ludwig  
(Lebenswerk)  
CRIPS Theater

Udo Kitzelmann  
Direktor Nationalgalerie  
in Berlin

André Schmitz  
Ehemaliger Kultursekretär  
des Landes Berlin

Hedy Graber  
Migros Kulturprozent

Dr. Thomas Girst  
BMW Group

Prof. Jürgen Flimm  
(Lebenswerk)  
Direktorin Staatsoper  
Befliner

Frances Morris  
Direktorin  
Tate Modern London

Prof. Gereon  
Sievernich (Lebenswerk)  
Ehemaliger Direktor  
Martin-Gropius-Bau Berlin

Annette Duffhard  
Kampagne Hamburg  
Dieter Koslick  
(Lebenswerk), Berlinale





# Europäischer Kulturinvestor European Cultural Investor

## Kategorie-Partner



## Kategorie-Partner

Die AVL Cultural Foundation hat sich der Förderung von Aktivitäten an der Schnittstelle zwischen Kunst, Wissenschaft und Technik verschrieben. Ziel ist es, einen Dialog und Austausch zwischen den Disziplinen zu fördern und auf diesem Wege Innovation zu unterstützen. Seit der Gründung durch AVL CEO Helmut List und Kathryn List in 2007, setzt sie nachhaltige Impulse zur Förderung der lokalen und internationalen Kunstszene.

## Category partner

The AVL Cultural Foundation is dedicated to supporting activities and projects on the crossroads between art, science and technology, thereby establishing a platform for discourse and exchange. Founded in 2007 by AVL CEO Helmut List and Kathryn List, the AVL Cultural Foundation has invested in art and cultural programs in Austria as well as internationally to support the human potential of creative and innovative expression.

Freuen Sie sich auf die Laudatio zur Preisverleihung am 7. November 2019 innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein durch: Look forward to the eulogy at the award ceremony on November 7, 2019 within “Night of Cultural Brands” on the UNESCO World Heritage Zollverein by:



Elisabeth Giger  
AVL Cultural Foundation GmbH,  
Chief Operating Officer

Kunst- und Kulturaktivitäten sind fester Bestandteil der Unternehmenskultur vieler europäischer Unternehmen. Sie bereichern mit ihren privatwirtschaftlichen Investitionen den mehrheitlich durch die öffentliche Hand finanzierten Kulturmarkt. **Kulturinvestoren ermöglichen damit zusätzliche Kunst- und Kulturprojekte und fördern Ideen der Kreativwirtschaft.** Die Kategorie „Europäischer Kulturinvestor des Jahres“ zeichnet Privatpersonen, Wirtschaftsunternehmen und Körperschaften für ihre nachhaltigen privatwirtschaftlichen Investitionen und Förderungen aus. Bewerben Sie sich mit ihrem nutzenstiftenden Beitrag zur Kunst- und Kulturförderung oder zur Entwicklung eines weltoffenen Kulturmarktes.

*The arts and cultural activities are an integral part of the corporate culture of many European companies. With their private-sector investments, they enrich the cultural market, which is mainly financed by the public sector. Cultural investors thus make additional art and cultural projects possible and promote ideas from the creative industries. **The “European Cultural Investor of the Year” category rewards private individuals, businesses and local authorities for their enduring private investment and support.** Apply with your beneficial contribution to the promotion of the arts and culture or to the development of a cosmopolitan cultural market.*



## Bewertungskriterien der Jury

- \_ Gesellschaftlicher Nutzen: Nachhaltigkeit des Kulturinvestments
- \_ Innovationskraft: kreative Einbindung des Investors in das Projekt
- \_ Umsetzung: Integration in die interne und externe Kommunikation
- \_ Wirkung: Darstellung des Nutzens für das Unternehmen

## Evaluation criteria of the jury

- \_ Benefits for society: Sustainability of the cultural investment
- \_ Innovative power: creative involvement of the investor in the project
- \_ Implementation: Integration into internal and external communications
- \_ Effect: Presentation of the benefits for the company

## Wer kann sich bewerben?

Europaweit unabhängig von regionaler, nationaler oder internationaler Ausrichtung alle:

- \_ Kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen jeder Größe und Ausrichtung
- \_ Agenturen, die von Unternehmen mit Marketing/Sponsoring beauftragt sind
- \_ Stiftungen, die die Förderung von Kultur in ihrer Satzung verankert haben
- \_ Engagierte Privatpersonen, die Kultur fördern oder in Projekte investieren
- \_ Städte, Gemeinden und Regionen, sowie nachhaltige Kulturförderprogramme

## Who can apply for this category?

Irrespective of local, regional, national or international orientation:

- \_ Cultural-promoting businesses of every size and orientation
- \_ Agencies commissioned by companies with marketing/sponsoring tasks
- \_ Foundations that have incorporated the promotion of culture into their statutes
- \_ Dedicated private individuals who promote culture or invest in projects
- \_ Cities and towns, municipalities and regions, as well as sustainable cultural promotion programmes



2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018





# Europäisches Bildungsprogramm European Education Program



Kategorie-Partner

Bayer/Kultur



Kulturelle Bildung bedeutet Bildung zur kulturellen Teilhabe und wird in Theatern, Museen, auf Festivals und in unzähligen Kulturprojekten vermittelt. Kulturelle Teilhabe bedeutet aber auch Partizipation am künstlerisch kulturellen Geschehen einer Gesellschaft im Besonderen und an ihren Lebens- und Handlungsvollzügen im Allgemeinen. **Kulturelle Bildung gehört zu den Voraussetzungen für ein geglücktes Leben in seiner personalen wie in seiner gesellschaftlichen Dimension.** Der Preis „Europäisches Bildungsprogramm des Jahres“ zeichnet besonders innovative Angebote kultureller Bildung aus, die eine weltoffene Geisteshaltung fördern. Bewerben Sie sich als Kulturanbieter, Wirtschaftsunternehmen, Stiftung mit Ihrem ganz besonderen Bildungsprojekt!

