

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 2010

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award und
Kulturmarken-Gala am
28. Oktober 2010

Preisverleihung in den Kategorien:

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

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

causales



Am Abend des 28. Oktober 2010 wurden im TIPI am Kanzleramt vor 600 Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Politik die Preise des wichtigsten Kulturmarketingwettbewerbs verliehen. RUHR.2010, die HipHop Academy, Silke Fischer, Migros-Kulturprozent und die Hameln Tourismus und Marketing GmbH zählen zu den diesjährigen Gewinnern.



causales

Medium	Veröffentlichung	Druckauflage	Kontakte	Seite
Die ZEIT	11.11.2010	505.765	2.050.000	6
Der Tagesspiegel	30.10.2010	147.684	369.210	7
Migros Magazin	11. 2010	1. 554. 932	3.887.330	10
DEWEZET	29.10.2010	33.153	82.883	11
Tanus Zeitung	06.09.2010	101.584	253.960	12
Neue Osnabrücker Zeitung	02.12.2010	66.754	166.885	13
Blach Report	15.06.2010	1.500	3.750	14
Public Marketing	01.06.2010	2.500	6.250	15
Blach Report	Sonderausgabe 01/2010	1.500	3.750	16
Fundraiser	14.07.2010	4.000	10.000	17
Minimale Gesamtkontaktzahl			6.834.018	
Welt Online	27.10.2010	-	30.466.535	18
Yahoo! Nachrichten	28.10.2010	-	2.560.000	19

causales

DerWesten.de	28.10.2010	-	150.115	21
Art-tv.ch	29.10.2010	-	51.522	22
Crescendo.de	02.11.2010	-	88.594	23
Crescendo.de	07.05. 2010	-	88.594	24
Kulturmanagement.net	30.10.2010	-	Ø 21.500 Besucher pro Monat	25
Kulturmanagement.net	03.11.2010	-	s.o.	26
Kulturmanagement.net	22.07.2010	-	s.o.	27
Leipziger Volkszeitung Online	4.11.2010	-	-	28
Leipziger Internet Zeitung	07.11.2010	-	-	29
LeipzigInfo.de	04.09.2010	-	-	30
WerbeWoche.ch	29.10.2010	-	-	32
Trading-house.de	28.10.2010	-	-	33
KleineZeitung.de	30.10.2010	-	-	34
Ruhrportal.de	29.10.2010	-	-	36
Ruhr-guide.de	29.10.2010	-	-	38
Frankfurt-live.com	29.10.2010	-	-	39
Gesellschaft Freunde der Künste.de	29.10.2009	-	-	40

causales

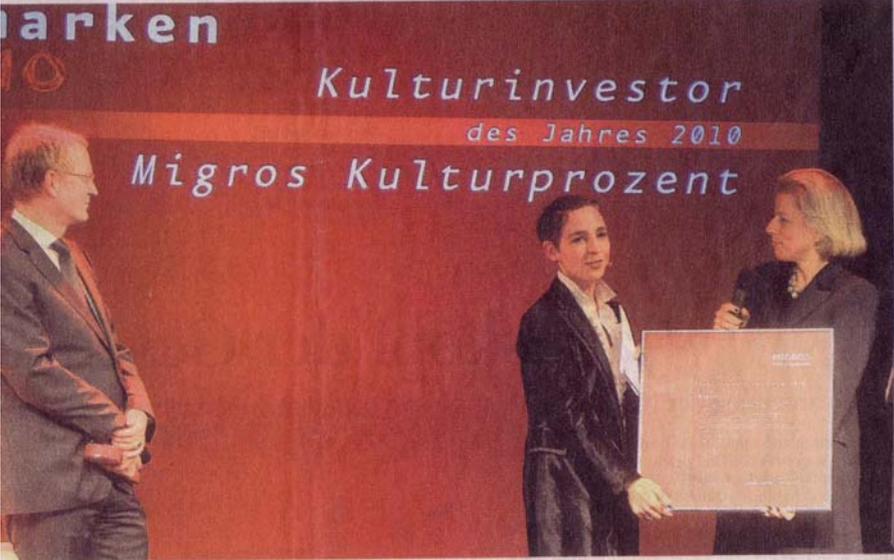
Backspin.de	02.11.2010	-	-	41
Presse.bregenzerfestspiele.com	28.10.2010	-	-	42
Classissima.de	02.11.2010	-	-	43
Destinet.de	02.11.2010	-	-	45

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Kreativ Geld verdienen
verbindet: der „Kulturmarken-Award 2010“ in Berlin – und eine Konferenz im Tagesspiegel



Qualitätsgeprüft. Hedy Grabner von der Schweizer Handelskette „Migros“ erhält den Preis als Kulturinvestor 2010 am Donnerstag im Topi am Kanzleramt. Links im Bild: Tagesspiegel-Chefredakteur Stephan-Andreas Casdorff. Foto: Davids

ren, dass weltbekannte Bühnen ihre Stellung als „Markenartikel“ immer wieder neu erkämpfen müssen. Zum Beispiel durch eine Imagekampagne, wenn der neue Intendant Matthias Hartmann die vier Spielstätten der „Burg“ als Dachmarke im Bewusstsein der Österreicher implementieren will. Für Preußen allerdings wirken die dafür erfundenen Werbeslogans wie „Welt Burg Dorf“ oder „Er darf Burg kann“ dann doch eher rätselhaft. Leichter nachvollziehen ließen sich da schon die Strategien der Deutschen Bahn, als Hauptsponsor bei der Kulturhauptstadt Ruhr 2010 mitzumachen. Wo es darum geht, dass sich Dinge nach vorne bewegen, will ein Konzern, der Mobilität verkauft, gern dabei sein.

Wer es einmal geschafft hat, einen Geldgeber aus der Wirtschaft für sein Projekt zu begeistern, kann sich übrigens zumeist auf ein mehrjähriges Engagement des Sponsors einstellen. Nur als kontinuierliche Kooperation habe die Zusammenarbeit mit Kultur- respektive Sozialeinrichtungen Sinn, erklärte Gabriele Handlung die Leiterin der Marketingkommunikation bei DB Mobility Logistics.

Ähnlich sieht es Corinne Grundmann, beim Tagesspiegel für Vertrieb und Marketing zuständig: Die Medienpartnerschaften, die sie mit Kulturinstitutionen der Hauptstadt einfädelt, sollen ebenfalls keine Eintagsfliegen sein, sondern längerfristig zum positiven Imagetransfer in beide Richtungen beitragen. Und damit neue Kunden gewinnen. Leser, die die Vorzüge einer „reflektierenden Tageszeitung“ zu schätzen wissen, wie Chefredakteur Stephan-Andreas Casdorff hinzufügte: Einer Zeitung, die ihre Leser „täglich neu zum Meinungenhaben befähigen will“. Auch über Fragen von Kunst und Markenbildung. FRIDERIK HANSEN

Doch nicht nur zum Feiern waren 350 Fachleute aus den Bereichen Kulturmarketing, -sponsoring und -investment in die Hauptstadt gekommen, sondern auch zum Arbeiten. Nachdem der „Kulturinvest-Kongress“ im vergangenen Jahr im Admiralspalast stattgefunden hatte, war diesmal das Tagesspiegel-Verlagsgebäude am Askanischen Platz Austragungsort des Branchentreffs.

In den neuen Veranstaltungsräumen konnten die Teilnehmer am Donnerstag und Freitag 55 Vorträge und Referate besuchen, die sich alle um die Frage drehten, wie Kunst und Geld zusammenkommen können. Marketingentscheider aus international agierender Firmen, Kommunikationsprofis von Non-Profit- und Kulturinstitutionen aber auch privaten PR-Agenturen, Kulturmanager und -investoren saßen im Publikum und ließen sich beispielsweise von Niklas Duffek, dem stellvertretenden Kaufmännischen Direktor des Wiener Burgtheaters erklä-

Datum: 30.10.2010	Der Tagesspiegel
Auflage:147.684	Kontakt: 369.210

causales

Kreativ Geld verdienen

Was Kultur und Wirtschaft miteinander verbindet: der "Kulturmarken-Award 2010" in Berlin – und eine Konferenz im Tagesspiegel.

Eigentlich würde man denken, dass Kunst gerade das Gegenteil einer Marke ist: Nicht für Verwertungszwecke konform zu schneiden, wiedererkennbar und endlos reproduzierbar. Sondern die Gesetze des Marktes gerade unterlaufend, autonom, radikal und einzigartig, entstanden in einem genialischen Schaffensakt. Doch das ist natürlich nur die eine Seite der Medaille. In der modernen Informationsgesellschaft wird Aufmerksamkeit zur wichtigsten Währung, und auch Kunst und Kultur sehen sich dem Anpassungsdruck zur Markenbildung ausgesetzt – die Berliner Philharmoniker machen's vor.

Um Städte, Firmen und Einzelpersonen, die sich auf diesem Gebiet besonders hervorgetan haben, auszuzeichnen, vergibt die Berliner Agentur Causales seit dem Jahr 2006 jedes Jahr den „Kulturmarken-Award“, der aus fünf Preisen besteht. Eine davon, die Auszeichnung für den Kulturinvestor des Jahres, wird vom Tagesspiegel gestiftet. Das Tipi am Kanzleramt, wo am Donnerstag die Gala zur Preisverleihung stattfindet, ist völlig überfüllt – im Grunde der Traum eines jeden Kulturveranstalters.

Es geht eine Stunde später los, und Jurypräsident Henry C. Brinker nimmt sich noch einmal ausführlich Zeit, spricht vom „Markenkerngehäuse“ der Kunst und von ihrem „Schleier der Ewigkeit“. Ein guter Grund für Tagesspiegel-Chefredakteur und Jurymitglied Stephan-Andreas Casdorff, auf das Manuskript seiner geplanten dreieinhalbstündigen Rede zu verzichten: „Keine Angst, mein Nachname klingt nur nach Castro.“

Auch der Tagesspiegel sei, so Casdorff, eine stilprägende Kulturmarke. Der Empfänger des Kulturinvestor-Preises, der Schweizer Einzelhändler Migros, ist die größte Supermarktkette des Landes. Im Jahr 1925 gegründet, spendet sie seit 1957 jedes Jahr den „Kulturprozent“ – ein Prozent des Umsatzes – an kulturelle und soziale Projekte. 2009 waren das 114 Millionen Franken. „Eigentlich müssten Sie der Jahrzehntpreisträger sein“, meint Laudator Holger Christmann von der Zeitschrift „Weltkunst“, „denn Kulturinvestition ist Teil der Seele ihres Unternehmens.“

Dann geht es doch noch Schlag auf Schlag. In der Kategorie „Trendmarke des Jahres“ wird die Hip-Hop Academy Hamburg ausgezeichnet – nominiert war unter anderem auch die Temporäre Kunsthalle Berlin. „Kulturmarke“ wird Ruhr 2010, mit der das Ruhrgebiet versucht hat, sich als Europäische Kulturhauptstadt eine einheitliche Identität zuzulegen. Bei der „Stadtmarke“ geht der Preis nicht an Erfurt oder Leipzig, sondern an die niedersächsische Stadt Hameln.

Silke Fischer, Begründerin des Märchenlands e. V., trägt in diesem Jahr den Sieg in der Kategorie „Kulturmanagerin des Jahres“ davon. Regelmäßig treten Prominente für ihren Verein auf, auch Stephan-Andreas Casdorff und der Schriftsteller und Journalist Hellmuth Karasek haben schon Kindern Märchen vorgelesen – für eine Kulturmarke einfach eine Selbstverständlichkeit. Denn mit den Märchen fängt es an. Sie sind für viele Kinder der erste Kontakt zur Kunst. *Udo Badelt*

causales

Doch nicht nur zum Feiern waren 350 Fachleute aus den Bereichen Kulturmarketing, -sponsoring und -investment in die Hauptstadt gekommen, sondern auch zum Arbeiten. Nachdem der „Kulturinvest-Kongress“ im vergangenen Jahr im Admiralspalast stattgefunden hatte, war diesmal das Tagesspiegel-Verlagsgebäude am Askanischen Platz Austragungsort des Branchentreffs.

In den neuen Veranstaltungsräumen konnten die Teilnehmer am Donnerstag und Freitag 55 Vorträge und Referate besuchen, die sich alle um die Frage drehten, wie Kunst und Geld zusammenkommen können. Marketingentscheider aus international agierender Firmen, Kommunikationsprofis von Non-Profit- und Kulturinstitutionen aber auch privaten PR-Agenturen, Kulturmanager und -investoren saßen im Publikum und ließen sich beispielsweise von Niklas Dufek, dem stellvertretenden Kaufmännischen Direktor des Wiener Burgtheaters erklären, dass weltbekannte Bühnen ihre Stellung als „Markenartikel“ immer wieder neu erkämpfen müssen. Zum Beispiel durch eine Imagekampagne, wenn der neue Intendant Matthias Hartmann die vier Spielstätten der „Burg“ als Dachmarke im Bewusstsein der Österreicher implementieren will. Für Preußen allerdings wirken die dafür erfundenen Werbeslogans wie „Welt Burg Dorf“ oder „Er darf Burg kann“ dann doch eher rätselhaft. Leichter nachvollziehen ließen sich da schon die Strategien der Deutschen Bahn, als Hauptsponsor bei der Kulturhauptstadt Ruhr 2010 mitzumachen. Wo es darum geht, dass sich Dinge nach vorne bewegen, will ein Konzern, der Mobilität verkauft, gern dabei sein.

Wer es einmal geschafft hat, einen Geldgeber aus der Wirtschaft für sein Projekt zu begeistern, kann sich übrigens zumeist auf ein mehrjähriges Engagement des Sponsors einstellen. Nur als kontinuierliche Kooperation habe die Zusammenarbeit mit Kultur- respektive Sozialeinrichtungen Sinn, erklärte Gabriele Handel-Jung die Leiterin der Marketingkommunikation bei DB Mobility Logistics.