Cultural education means education for cultural participation, mediated in theatres, museums, at festivals and in countless cultural projects. **But cultural participation also means participation in the artistic and cultural events of a society in particular and in its life and actions in general.** Cultural education is one of the prerequisites for a successful life in its personal and social dimensions. The “European Education Programme of the Year” prize is awarded to particularly innovative cultural education programmes that promote a cosmopolitan mindset. Apply as a cultural provider, business enterprise, foundation with your very special educational project!

Kategorie-Partner

Bayer Kultur ist eine Marke der Bayer AG und seit 1907 im Konzern verankert. Ursprünglich gegründet, um die Lebensqualität der Mitarbeiter zu verbessern, entwickelte die Abteilung über die Jahrzehnte hinweg ein eigenes Profil. Heute richtet sie im Erholungshaus in Leverkusen – dem eigenen Theater- und Konzerthaus mit 800 Plätzen und einem Studio – jährlich rund 100 Vorstellungen in den Sparten Musik, Theater, Tanz und Kunst aus. Theaterpädagogische Formate für Kinder und Jugendliche, Workshops sowie die stARTAcademy ergänzen das Programm und tragen mit zum nachhaltigen Engagement der Bayer AG bei.

Category partner

Bayer Kultur is a trademark of Bayer AG. It has been an established part of the company since 1907. Originally founded to improve the quality of life of its employees, over the decades the department has developed a distinctive identity. Today it oversees about 120 performances per year in music, theater, dance and art at its performing arts center [Erholungshaus] in Leverkusen, which includes its own theater, concert hall with 800 seats, and a studio. Theatrical educational events for children and young people, workshops and the stART funding program complete the program and contribute to Bayer AG's sustainable commitment.



## Bewertungskriterien der Jury

- \_Innovationskraft: neuartige Vermittlungsstrategien in der kulturellen Kinder-, Jugend- und Erwachsenenbildung
- \_Qualität: didaktisch schlüssiges Konzept
- \_Zielgruppenorientierung: angepasste Übersetzung kulturpädagogischer Angebote
- \_Kooperation: Entwicklung qualifizierter Partnernetzwerke

## Evaluation criteria of the jury

- \_Innovative power: novel mediation strategies in cultural child and youth education as well as adult education
- \_Quality: a didactically coherent concept
- \_Target group orientation: adapted implementation of cultural education offers
- \_Cooperation: development of qualified partner networks

## Wer kann sich bewerben?

Europaweit unabhängig von lokaler, regionaler oder internationaler Ausrichtung:

- \_Kultureinrichtungen und -projekte sämtlicher Kultursparten
- \_Öffentliche und private Stiftungen, die sich für kulturelle Bildung stark machen
- \_Unternehmen, die Bildungsprogramme initiieren oder umsetzen
- \_Grenzüberschreitende Kulturinitiativen sowie nachhaltige Kulturförderprogramme

## Who can apply for this category?

Irrespective of local, regional, national or international orientation:

- \_Cultural institutions and projects in all cultural spheres
- \_Public and private foundations that promote cultural education
- \_Companies that initiate or implement educational programmes
- \_Cross-border cultural initiatives and sustainable cultural promotion programmes.



Freuen Sie sich auf die Laudatio zur Preisverleihung am 7. November 2019 innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein durch: Look forward to the eulogy at the award ceremony on November 7, 2019 within “Night of Cultural Brands” on the UNESCO World Heritage Zollverein by:



**Thomas Helfrich**

Leitung Kultur, Sport und Bildung bei der Bayer AG  
Head of Culture, Sport and Education at Bayer AG

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018







# Europäische Kulturtourismusregion European Cultural Tourism Region

## Kategorie-Partner



## Kategorie-Partner

Zittau will Kulturhauptstadt Europas 2025 werden. Die bewegte Geschichte der Dreiländerregion Oberlausitz macht vor allem den Blick auf ihre Gegenwart lohnenswert. In Zittau ist Europa keine Idee, sondern gelebter Alltag – hier lernt, liebt, streitet, spricht, arbeitet und isst man europäisch. Die friedliche Dreisamkeit der Länder macht Zittau zu einer kulturellen Schatztruhe mit Vorbildqualitäten und beweist: Europa funktioniert, wenn man es gemeinsam lebt. Aus diesem Grund bewirbt sich die Stadt nicht allein, sondern grenzübergreifend mit ihren polnischen und tschechischen Nachbarn. Kultur als tragende Säule soll dabei die Region und ihre Menschen stärken und ihre Einheit in Vielfalt noch weiter voranbringen.

## Category partner

Zittau wants to become ECOC 2025. In particular the eventful past the of Upper Lusatian border area to Poland and the Czech Republic makes a closer look at its present a worthwhile adventure. In Zittau, Europe is not just an idea. It's everyday life. Here you study, love, talk, work and eat European. The peaceful symbiosis of the three countries turns Zittau into a true cultural treasure chest with the potential of becoming a role model which shows that Europe works if you live it together. For this reason, Zittau is not applying alone, but rather jointly, together with her Polish and Czech neighbours. Culture is to serve as a central pillar to strengthen the region and its inhabitants and support their unity in diversity.

Freuen Sie sich auf die Laudatio zur Preisverleihung am 7. November 2019 innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein durch: Look forward to the eulogy at the award ceremony on November 7, 2019 within “Night of Cultural Brands” on the UNESCO World Heritage Zollverein by:



**Dr. Hagen W. Lippe-Weißenfeld**  
Geschäftsführer Meyer Architekten GmbH, Geschäftsführender Gesellschafter ProjektSchmiede GmbH  
Vorstand der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.  
Managing Director Meyer Architekten GmbH, Managing Partner Gesellschafter ProjektSchmiede GmbH, Board Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.



Kultur liegt im europäischen Tourismusmarkt im Trend. Erfolgreiche Inszenierungen authentischer Lebensgefühle, von Kultur, Geschichte, Architektur und Kulinarik haben dazu beigetragen, dass neben dem Städtetourismus ganze Regionen beliebte Urlaubsziele sind. **Diese Kulturtourismusregionen sind natürlich gewachsene Kulturlandschaften, in denen die europäische und damit auch die vielfältige regionale Kultur erlebbar wird.** Bewerben Sie sich um den begehrten Titel „Europäische Kulturtourismusregion des Jahres“, der ein identitätsbasiertes, kulturgeprägtes Markenmanagement und die Vermarktung des individuellen kulturellen Angebotes auszeichnet!

“Culture” is the trend in the European tourism market. **Successful portrayals of authentic attitudes to life, culture, history, architecture and cuisine have contributed to the fact that, in addition to city tourism, entire regions have become popular holiday destinations.** These cultural tourism regions are naturally grown cultural sceneries in which the European and thus also the diverse regional culture can be experienced. Apply for the coveted title “European Cultural Tourism Region of the Year”, which honours an identity-based, culture-oriented brand management and the marketing of individual cultural offerings!



## Bewertungskriterien der Jury

- \_Markenführung: kulturgeprägtes Markenmanagement, Saison- bzw. Themenkampagnen
- \_Markencharakter: authentischer Vermittlungs- und Erlebniswert der inhaltlichen Angebote
- \_Vernetzung: Integration von Kulturanbietern sowie der Kultur- und Kreativwirtschaft
- \_Nachhaltigkeit: Implementierung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien

## Evaluation criteria of the jury

- \_Brand management: cultural brand management, seasonal or theme campaigns
- \_Brand character: authentic mediation and experience value of the content on offer
- \_Networking: Integration of cultural providers and the cultural and creative industries
- \_Sustainability: Implementation of economic, ecological and social criteria

## Wer kann sich bewerben?

Europaweit unabhängig von lokaler, regionaler oder internationaler Ausrichtung:

- \_Tourismusmarketing-Gesellschaften
- \_Landestourismusorganisationen
- \_Tourismusvereine
- \_Wirtschaftsförderungen
- \_Kulturanbieter, Agenturen und kulturelle Dienstleister

## Who can apply for this category?

Irrespective of local, regional, national or international orientation:

- \_Tourism marketing companies Regional tourism organisations
- \_Tourism clubs
- \_Economic development institutions
- \_Cultural providers, agencies and cultural service providers



2014



2015



2016



2017



2018





# Preis für Stadtkultur Prize for Urban Culture



Kategorie-Partner

**bcsd** Bundesvereinigung  
City- und Stadtmarketing  
Deutschland e.V.

Im 21. Jahrhundert leben mehr als die Hälfte der europäischen Bevölkerung in Städten. Sie stellen innovative wirtschaftliche Zentren dar und bieten den Bürgerinnen und Bürgern und ihren Gästen über das direkte Erleben von Kunst und Kultur eine Heimat. **Durch die Entwicklung einer individuellen Stadtkultur wird die Lebensqualität erhöht und eine Kultur der Begegnung und Partizipation geschaffen.** Denn da, wo die Stadtgesellschaft sich stark mit ihrer Stadt identifiziert, wo sie zusammenhält und ihre Stärken unter Beweis stellen kann, wird die Stadt in ihrer Entwicklung erfolgreicher sein, werden Erhalt und Ausbau von Lebensqualität besser gelingen und das Stadtimage letzten Endes profitieren. Bewerben Sie sich um den „Preis für Stadtkultur“! In dieser Kategorie werden vorbildliche Impulse in Städten in Form von Projekten, Aktionen oder Kampagnen ausgezeichnet, die – möglichst mit Langzeitwirkung – die Stadtkultur als Kultur des städtischen Zusammenlebens begreifen und fördern.