Ähnlich sieht es Corinne Grundmann, beim Tagesspiegel für Vertrieb und Marketing zuständig: Die Medienpartnerschaften, die sie mit Kulturinstitutionen der Hauptstadt einfädelt, sollen ebenfalls keine Eintagsfliegen sein, sondern längerfristig zum positiven Imagetransfer in beide Richtungen beitragen. Und damit neue Kunden gewinnen. Leser, die die Vorzüge einer „reflektierenden Tageszeitung“ zu schätzen wissen, wie Chefredakteur Stephan-Andreas Casdorff hinzufügte: Einer Zeitung, die ihre Leser „täglich neu zum Meinunghaben befähigen will“. Auch über Fragen von Kunst und Markenbildung. *Frederik Hanssen*

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



MIGROS**WOCHE** | 9

Auszeichnung für das Migros- Kulturprozent

Das Migros-Kulturprozent ist Kulturinvestor des Jahres 2010. Die Auszeichnung wurde vergangene Woche in Berlin vergeben.

Insgesamt haben 105 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum im Rahmen des «Kulturmarken-Awards» um die begehrten Auszeichnungen gekämpft. Die Jury wählte erstmals einen Gewinner in der Kategorie «Kulturinvestor des Jahres». Gisèle Girgis, Mitglied der Generaldirektion des MGB,

freut sich: «2009 hat die Migros nicht zuletzt aufgrund ihres gesellschaftlichen Engagements mit dem Migros-Kulturprozent den World Retail Award erhalten. Nun erlangt das Migros-Kulturprozent erneut internationale Anerkennung. Das sehe ich als grosse Wertschätzung für unsere vielen nachhaltigen In-

vestitionen in Kultur und Bildung.» Gottlieb Duttweiler gründete 1957 das Migros-Kulturprozent: Unabhängig vom Gewinn investierte das Unternehmen von nun an einen festen Anteil seines Umsatzes in kulturelle und soziale Projekte. 3,3 Milliarden Franken wurden bisher dafür aufgewendet. cp

Datum: 11.2010

Migros Magazin

Auflage: 1.554.932

Kontakt: 3.887.330

<p>Agentur Causales</p> <p>Kulturmarken-Award 2010</p>	
	
<p>Datum: 29.10.2010</p>	<p>Deister- und Weserzeitung</p>
<p>Auflage: 33.153</p>	<p>Kontakt: 82.883</p>

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Taunus Zeitung

Startseite | Region | Nachrichten | Sport | Ratgeber | Freizeittipps

Rhein-Main/Hessen | Frankfurt | **Vordertaunus** | Limburg-Lahn | Wetterau | Main-Taunus

Kronberg Academy für Kulturmarke des Jahres nominiert

Die Kronberg Academy ist für den Preis «Kulturmarke des Jahres» nominiert worden. Wer letztlich den Preis erhält, entscheidet sich Ende Oktober.

Kronberg. Gemeinsam mit der Bayerischen Theaterakademie im Münchner Prinzregententheater und dem Projekt «Ruhr.2010 – Kulturhauptstadt Europas» wurde die Kronberg Academy von einer 18-köpfigen Expertenjury unter 35 Mitbewerbern für die «Auszeichnung Kulturmarke des Jahres» vorgeschlagen. Sie wird am 28. Oktober auf der Kulturmarken-Gala im festlichen TIPI am Kanzleramt in Berlin zum vierten Mal vergeben.

Zu dem Ereignis in der Bundeshauptstadt werden 600 geladene Gäste aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien erwartet. Die Preisverleihung ist Höhepunkt des größten Kongresses zum Thema Kulturmanagement, Kulturmarketing und Kultursponsoring im deutschsprachigen Raum.

Konkurrenz ausgestochen

Die Kronberg Academy hat mit dieser Nominierung aus dem Bereich Musik so renommierte Mitbewerber wie die Salzburger Festspiele, das Rheingau Musik Festival und das Lucerne Festival aus dem Rennen geworfen. Weitere namhafte Konkurrenten waren unter anderem die Passionsspiele Oberammergau, der bayerische Radiosender BR-Klassik, das Rundfunk Sinfonieorchester Berlin und das Staatsballett Berlin sowie der Semper-Opernball Dresden. In dem Wettbewerb geht es um die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten

Datum: 06.09.2010

Taunus Zeitung

Auflage: 101.589

Kontakt: 253.960

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

NEUE OSNABRÜCKER OZ ZEITUNG

Zeitungstitel wählen ▾

STARTSEITE | LOKALES | DEUTSCHLAND & WELT | SPORT | VIDEO | TIPPS & TERM

Politik | Vermischtes | Wirtschaft | Kultur | Gut zu wissen | Kfz-Welt | Reise-Welt

Schon gesehen? | Bücher | Fernsehen | Tatort-Spezial | Kino | Twilight Blog | Videos

Startseite | Deutschland & Welt | Kultur | „Am 31. Dezember schalten wir nicht ab“

Was wird aus „Ruhr.2010“? Oliver Scheytt kündigt Kulturoffensive für das Revier an

„Am 31. Dezember schalten wir nicht ab“

Essen. Herbert Grönemeyer sang „Komm zur Ruhr“, über dem Revier stiegen gelbe Ballone als „Schachtzeichen“ auf, Essen eröffnete das neue Museum Folkwang: „Ruhr.2010“ erlebte Kulturhighlights in Hülle und Fülle. Doch was bleibt von der Kulturhauptstadt „Essen und für das Ruhrgebiet“? Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der „Ruhr.2010 GmbH“ und Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft, setzt auf Nachhaltigkeit.

Kultur durch Wandel, Wandel durch Kultur: Das ist der Slogan von Ruhr.2010. Welchen Wandel hat Kultur im Jahr der Kulturhauptstadt bewirkt?

Die Menschen in der Metropole Ruhr haben die neue Erfahrung der Gemeinsamkeit gemacht. Selbstreflexion und Selbstvergewisserung haben dazu geführt, dass auch ein neues Selbstbewusstsein entstanden ist. Dies nicht im Sinn eines „Wir sind besser als die anderen“, sondern im Sinn eines Bewusstseins, das sagt: Das sind wir. Das ist besonders deutlich in Projekten geworden, die die Identität des Ruhrgebiets angesprochen haben. Am Anfang des Jahres hat die Eröffnung den Mythos Ruhr beschworen, auch durch den Ort der Kokerei auf Zollverein und Herbert Grönemeyers „Komm zur Ruhr“. Das Projekt „Schachtzeichen“ hat Tausende Menschen dazu gebracht, ihre Geschichte zu erzählen, viele andere übernahmen Patenschaften. Im zweiten Halbjahr hat Interkultur im Vordergrund gestanden. Bei dem Projekt „Melez“ fuhr ein Zug durch das Ruhrgebiet, war Bühne und Konzertraum für Menschen mit

„Kultur wird vielfach in Anspruch genommen – als Wirtschaftsmotor und Sinnstifter. Erfüllen sich solche Erwartungen eigentlich? Man kann nicht in einem Jahr alle Erwartungen erfüllen. Es wäre auch falsch, Kultur nur deshalb zu fördern, um in der Welt von Werbung und Marketing mehr Aufmerksamkeit zu erzielen. Es ist wunderbar, dass wir die Kulturmarke des Jahres 2010 geworden sind.“

Datum: 02.12.2010	Neue Osnabrücker Zeitung
Auflage: 66.754	Kontakt: 166.885

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

AKTUELL _07



Hans-Conrad Walter (Foto: Causales)

Ausschreibung zum Kulturmarken Award gestartet

Marke und Kultur

Wir haben Hans-Conrad Walter, Veranstalter des Kulturmarken Award, über Hintergründe und den aktuellen Wettbewerb befragt.