*In the 21st century, more than half the European population lives in cities. These innovative economic centres offer citizens and their guests a sense of belonging through the direct experience of art and culture. The development of a unique urban culture enhances quality of life and creates a culture of coming together and social participation. **Where urban society identifies strongly with its city, where it stands together and can prove its strengths, the city will be more successful in its development. It will be able to more effectively preserve and expand on quality of life, and ensure the creation of a culture of social participation and interaction. This ultimately benefits the image of the city.** Apply for the “Prize for Urban Culture”! The award recognizes exemplary incentives in cities: projects, initiatives or campaigns (preferably with potential for long-term impact), which perceive and promote urban culture as a culture of urban coexistence.*

**Kategorie-Partner**

Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd) wurde 1996 in Berlin gegründet. Die bcsd vertritt als Bundesverband City- und Stadtmarketingorganisationen aus mehr als 350 Städten des gesamten Bundesgebietes gegenüber den wichtigsten Einrichtungen auf Bundes- und Landesebene und organisiert einen lebendigen und informativen Erfahrungsaustausch. Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. verleiht im Rahmen des Kulturmarken Awards den „Preis für Stadtkultur“ an eine Stadt aus dem deutschsprachigen Raum.

**Category partner**

The German Association of City and Town Centre Marketing was founded in 1996 in Berlin, Germany. It represents the interests of city marketing and town centre management organizations from over 350 cities in Germany and offers opportunities for members to exchange experience and expertise. The German Association of City and Town Centre Marketing awards the “Prize for Urban Culture” as part of the Cultural Brand Awards to a city from a German speaking country.



#### Bewertungskriterien der Jury

- \_Stadt- und Kulturentwicklungspläne sowie -strategien
- \_Origineller und kreativer Zugang zu Zukunftsfragen der Stadt
- \_Stärkung der Identifikation von Bürgerinnen und Bürgern mit ihrer Stadt
- \_Einbeziehung von möglichst vielen städtischen Milieus
- \_Kommunikative Wirkung im Sinne der Stadtmarketingstrategie
- \_Partizipation und übersektorale Integration anderer Bereiche
- \_Konzepte und Projekte mit Vorbildcharakter für andere Städte

#### Evaluation criteria of the jury

- \_City cultural development plans and strategies
- \_Original and creative presentation of the issues that will shape the cities future
- \_Strengthening the sense of identity of citizens with their municipality
- \_Inclusion of as many urban milieus as possible
- \_Communicative effects in coherence with urban marketing strategies
- \_Participation and cross-sectional integration of other areas
- \_Concepts and projects with role model potential for other cities

#### Wer kann sich bewerben?

In dieser Kategorie können sich aufgrund der Förderstrukturen ausschließlich Städte aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Gesucht werden Aktivitäten und Projekte mit folgenden Kriterien:

- \_Die zur Verbesserung der Kultur des Zusammenlebens in der Stadt beitragen
- \_Die an der Schnittstelle zwischen Verwaltung, Politik und Zivilgesellschaft angesiedelt sind
- \_Die die Stadtentwicklung oder die Entwicklung von städtischen Quartieren fördern
- \_Die viele Partner aus Wirtschaft, Kultur, Zivilgesellschaft und Wissenschaft einbeziehen
- \_Die einen kontinuierlichen Dialog mit vielen städtischen Milieus und externen Partnern führen

#### Who can apply for this category?

Due to the funding structures, only cities from German-speaking countries can apply in this category. Activities and projects with the following criteria will be selected:

- \_Improving the culture of coexistence in the city
- \_Impact at the interface between administration, politics and civil society
- \_Promotion of urban development or urban neighbourhoods
- \_Involvement of as many partners from business, culture, civil society and science as possible
- \_Promotion of a continuous dialogue with many urban milieus and external partners



Freuen Sie sich auf die Laudatio zur Preisverleihung am 7. November 2019 innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein durch: Look forward to the eulogy at the award ceremony on November 7, 2019 within “Night of Cultural Brands” on the UNESCO World Heritage Zollverein by:



**Bernadette Spinnen**  
Vorstand in der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Leitung Münster Marketing  
Chairman Bundesvereinigung City und Stadtmarketing Deutschland e.V., Head of Münster Marketing

2010



2011

GOTHA ADELT.

2012



2013



2014



2015



2016



2017



2018







# Europäischer Preis für Medienkultur European Prize for Media Culture 2019

Kategorie-Partner



## Kategorie-Partner

Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP SE Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät – SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Über 378.000 Kunden aus der privaten Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung setzen auf SAP-Anwendungen und Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen.

## Category partner

As the market leader in enterprise application software, SAP is at the center of today's business and technology revolution. SAP helps you streamline your processes, giving you the ability to use real-time data to predict customer trends across your entire business. SAP is committed to helping every customer become a best-run business.

Freuen Sie sich auf die Laudatio zur Preisverleihung am 7. November 2019 innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein durch: Look forward to the eulogy at the award ceremony on November 7, 2019 within “Night of Cultural Brands” on the UNESCO World Heritage Zollverein by:



**Rainer Münster**  
SAP Deutschland SE & Co. KG  
Consulting Director



Die Auszeichnung „Europäischer Preis für Medienkultur“ drückt einerseits die Wertschätzung für die Vermittlung von kulturellen Inhalten aus, ehrt aber auch den wertschätzenden Umgang der Medien mit ihren Konsumenten im komplexen Zusammenwirken von Kultur und den Medien. Innerhalb der Kategorie „Europäischer Preis für Medienkultur“ werden europäische Massenmedien wie Internet, Printmedien, Film, Hörfunk und Fernsehen ausgezeichnet aber auch innovative, unabhängige Initiativen, deren Mission sich durch eine kulturfördernde Vermittlung sowie Förderung von Kunst- und Kultur auszeichnen. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

The award “European Prize for Media Culture” expresses on the one hand the appreciation for the mediation of cultural content, but also honours the appreciative way in which the media treat their consumers in the complex interaction of culture and the media. **Within the category “European Prize for Media Culture”, European mass media such as the Internet, print media, film, radio and television are honoured, as are innovative, independent initiatives whose mission is to promote culture by mediating and promoting art and culture.** We look forward to receiving your application!