BlachReport: Wie lange gibt es den Kulturmarken Award bereits?

Hans-Conrad Walter: Wir sind 2006 mit gestartet – zunächst mit einer Onlineumfrage. Schon damals wollten wir ermitteln, wie sich ein professionelles Management in der Kulturlandschaft darstellt. Bei dieser Umfrage konnten wir dann ein großes Interesse mit 14.000 Abrufen verzeichnen. Das hat uns Mut gemacht, daraus einen eigenständigen Wettbewerb zu ermitteln. Die erste Ausschreibung für den Kulturmarken Award erfolgte dann bereits im Folgejahr. Seither haben wir den Wettbewerb kontinuierlich ausgebaut und in diesem Jahr beispielsweise mit der Ausschreibung zum ‚Kulturinvestor des Jahres‘ und zur ‚Stadtmarke des Jahres‘ zwei neue Kategorien dazugenommen. Ziel des Kulturmarken Awards ist es, innovative Markenkonzeptionen und die erfolgreiche Markenführung im Kulturbereich auszuzeichnen.

BlachReport: Wer waren die Preisträger beim letztjährigen Wettbewerb?

Hans-Conrad Walter: Wir haben die Preise am 29. Oktober 2009 im Admiralspalast in Berlin verliehen und konnten auf der Veranstaltung 1.500 Gäste begrüßen. Der Titel ‚Kulturmarke 2009‘ ging an die Bregenzer Festspiele. Ausgezeichnet wurden die Sommerfestspiele für die gelungene Neuausrichtung ihrer Marke und einer enormen Bekanntheitssteigerung durch spektakuläre Publicityaktionen, wobei neben den herkömmlichen Kommunikationskanälen zahlreiche unkonventionelle Kommunikationswege genutzt werden.

Zur ‚Trendmarke 2009‘ hat die Jury das Kulturnetzwerk Neukölln gewählt. Das inzwischen bei Bevölkerung und Fachleuten als Modellprojekt überregional bekannt gewordene Kulturfestival ‚48 Stunden Neukölln‘ stach aus

den vielen interessanten Einreichungen besonders durch seine Marketingstrategie mit Zukunftspotential heraus.

Auch einer der beiden ‚Kulturmanager des Jahres 2009‘ kommt aus Berlin: Folkert Uhde, Gründer des Radialsystems V, transformierte 2005 das alte Pumpwerk zu einem modernen Kunstzentrum. Das Pendant zu Uhdes privatwirtschaftlichem Engagement spiegelt Karl Janssen mit seinem Einsatz im kommunalen Bereich wider. Ausgezeichnet wurde Janssen für sein Ziel, aus dem größten Binnenhafen Europas den Kulturhafen der Kulturhauptstadt Ruhr2010 zu machen, was das Selbstverständnis der Stadt nachhaltig prägt.

BlachReport: Was bewertet die Jury beim Kulturmarken Award?

Hans-Conrad Walter: Zu den Kriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Der Erfolg der Maßnahmen sollte nachvollziehbar belegt werden können.

BlachReport: Wie viele Einreichungen erwarten Sie für den aktuellen Wettbewerb?

Hans-Conrad Walter: Schwierig zu bewerten. Wir erwarten für uns 150 Bewerbungen. Bisher lag die Zahl der Einreichungen meist unter 100. Die Messlatte liegt also sehr hoch.

BlachReport: Wer kann für den Wettbewerb einreichen?

Hans-Conrad Walter: In den Kategorien Kulturmarke und Trendmarke sind öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturunternehmen, Agenturen, Institutionen und Projekte aus dem deutschsprachigen Raum zur Teilnahme aufgerufen. Um den Titel ‚Stadtmarke‘ können sich Städte, Gemeinden und Regionen bewerben. Es sind aber auch Großprojekte aus der Kulturlandschaft einer Stadt zugelas-

sen. Der ‚Kulturinvestor des Jahres‘ kann sowohl ein Unternehmen als auch eine Agentur oder eine Person werden. Bei der Wahl zum ‚Kulturmanager‘ des Jahres sieht es etwas anders aus. Eine Eigeninitiative bei der Bewerbung ist nicht möglich. Die Bewerbung erfolgt über den Vorschlag einer weiteren Person. Privatpersonen, Kulturschaffende, Politiker und Wirtschaftsleute, also natürliche und juristische Personen, können die Auszeichnung zum ‚Kulturmanager des Jahres‘ vorschlagen.

BlachReport: Wie setzt sich die Jury zusammen?

Hans-Conrad Walter: In diesem Jahr wird eine 18-köpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Wissenschaft, darunter Tagesspiegel-Chefredakteur Stephan-Andreas Casdorff, Dr. Stephan Muschick, Geschäftsführer RWE Stiftung, oder auch Katharina Langsch, Marketingdirektorin der Ruhr.2010 GmbH, am 24. August 2010 in den Kategorien des Wettbewerbs jeweils drei Nominierte ermitteln.

BlachReport: Wann und in welchem Rahmen findet die Preisverleihung statt?

Hans-Conrad Walter: Die Auszeichnung der Preisträger erfolgt auf der Kulturmarken-Gala am 28. Oktober 2010 im Tipi am Kanzleramt in Berlin. Für die Moderation konnten wir Andrea Thilo gewinnen. Den Rahmen für die Kulturmarken-Gala bildet der KulturInvest Kongress am 28. und 29. Oktober 2010 im Verlagsgebäude des Tagesspiegel Berlin. In zwölf Themenforen sprechen namhafte Referenten über innovative Formen der Kulturvermarktung, der Kulturkommunikation und über Investments und Sponsoring. Veranstalter sind die Europäische Sponsoring-Börse ESB und die Agentur Causales mit der freundlichen Unterstützung des Tagesspiegels. Förderer ist die Deutsche Post DHL.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

BLACHREPORT 12/10

Datum: 15.06.2010

Blach Report

Auflage: 1.500

Kontakt: 3.750

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

SERVICES



KULTURMARKEN AWARD SUCHT ZUSÄTZLICH "STADTMARKE" UND "KULTURINVESTOR"

In diesem Jahr wird der "Kulturmarken Award 2010", der Wettbewerb um die Kulturmarke, den Kulturmanager und die Trendmarke des Jahres, zum fünften Mal vergeben. Erstmals werden in zwei neuen Wettbewerbskategorien die Stadtmarke und der Kulturinvestor des Jahres ausgezeichnet. Angesprochen sind Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum. Ausgeschrieben wird der Award von der Berliner Agentur Causales. Unterstützung kommt von der Deutschen Post DHL und dem Zeit Verlag.

Eine 18-köpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Wissenschaft ermittelt am 24. August in den Kategorien des Wettbewerbs jeweils drei Nominierte. Zu den Kriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Am 28. Oktober werden dann in Berlin die Gewinner auf der Kulturmarken-Gala, die im Rahmen des KulturInvest Kongress stattfindet, ausgezeichnet. 2009 wurden die Bregenzer Festspiele als Kulturmarke des Jahres geehrt.

Informationen zur Bewerbung gibt es unter www.kulturmarken.de. Einsendeschluss ist der 31. Juli 2010. Das Programm des Kongresses ist unter www.kulturinvest.de zu finden.



Datum: 01.06.2010	Public Marketing
Auflage: 2.500	Kontakt: 6.250

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

KULTURMARKEN AWARD BEREITS ZUM FÜNFTEN MAL

Kürzlich startete der Wettbewerb um die Kulturmarke, den Kulturmanager und die Trendmarke des Jahres. Erstmals werden in diesem Jahr in zwei neuen Wettbewerbskategorien die Stadtmarke und der Kulturinvestor des Jahres ausgezeichnet.

Bis zum 31. Juli 2010 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der fünfte Kulturmarken Award

von der Agentur Causales mit Unterstützung durch die Deutsche Post DHL und den Zeit Verlag. Informationen zur Bewerbung stehen ab sofort online.

Eine 18-köpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Wissenschaft ermittelt am 24. August 2010 in den Kategorien des Wettbewerbs jeweils drei Nominierte. Zu den Kriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing

sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Die Preisträger werden auf der KulturmarkenGala am 28. Oktober 2010 vor 600 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. 2009 wurden die Bregenzer Festspiele als Kulturmarke des Jahres geehrt.

INFO: www.kulturmarken.de

Datum: Sonderausgabe 01/ 2010	Blach Report
Auflage: 1.500	Kontakt: 3.750

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Kulturmarken-Award 2010

Noch bis zum 31. Juli läuft die Ausschreibung für die Vergabe des Kulturmarken-Awards 2010. Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur sowie Städte und Gemeinden können sich in verschiedenen Kategorien bewerben: Kulturmarke, Trendmarke, Kulturmanager, und in diesem Jahr erstmalig ausgeschrieben: Stadtmarke und Kulturinvestor des Jahres. Ziel des Wettbewerbes ist es, innovative Markenkonzeption und Markenführung sowie professionelles Management in der Kulturlandschaft auszuzeichnen. Die Preisverleihung findet im Rahmen der Kulturmarken-Gala am 28. Oktober im Berliner Kanzleramt statt.

► www.kulturmarken.de

Datum: 14.07.2010

Fundraiser

Auflagenhöhe: 4.000

Kontakte: 10.000

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



Datum: 27.10.2010	Welt Online
Auflage: -	Kontakt: 30.466.535 Unique Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Yahoo! Mein Yahoo! Mail Sucher: Web-Suche

YAHOO! NACHRICHTEN Anmelden
Neuer Nutzer? registrieren Nachrichten-Startseite · Hilfe

100% gebührenfrei

Home Inland Ausland Panorama Wirtschaft Sport Wissenschaft Technik Gesundheit Unterhaltung Video Skurriles Wetter
Film & Fernsehen Musik Klatsch Kultur Forum Fotos Yahoo! Lifestyle Quiz: Gesellschaft

Suche: Yahoo! Nachrichten Suche

AKTUELLE THEMEN

Wetter Lotto Königshäuser Nobelpreis

TOPMELDUNGEN

Gysi ruft Linke in der Programmdebatte z...
Japanische Fluggesellschaft Skymark Airlines order...
De Maizière will schärfere EU-Kontrollen gegen Pa...
» Weitere Topmeldungen

AKTUELL Polizei: Alle Gleisblockierer von Harlingen wieder entlassen

Ruhr.2010 ist "Kulturmarke des Jahres"

Donnerstag, 28. Oktober, 19:35 Uhr

dapd
nachrichtenagentur

Artikel versenden Drucken

Berlin/Essen (dapd). Die europäische Kulturhauptstadt Ruhr.2010 ist am Donnerstag in Berlin zur "Kulturmarke des Jahres" gekürt worden. Die Organisatoren hätten die Auszeichnung für die "identitätsstiftende Markenentwicklung, die außergewöhnliche Markenführung und die Etablierung einer beispielhaften Kulturmarke" erhalten, teilte die Ruhr.2010 in Essen mit. Der Geschäftsführer der Ruhr.2010 GmbH, Oliver Scheytt, zeigte sich erfreut über den Preis: "Wir sind sehr stolz auf die tolle Auszeichnung. Damit wird ein langer und intensiver Weg belohnt."

Der Preis für die "Trendmarke des Jahres" ging

ANZEIGE

Jetzt das iPhone 4 bei der Telekom bestellen.

Erleben, was verbindet.

Mehr zum Thema Video: Unterhaltung
Blaue Männer suchen Nachwuchs

RUHR.2010 ist „Kulturmarke des Jahres“

Berlin/Essen (dapd). Die europäische Kulturhauptstadt Ruhr.2010 ist am Donnerstag in Berlin zur "Kulturmarke des Jahres" gekürt worden. Die Organisatoren hätten die Auszeichnung für die "identitätsstiftende Markenentwicklung, die außergewöhnliche Markenführung und die Etablierung einer beispielhaften Kulturmarke" erhalten, teilte die Ruhr.2010 in Essen mit. Der Geschäftsführer der Ruhr.2010 GmbH, Oliver Scheytt, zeigte sich erfreut über den Preis: "Wir sind sehr stolz auf die tolle Auszeichnung. Damit wird ein langer und intensiver Weg belohnt."

Der Preis für die "Trendmarke des Jahres" ging an die HipHopAcademy in Hamburg. Als "Stadtmarke des Jahres" wurde Hameln ausgezeichnet. Silke Fischer vom Märchenland e.V. in Berlin wurde von der 18-köpfigen Jury zur besten Kulturmanagerin 2010 gekürt. Kulturinvestor des Jahres war nach Meinung der Jury Migros-Kulturprozent aus der Schweiz. Insgesamt hatten sich 105 Bewerber

causales

aus dem gesamten deutschsprachigen Raum an dem Wettbewerb beteiligt. dapd	
Datum: 28.10.2010	Yahoo! Nachrichten
Auflage: -	Kontakt: 2.560.000 Visitors monatlich

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows a news article on the DerWesten website. The main headline is "Ruhr.2010 ist die Kulturmarke des Jahres". The article text states: "Essen. Die Kulturhauptstadt Ruhr.2010 ist als „Kulturmarke des Jahres 2010“ ausgezeichnet worden. Als Begründung nannte die Jury die identitätsstiftende Markenentwicklung und die Etablierung einer beispielhaften Kulturmarke." It also mentions that Ruhr.2010 was awarded for its identity-building brand development and the establishment of a model cultural brand. The page includes a navigation menu, a sidebar with "Meine Stadt" and "Finanzlinks", and a photo of a person in a yellow t-shirt with "Kulturhauptstadt" and "RUHR 2010" printed on it.