## Bewertungskriterien der Jury

- \_Kreativität: Neue Formen der medialen Kulturvermittlung
- \_Innovation: kreative Kulturberichterstattung oder Kulturvermarktung
- \_Umsetzung: Formate, Reihen, Kampagnen oder in der eigenen Marke
- \_Effizienz: Nutzen für die Kultur oder einzelne Kulturformate

## Evaluation criteria of the jury

- \_Creativity: new forms of cultural communication in the media
- \_Innovation: creative cultural reporting or cultural marketing
- \_Implementation: formats, series, campaigns or in your own brand
- \_Efficiency: benefits for the culture or individual culture formats

## Wer kann sich bewerben?

Europaweit unabhängig von lokaler, regionaler oder internationaler Ausrichtung alle Massenmedien:

- \_Medienunternehmen wie Verlage, Sender und digitale Dienstleister
- \_Medienformate wie Sendungen, Reihen oder Veranstaltungen
- \_Printmedien wie Tages-, Wochen- und Fachzeitungen, Special Interest
- \_Digitale Medienkanäle wie Internetportale, Blogs, Archive

## Who can apply for this category?

Irrespective of local, regional, national or international orientation:

- \_Media companies such as publishers, broadcasting stations and digital service providers
- \_Media formats such as broadcasts, series or events
- \_Print media such as daily, weekly and specialist newspapers, special interest
- \_Digital media channels such as Internet portals, blogs, archives



# Night of Cultural Brands 2019



## Preisverleihung im Gala-Charakter in Halle 12

## Award ceremony with gala character in Hall 12

**Ehren Sie mit uns die Besten der Besten!** Für die dynamischsten Kulturprojekte, die engagiertesten Kulturförderer, die trendsetzenden Akteure aus Stadtmarketing und Kulturtourismus sowie die innovativsten Kulturmanagerinnen und Kulturmanager des europäischen Kulturmarktes rollt Causales seit 14 Jahren auf der jährlichen Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ den roten Teppich aus und stimuliert damit den europäischen Kulturmarkt. Die begehrten Kulturmarken-Awards werden am 7. November 2019 ab 19 Uhr vor 750 Entscheidungsträgern aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein verliehen.

## Honour with us the “best of the best”!

For the most dynamic cultural projects, the most committed cultural promoters, the most trend-setting players from city marketing and cultural tourism as well as the most innovative cultural managers of the European cultural market! Causales has been rolling out the red carpet at the annual cultural brand gala „Night of Cultural Brands“ for 14 years, effectively stimulating the European cultural market. The coveted cultural brand awards will be presented on 7 November 2019 from 7 p.m. in front of 750 decision-makers from culture, business, politics and the media on the UNESCO World Heritage site Zollverein.

## After-Show-Party im Industrial-Style in Halle 5

## Industrial-Style After-Show Party in Hall 5

**Networking auf dem Bergwerk der Superlative!** Nach der Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards am 7. November auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein in Halle 12, laden wir alle Teilnehmer, Referenten und Partner des KulturInvest!-Kongresses, sowie alle Bewerber, Juroren, Preisträger und Gäste der Kulturmarken-Gala zu einer After-Show-Party der Extraklasse in die Halle 5 auf Zollverein zum Netzwerken ein. Freuen Sie sich auf kulinarische Gaumenfreuden, 750 kontaktfreudige Gäste aus Kultur, Wirtschaft und Medien, sowie Beethoven-Remixe von namhaften Elektrokünstlern des Projektes BTHVN2020 und viele andere Überraschungen. Sie erwartet ein unvergesslicher Abend mit bekannten Entscheidungsträgern aus Kultur, Wirtschaft, Medien und Politik.

**Networking at the colliery of superlatives!** After the award ceremony of the European Cultural Marks Awards on 7 November at the UNESCO World Heritage Zollverein in Hall 12, we invite all participants, speakers and partners of the CultureInvest! Congress, as well as all applicants, jurors, award winners and guests of the Cultural Brands Gala will be invited to a top-class after-show party in Hall 5 of the Zollverein for networking. Look forward to culinary delights, 750 sociable guests from culture, business and the media, as well as to “Beethoven remixes” by renowned electronic artists from the BTHVN2020 project plus many other surprises. An unforgettable evening awaits you with well-known decision-makers from culture, business, media and politics being present.

Zu den geladenen Gästen der Gala gehören alle Referenten, Moderatoren, Partner und Teilnehmer des KulturInvest!-Kongresses sowie alle Nominierten, Juroren und Partner des Europäischen Kulturmarken-Awards 2019 und viele weitere Gäste aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien. Die Kulturmarken-Gala wird simultan übersetzt. Eine Teilnahme von externen Personen ist leider nur über den Erwerb eines Tickets für den KulturInvest!-Kongress möglich.