Datum: 28.10.2010	DerWesten.de
Auflage: -	Kontakt: 150.115 Visitors monatlich

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the website art-tv.ch with the following elements:

- Logo:** ART-TV SONDAGE Schweizer Kulturperle
- Navigation:** Home, Newsletter, Mitgliedschaft, Spenden, Werben, Kontakt
- Left Sidebar:** Rubriken (Architektur + Design, Film, Fotografie, Kunst, Kulturgeschichte, Literatur, Musik, Tanz, Theater, Unterhaltung), Extras (Festivals, Kulturpolitik, Lifestyle, Migros-Kulturprozent, People, art-tv international, transit09, Innerschweizer Kulturpreis), Regionen, Wettbewerbe, Über art-tv, Bestellen, Partner, Support, Archiv
- Main Content:**
 - Header:** art-tv.ch das kulturfernsehen im netz
 - Section:** Kulturprozent | Kulturinvestor des Jahres
 - Video Player:** Shows a video of an orchestra performing in a grand hall. The video title is "Das Migros-Kulturprozent ist Kulturinvestor des Jahres 2010. Die erstmals verliehene Auszeichnung wurde am 28. Oktober 2010 im Rahmen der Kulturmarken-Awards 2010 in Berlin vergeben. Damit werden auch interne Projekte gewürdigt, wie etwa die Migros-Kulturprozent-Classics. (Video)".
 - Text:**

Der Wettbewerb Kulturmarken-Award zeichnet bereits zum vierten Mal die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und kreativsten Investitionsformen in Kultur im deutschsprachigen Raum aus. Insgesamt haben sich 105 Bewerber namhafter Kulturanbieter, Kulturprojekte, Stadtmarketingunternehmen und Kulturinvestoren um einen Award bemüht. Die achtzehnköpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählte die Preisträger in den fünf Kategorien Kulturmarke, Trendmarke, Kulturmanager, Stadtmarke sowie erstmals in der neu geschaffenen Kategorie Kulturinvestor des Jahres.

Migros-Kulturprozent – Innovative Konzepte

Das Migros-Kulturprozent ist nicht nur der wichtigste private Kulturförderer der Schweiz sondern entwickelt auch in Eigenregie innovative Konzepte. Etwa die Konzertreihe Migros-Kulturprozent-Classics, die der Bevölkerung die Möglichkeit bietet, Spitzenorchester und Solisten zu günstigen Preisen zu erleben (siehe Video). Ebenfalls stark engagiert hat sich das Migros-Kulturprozent in der
 - Right Sidebar:**
 - auf Facebook posten
 - auf Twitter posten
 - > Video weiterempfehlen
 - > Video bestellen
 - > Support
 - + Embed-Code

Datum: 29.10.2010

Art-tv.ch

Auflage: -

Kontakt: 51.522 Visitors monatlich

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

crescendo
das klassikmagazin

Partner von **sozene**

aktuell | magazin | festspiele | archiv | abo | mediadaten

Suche

Ran an die Musik
Wege zur Klassik

gratis probelesen!
2 crescendo-Ausgaben und 2 Premium-CDs gratis
→ gleich bestellen

Aktuelle CD
→ Hier erhalten Sie gratis die CD zur aktuellen crescendo-Ausgabe.

→ Vorheriger Beitrag | → Nächster Beitrag

Allgemein
RUHR.2010 ist „Kulturmarke des Jahres 2010“
2. November 2010

Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 28. Oktober in Berlin geehrt. Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als „Kulturmarke des Jahres 2010“ geehrt.

Vor über 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, den Preis entgegen. Außerdem wurde der Kulturpalast Hamburg mit seinem Projekt HipHop Academy als „Trendmarke des Jahres 2010“ ausgezeichnet. Silke Fischer, Direktorin des Deutschen Zentrums für Märchenkultur – MÄRCHENLAND e.V. bekam die Auszeichnung „Kulturmanagerin des Jahres 2010“ verliehen.

In den erstmalig ausgeschriebenen Kategorien „Kulturinvestor des Jahres 2010“ und „Stadtmarke des Jahres 2010“ empfingen der private Schweizer Kulturförderer Migros-Kulturprozent und die Hameln Tourismus und Marketing GmbH die Marketingpreise. Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL, des ZEIT Verlages und des Tagesspiegel.

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

Musik Metropole München
Bayerisches Staatsorchester
Münchner Philharmoniker
Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks
Tourismusamt München

Datum: 02.11.2010	Crescendo.de
Auflage: -	Kontakt: 88.594 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the website for 'crescendo das Klassikmagazin'. The main headline reads 'Kulturmarken Award 2010' with the date '7. Mai 2010'. The text below the headline states: 'Am 05. Mai 2010 startete der Wettbewerb um die Kulturmarke, den Kulturmanager und die Trendmarke des Jahres. Erstmals werden in diesem Jahr in zwei neuen Wettbewerbskategorien die „Stadtmarke“ und der „Kulturinvestor des Jahres“ ausgezeichnet. Bis zum 31. Juli 2010 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der fünfte Kulturmarken-Award von der Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und des ZEIT Verlages. Eine 18-köpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Wissenschaft ermittelt am 24. August 2010 in den Kategorien des Wettbewerbs jeweils 3 Nominierte. Zu den Kriterien 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 28. Oktober 2010 vor 600 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Informationen zur Bewerbung stehen online unter → www.kulturmarken.de bereit. Am 28. und 29. Oktober 2010 findet der Kulturinvest Kongress, der Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment, im Verlagsgebäude des Tagesspiegel Berlin statt. Weitere Informationen unter → www.kulturinvest.de

Datum: 07.05.2010	Crescendo.de
Auflage: -	Kontakt: 88.594 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

<p>SUCHE KONTAKT</p> <p>START BEITRÄGE STELLENMARKT BÜCHER AUSBILDUNG KALENDER LINKS FORUM</p> <p>WERBUNG KM MAGAZIN DIENSTLEISTUNGEN ÜBER UNS HILFE</p> <p>KULTUR MANAGEMENT NETWORK</p>		
<p>Sie sind nicht eingeloggt. Login Registrieren</p> <p>Alle Sparten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation / Führung - Marketing / PR - Finanzierung / Sponsoring - Recht / Steuern - Kulturpolitik / Vermittlung - Beruf / Karriere - Veranstaltungen / Events - Technologien / Medien <p>Stiftung & Nonprofit</p> <p>Musik & Bühne</p> <p>Museum & Kunst</p> <p>Medien & Literatur</p> <p>Bildung & Öffentl. Sektor</p> <p>KulturWirtschaft</p> <p>Recherche</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stellenmarkt - Praktikumsbörse - KM Magazin <p>Network Schweiz</p> 	<p>Alle Sparten</p> <p>Start > Alle Sparten > Alle Themenbereiche > Beiträge</p> <p>nächster Artikel: Kulturmanager, seid brav, sons... Liste</p> <p>MELDUNG</p> <p>RUHR.2010 ist »Kulturmarke des Jahres 2010«</p>  <p>Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 28. Oktober in Berlin geehrt. Der Preis der Kulturmanagerin des Jahres ging an Silke Fischer von Märchenland e.V., überreicht von Dirk Schütz von Kulturmanagement Network.</p> <p>Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als »Kulturmarke des Jahres 2010« geehrt. Vor über 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, den Preis entgegen. Außerdem wurde der Kulturpalast Hamburg mit seinem Projekt HipHop Academy als »Trendmarke des Jahres 2010« ausgezeichnet. Silke Fischer, Direktorin des Deutschen Zentrums für Märchenkultur - MÄRCHENLAND e.V. bekam die Auszeichnung »Kulturmanagerin des Jahres 2010« verliehen. In den erstmalig ausgeschriebenen Kategorien »Kulturinvestor des Jahres 2010« und »Stadtmarke des Jahres 2010« empfingen der private Schweizer Kulturförderer Migros-Kulturprozent und die Hameln Tourismus und Marketing GmbH die Marketingpreise. Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL, des ZEIT Verlags und des Tanessocial</p> <p>Drukken Versenden</p>	<p>2. November 2010</p> <p>Stellenmarkt</p> <p>Neueste Angebote:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wiss. Mitarbeiter... - Bilanzbuchhalter/... - Registrar/in - Disponent/in Musi... - Leiter/in der Res... <p>Weitere Angebote Preise & Abonnements Anzeige veröffentlichen</p> <p>Twitter & Facebook</p> <p>Folgen Sie uns Gefällt mir</p> <p>ANZEIGE</p> <p>INSTITUT FÜR KULTURKONZEPTE</p> <p>invent event Eventkommunikation</p> <p>Events inszenieren Erfahrungsräume für die BesucherInnen und produzieren Erinnerungen. 30. 11. Frühbucherbonus Zertifikatskurs, Praxisprojekt, 10 Module in 3 Semestern (März 2011 - Juni 2012) Institut für Kulturkonzepte, Wien</p> <p>ANZEIGE</p> <p>SPONSOREN</p>
Datum: 30.10.2010	Kulturmanagement.net	
Auflage: -	Kontakt: Ø 21.500 Visitors	

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Sie sind nicht
eingeloggt.

[Login](#) | [Registrieren](#)

Alle Sparten

- Organisation / Führung
- Marketing / PR
- Finanzierung / Sponsoring
- Recht / Steuern
- Kulturpolitik / Vermittlung
- Beruf / Karriere
- Veranstaltungen / Events
- Technologien / Medien

Stiftung & Nonprofit

Musik & Bühne

Museum & Kunst

Medien & Literatur

Bildung & Öffentl. Sektor

KulturWirtschaft

Recherche

- Stellenmarkt
- Praktikumsbörse
- KM Magazin

Network Schweiz



Arts Management Network



112 Besucher und
1 Mitglied online

Alle Sparten

[Start](#) > [Alle Sparten](#) > [Alle Themenbereiche](#) > [Beiträge](#)

nächster Artikel: [Das Berufsbild der Leiterin ei...](#)

MELDUNG

Der Kulturmarken-Award 2010 ist gestartet!

Seit 4. Mai läuft die diesjährige Ausschreibung für die fünf Kategorien »Kulturmarke«, »Trendmarke«, »Stadtmarke«, »Kulturmanager« und »Kulturinvestor des Jahres«. Zeigen Sie, dass Sie zu den Besten der Branche gehören und nehmen Sie teil am wichtigsten Wettbewerb für Kulturmarketing und Kulturinvestments im deutschsprachigen Raum!

Ausgeschrieben wird der Wettbewerb von der Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Post und des ZEIT-Verlages. Kulturmanagement Network ist erneut Medienpartner und präsentiert außerdem den Award »Kulturmanager des Jahres«.

Bis zum 31. Juli 2010 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur sowie Städte und Gemeinden aus dem gesamten deutschsprachigen Raum bewerben. Eine 18-köpfige unabhängige Jury mit namhaften Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Kultur nominiert besonders innovative Marketingkommunikation, professionelles Markenmanagement, erfolgreiches Kulturmanagement und herausragende Kulturinvestments. Die Preisträger werden auf der fünften Kulturmarken-Gala am 28. Oktober 2010 vor 600 Top-Entscheidern aus Kultur, Wirtschaft, Medien und Politik im glamourösen TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt. Bewerben Sie sich jetzt in einer der fünf Kategorien! Neben der medienwirksamen Auszeichnung auf der Kulturmarken-Gala, werden die Preisträger in einer Anzeigensonderveröffentlichung der ZEIT und im Jahrbuch Kulturmarken 2012 vorgestellt. Darüber hinaus vergeben die jeweiligen Kategorie-Partner Sonderpreise.

22.07.2010, Dirk Heinze

Quelle: Agentur Causales

Weiterführende Links: www.kulturmarken.de

Datum: 22.07.2010

Kulturmanagement.net

Auflage: -

Kontakt: Ø 21.500 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

**Sie sind nicht
eingelogg.**

[Login](#) | [Registrieren](#)

Alle Sparten

- Organisation / Führung
- Marketing / PR
- Finanzierung / Sponsoring
- Recht / Steuern
- Kulturpolitik / Vermittlung
- Beruf / Karriere
- Veranstaltungen / Events
- Technologien / Medien

Stiftung & Nonprofit

Musik & Bühne

Museum & Kunst

Medien & Literatur

Bildung & Öffentl. Sektor

KulturWirtschaft

Recherche

- Stellenmarkt
- Praktikumsbörse
- KM Magazin

Network Schweiz



Arts Management Network



Alle Sparten

[Start](#) > [Alle Sparten](#) > [Alle Themenbereiche](#) > [Beiträge](#)

nächster Artikel: [Ludwigsburger Kongress: 20 Jah...](#)

PORTRÄT

Silke Fischer von Märchenland e.V. ist Kulturmanagerin des Jahres



Der Preis wurde von
Andrea Thilo und Dirk
Schütz in Berlin
überreicht

Kulturgut Märchen in das Bewusstsein unserer Gesellschaft
einzuprägen. Es ist das einzige Zentrum seiner Art in
Deutschland und versteht sich als eine Institution für das
traditionsgebundene und literarische Genre der Märchen, Sagen
und Geschichten.

Silke Fischer ist die Direktorin des Deutschen Zentrums für
Märchenkultur – MÄRCHENLAND e.V. Die
Theaterwissenschaftlerin leitet seit 10 Jahren die Berliner
Märchentage. Dank des unermüdlichen Engagements von Silke
Fischer konnte das Format MÄRCHENLAND erfolgreich
ausgebaut werden und besticht durch seine Vielfalt und Qualität
in mehr als 1.500 Veranstaltungen europaweit.