Among the invited guests of the Gala are all speakers, moderators, partners and participants of the CultureInvest! Congress as well as all nominees, jurors and partners of the European Cultural Brand Award 2019 and many other guests from culture, commerce, politics and media. The ceremony will be translated simultaneously into English. Please note that participation by external persons is only possible by purchasing a ticket for the CultureInvest! Congress.

## Highlights der „Night of Cultural Brands“

## Highlights of the “Night of Cultural Brands”

**\_19:00 Uhr: Sekt- und Bierempfang aller Gäste im Foyer vor Halle 12**

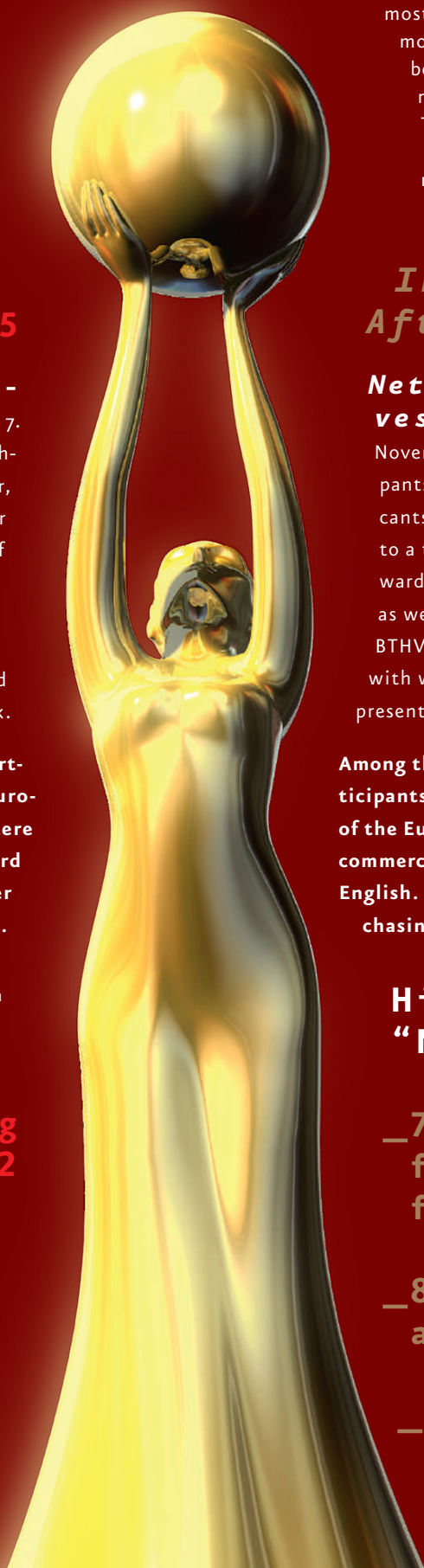
**\_7 pm: Champagne & beer reception for all guests in the foyer in front of hall 12**

**\_20:00 Uhr: Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards in Halle 12**

**\_8 pm: Award ceremony of the European Cultural Brand Award in hall 12**

**\_22:30 Uhr: Kulinarische Gaumenfreuden und berauschende Getränke in Halle 5**

**\_10.30 pm: Culinary delights and intoxicating beverages in hall 5**



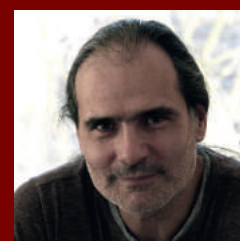
**Andrea Thilo**

Moderatorin der Preisverleihung der 14. Europäischen Kulturmarken-Awards  
Moderator of the award ceremony of the 14th European Cultural Brand Award



**Gerald Meyer**

Moderator der Preisverleihung der 14. Europäischen Kulturmarken-Awards  
Moderator of the award ceremony of the 14th European Cultural Brand Award



**Mike Martin Robacki**

Produzent aller Präsentationen, Filme, Medieninhalte des Europäischen Kulturmarken-Awards und Abendregisseur der Preisverleihung.  
Producer of all the presentations, films, media content of the European Cultural Award and director of the award ceremony.



# Partner des 14. Europäischen Kulturmarken-Awards Partners of the 14th European Cultural Awards

Wir bedanken uns herzlich bei unseren Partnern, Förderern und Sponsoren, die den Europäischen Kulturmarken-Award mit seiner unvergesslichen Preisverleihung ermöglichen:

We would like to thank our partners, sponsors and supporters for making the European Cultural Brand Award possible with its unforgettable award ceremony!

## HAUPTFÖRDERER / MAIN FUNDER

Ministry of Culture and Science  
of the German State  
of North Rhine-Westphalia



Nordrhein-Westfalen entwickelt sich zu einer der kreativsten Regionen Europas. Nirgendwo sonst gibt es eine solche Dichte an Theater- und Konzerthäusern, Museen und Bibliotheken. Diese Dichte verbunden mit der Qualität in allen Sparten zeichnet das Land aus. Mit dem Förderprogramm „Kreativ.Quartiere Ruhr“ unterstützt das Land Nordrhein-Westfalen die Entstehung künstlerischer und kreativer Milieus im Ruhrgebiet, ermöglicht durch eine vermehrte Ansiedlung von kreativwirtschaftlichen Unternehmen wirtschaftliche Effekte und fördert somit den Strukturwandel im Ruhrgebiet.

The Ministry of Culture and Science of the State of North Rhine-Westphalia is responsible for all matters regarding education, universities, research institutes and culture in North Rhine-Westphalia. The main activities of the ministry are basic funding of universities and non-university research institutes, research and technology promotion, knowledge transfer and science policy. [www.mkw.nrw](http://www.mkw.nrw)



Die gemeinnützige Stiftung Zollverein wurde 1998 von der Stadt Essen und dem Land Nordrhein-Westfalen gegründet, Zustifter ist der Landschaftsverband Rheinland. Neben der Förderung von Kultur und Denkmalpflege hat die Stiftung die zentrale Aufgabe, die Bestandsgebäude und Anlagen des UNESCO-Welterbes Zeche und Kokerei denkmalgerecht zu erhalten, zu sichern und für eine künftige Nutzung zu entwickeln.

Zollverein UNESCO World Heritage Site: 100 hectares, distributed over the central shaft facilities of Zollverein XII, the Shafts 1/2/8 and the coking plant premises. 100 hectares which fill the term "industrial culture" with life like no other place. More than 25 years after its closure, the once largest colliery in Europe combines culture and dining, design and architecture, handicraft and the creative industry – as the only World Heritage Site of the Ruhr Area. [www.zollverein.de](http://www.zollverein.de)



Sicherheit als Kerngeschäft: Securitas ist in Deutschland der größte private Sicherheitsdienstleister, bietet Sicherheitslösungen für Kunden aller Branchen und Größen – darunter viele Museen und Kultureinrichtungen. Individuelle Schutzkonzepte berücksichtigen auch den Einsatz modernster Technologie. So können qualitativ hochwertige und effiziente Lösungen zu einem wirtschaftlichen Preis angeboten werden. Securitas kümmert sich dabei um alle Sicherheitsbelange, von der Konzeption von Lösungen über die Gestellung von Mitarbeitern, die Investition in die erforderliche Technik bis hin zu deren Instandhaltung und Wartung. Securitas serves a wide range of customers in a variety of industries and customer segments. Our protective services, developed together with our customers, are designed to incorporate a high degree of technology content. While manned guarding still represents the cornerstone of Securitas, we continuously work to develop our offering. This enables us to meet customer specific demands at a competitive price. [www.securitas.com](http://www.securitas.com)

## PREMIUM - PARTNER / PREMIUM PARTNER



RSM ist eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungs-gesellschaften in Deutschland. Mit über 600 Mitarbeitern und einem Umsatz von 64 Mio. € betreuen wir an 14 Standorten vor allem mittelständische Firmen in Fragen der Wirtschaftsprüfung, der Steuer- und Rechtsberatung, des Transaktions- und Risikomanagements sowie zu Restrukturierungsprozessen. Als Teil des globalen Netzwerks von RSM International sind wir darüber hinaus in der Lage, unseren Mandanten weltweit Dienstleistungen der höchsten Qualität anzubieten. RSM International ist mit mehr als 800 Büros und mehr als 43.000 Menschen in rund 120 Ländern eines der führenden Netzwerke unabhängiger Prüfungs- und Beratungsgesellschaften.

RSM is one of the leading auditing and tax consulting companies in Germany. With more than 600 employees and a turnover of EUR 64 million, we provide our services in the areas auditing, tax and legal advice, transaction and risk management, as well as restructuring processes mainly for medium-sized companies at our 14 offices across Germany. In addition, being part of the RSM International network allows us to also globally offer our clients services of the highest quality. With more than 800 offices and more than 43,000 employees in approx. 120 countries, RSM International is one of the leading networks of independent auditing and consulting companies. [www.rsm.de](http://www.rsm.de)

Bayer/Kultur



Bayer Kultur ist eine Marke der Bayer AG und seit 1907 im Konzern verankert. Ursprünglich gegründet, um die Lebensqualität der Mitarbeiter zu verbessern, entwickelte die Abteilung über die Jahrzehnte hinweg ein eigenes Profil. Heute richtet sie im Erholungshaus in Leverkusen – dem eigenen Theater- und Konzerthaus mit 800 Plätzen und einem Studio – jährlich rund 120 Vorstellungen in den Sparten Musik, Theater, Tanz und Kunst aus. Theaterpädagogische Formate für Kinder und Jugendliche, Workshops sowie die stARTacademy ergänzen das Programm und tragen mit zum nachhaltigen Engagement der Bayer AG bei.

Bayer Kultur is a trademark of Bayer AG. It has been an established part of the company since 1907. Originally founded to improve the quality of life of its employees, over the decades the department has developed a distinctive identity. Today it oversees about 120 performances per year in music, theater, dance and art at its performing arts center [Erholungshaus] in Leverkusen, which includes its own theater, concert hall with 800 seats, and a studio. Theatrical educational events for children and young people, workshops and the stART funding program complete the program and contribute to Bayer AG's sustainable commitment. [www.bayer.de](http://www.bayer.de)

Mihai.  
[www.mihai.de](http://www.mihai.de)

Die Firma Mihai. Gesellschaft für Mediaservice mbH ist seit 1993 als zuverlässiger Fullserviceanbieter und kompetenter Partner für Mediaplanung und Außenwerbung im gesamten Bundesgebiet tätig. Wir sind Partner namhafter Agenturen und Werbeunternehmen. Die Mihai GmbH unterstützt Sie durch umfassende, innovative Konzepte bei der Planung und Umsetzung von Plakatkampagnen, Präsentationen und Aktionswerbung. Mit unserem Rund-Um-Service garantieren wir reibungslose Abläufe sowie transparente Kommunikation zwischen den Geschäftspartnern. Wir sorgen für nahtlose Verbindungen der einzelnen Produktionsprozesse und umfangreiche Kontrollen der Werbekampagne.

The Company Mihai. Gesellschaft für Mediaservice mbH has been a reliable full-service provider and competent partner for media planning and out-of-home advertising throughout Germany since 1993. We are partners of renowned agencies and advertising companies. supports you with comprehensive, innovative concepts in the planning and implementation of poster campaigns, presentations and campaign advertising. With our all-round service we guarantee smooth processes as well as transparent communication between the business partners. We ensure seamless links between the individual production processes and comprehensive controls of the advertising campaign. [www.mihai.de](http://www.mihai.de)



Das ARTE Magazin ist die monatliche Programmzeitschrift des Europäischen Kulturkanals ARTE. Es informiert mit Hintergrundberichten, Reportagen, Interviews und detaillierten Informationen über das ARTE TV-Programm. Die Autoren sind renommierte Journalisten und Schriftsteller. Fester Bestandteil des Magazins sind das komplette Monatsprogramm von ARTE sowie eine besondere Hervorhebung der Highlights und Themenabende.

ARTE magazine is the monthly program guide of the European culture channel ARTE. It provides informative background reports, features, interviews and details about ARTE TV programs. Its authors are renowned journalists and writers. An integral part of the magazine is ARTE's complete monthly program with its special emphasis on highlights and theme nights. The use of augmented reality gives the printed magazine new and modern dynamics. [www.arte.tv/artemagazin.de](http://www.arte.tv/artemagazin.de)



Die Deutsche Welle (DW) ist der Auslandssender Deutschlands. DW steht für ein profundes, verlässliches Informationsangebot in 30 Sprachen. Mit Fernseh-, Hörfunk- und Internetangeboten vermittelt die DW ein umfassendes Deutschlandbild im europäischen Kontext. Euromaxx ist das Kultur- und Lifestylemagazin der DW. Das TV-Magazin bietet seinem internationalen Publikum interessante Einblicke in die europäische Kultur und Lebensart. Euromaxx berichtet wöchentlich auf Deutsch, Englisch, Spanisch und Arabisch.

Deutsche Welle (DW) is Germany's international broadcaster. DW stands for in-depth, reliable information in 30 languages. DW provides a comprehensive picture of Germany in the European context through television, radio, and websites. Euromaxx is DW's cultural and lifestyle magazine. The TV magazine offers its international clientele an interesting insight into European culture and lifestyle. Euromaxx is presented once a week in English, German, Spanish and Arabic. [www.dw.com/euromaxx](http://www.dw.com/euromaxx)



Information, Entertainment, Services – das ist die FUNKE MEDIENGRUPPE. Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern: Regionalmedien, Frauen- und Programmzeitschriften sowie Digitales. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.500 Medienmacher arbeiten bei FUNKE. Zu den Zeitungstiteln zählen unter anderem die Westdeutsche Allgemeine Zeitung, die Thüringer Allgemeine und das Hamburger Abendblatt. Im Magazinbereich gehören unter anderem HÖRZU, TV Digital, BILD der FRAU oder myself zum Portfolio.

Information, entertainment, services – that's the FUNKE Mediengruppe. The focus is on regional media, women's and TV magazines as well as digital channels. More than 1.500 journalists and about 4.500 media-makers are employed at FUNKE. Amongst other newspaper titles are the Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Thüringer Allgemeine and Hamburger Abendblatt. HÖR ZU, TV Digital, BILD der FRAU or „myself“ round off the magazine portfolio. [www.funkemedien.de](http://www.funkemedien.de)

## KATEGORIE - PARTNER / CATEGORY PARTNER



## VERANSTALTUNGSPARTNER / EVENT PARTNER



## MEDIEN - PARTNER / MEDIA PARTNER



Impressum und  
Ansprechpartner  
Imprint and  
contact person

Initiator und V.i.S.d.P.:  
Hans-Conrad Walter

Wettbewerbsbüro  
und Veranstalter:  
Causales – Gesellschaft für  
Kulturmarketing und Kultur-  
sponsoring mbH,  
Bötzowstraße 25  
10407 Berlin, Germany

Telefon: +49(0)30.53 214 391  
Fax: +49(0)30. 53 21 5 337  
[www.kulturmarken.de](http://www.kulturmarken.de)

© Causales – Gesellschaft  
für Kulturmarketing  
und Kultursponsoring mbH

Ihre Ansprechpartner:  
Your Contact:



**Christine Fischer**  
Kulturmanagerin,  
Awardmanagement  
Mail: [fischer@causales.de](mailto:fischer@causales.de)  
Telefon: +49 (0)30.53 214 391  
Mobil: +49 (0) 152 2756 7160



**Jennifer Miethke**  
Eventmanagerin,  
Awardmanagement  
Mail: [miethke@causales.de](mailto:miethke@causales.de)  
Telefon: +49 (0)30.53 214 391