Kulturmanagement Network gratuliert Silke Fischer herzlich zur
Auszeichnung »Kulturmanagerin des Jahres 2010«!

Weitere Informationen: www.maerchenland-ev.de

03.11.2010, Dirk Heinze
Weiterführende Links: www.kulturmarken.de

Datum: 03.11.2010

Kulturmanagement.net

Auflage: -

Kontakt: Ø 21.500 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the LVZ online website interface. The main article is titled "Lichtfest Leipzig mit „Eurocities Award“ ausgezeichnet" and features a photograph of the city lights at night. The article text discusses Leipzig's success in the award competition and mentions the award ceremony in Zaragoza. A sidebar advertisement for Saturn promotes the "Bundesliga-Trainer 2010/2011" competition. Below the main article, there is a "VIDEOCENTER" section with a video thumbnail.

„Bereits am 28. Oktober war dem Leipziger Lichtfest in der Kategorie „Stadtmarke“ die „Kulturmarke“ in Berlin verliehen worden. Dieser Preis wird im Rahmen eines Wettbewerbs für Kulturmarketing und -investments im deutschsprachigen Raum vergeben.“

Datum: 04.11.2010	Leipziger Volkszeitung Online
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the homepage of 'LEIPZIGER INTERNET ZEITUNG'. The main article is titled 'Schon mal Appgefahren?' and is about the 'Lichtfest Leipzig 2009' award. The article text reads: 'Hohe Auszeichnung für das Lichtfest Leipzig 2009: Mit der spektakulären Veranstaltung, mit der Leipzig an das historische Ereignis der Friedlichen Revolution im Herbst 1989 erinnerte, hat die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH als Veranstalter gemeinsam mit der Messtochter Fairnet beim Event-Award EVA den bronzenen Apfel gewonnen.' Below the article is an advertisement for 'DAS HANDWERK' with the text 'Die sichersten Wertpapiere gibt es immer noch im Handwerk'. The website also features a calendar for 'Leipziger Termine' and a sidebar with various links and social media icons.

Datum: 07.11.2010	Leipziger Internetzeitung
Auflage: -	Kontakt: -

„Der Preis ist eine Anerkennung für das Lichtfest Leipzig sowie unseren Partner Fairnet und unseren technischen Koordinator CWC Pasemann. Innerhalb weniger Tage konnten wir mit dem Eurocities-, dem Kulturmarken- und dem EVA-Award drei aufmerksamkeitstarke Wettbewerbserfolge verbuchen. Für Leipzig sind diese Auszeichnungen wichtig, denn sie bestätigen die Konzeption, Leipzig als ‚Stadt der Friedlichen Revolution‘ zu positionieren“, sagt Volker Bremer, Geschäftsführer der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH.“

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



ENGLISH STARTSEITE SITEMAP WERBUNG



Sie befinden sich hier: > Aktuelles

Lichtfest Leipzig steht im Finale von zwei Awards

Entscheidung bei den Preisen EUROCIITIES und Kulturmarken fällt im Herbst

Leipzig, 04.09.2010

Die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH (LTM) steht mit ihrem Projekt "Lichtfest Leipzig" im Finale zweier Wettbewerbe - dem EUROCIITIES und den Kulturmarken-Awards. Bei den Kulturmarken-Awards 2010 gingen 105 Bewerbungsnamhafter Kulturanbieter, -investoren, -projekte und Stadtmarketingunternehmen ein. Eine Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien hat nun die 15 Finalisten für die Preisverleihung am 28. Oktober 2010 in Berlin ausgewählt. Die LTM GmbH konkurriert in der Kategorie "Stadtmarke des Jahres" mit der Erfurt Tourismus & Marketing GmbH und der Hameln Marketing und Tourismus GmbH. Der Wettbewerb zeichnet erfolgreiche Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, engagierte Kulturvermittler und kreative Investitionsformen aus und findet zum vierten Mal statt.



Auch beim EUROCIITIES Award kann sich die LTM GmbH gute Chancen ausrechnen. Bei der Preisverleihung am 3. November 2010 in Zaragoza wird sich entscheiden, ob sich Leipzig in der Kategorie "Partizipation, Identitätsbildung in der Stadt" gegen Amsterdam und Lyon durchsetzen kann. Insgesamt haben sich 56 Städte aus 14 europäischen Ländern beworben - mehr als je zuvor. Der EUROCIITIES Award wird jährlich in den Kategorien Innovation, Partizipation und Kooperation vergeben. Die Auszeichnung prämiiert herausragende Aktivitäten und Projekte, die die Lebensqualität der Bürger verbessern. EUROCIITIES ist ein Netzwerk mit 130 Mitgliedsstädten. Es vertritt auf europäischer Ebene die Anliegen und Positionen der Städte im europäischen Entscheidungsprozess.

Die Nominierung bestärkt das Veranstaltungskonzept der LTM GmbH, mittels Kunstinterventionen zur Auseinandersetzung mit der Friedlichen Revolution in Leipzig und zum aktiven Gedenken anzuregen. Das Lichtfest wiederum profitiert durch Multiplikatoreffekte bereits jetzt von der zweifachen Ernennung unter die Top 3: Indem die Konzeption im Rahmen der Wettbewerbe in neuen Netzwerken diskutiert und z. B. auf Webseiten präsentiert wird, erreicht die Leipziger Veranstaltung zahlreiche neue Zielgruppen.

Zum Lichtfest Leipzig am 9. Oktober 2009 wurden unter starker Bürgerbeteiligung und gemeinsam mit einer Vielzahl von Partnern insgesamt 28 Projekte realisiert. Das Lichtfest vermittelte Wege wie Freiheit

- ADRESSEN
- AKTUELLES
- > Archiv
- > Leserbriefe
- ARBEIT & SOZIALES
- BILDUNG & WISSENSCHAFT
- EROTIK & INTIMES
- ESSEN & TRINKEN
- KUNST & KULTUR
- PARTY & NIGHTLIFE
- SHOPPING & LIFESTYLE
- SPORT & FREIZEIT
- STADTINFO & TOURISMUS
- UNTERKÜNFTE & ÜBERNACHTUNG
- VERANSTALTUNGEN & EVENTS
- VERKEHR & UMWELT
- WIRTSCHAFT & POLITIK
- WOHNEN & BAUEN
- SHOP



causales

Lichtfest Leipzig steht im Finale von zwei Awards Entscheidung bei den Preisen EUROCITIES und Kulturmarken fällt im Herbst	
„Die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH (LTM) steht mit ihrem Projekt "Lichtfest Leipzig" im Finale zweier Wettbewerbe - dem EUROCITIES und den Kulturmarken-Awards. Bei den Kulturmarken-Awards 2010 gingen 105 Bewerbungsnamhafter Kulturanbieter, -investoren, -projekte und Stadtmarketingunternehmen ein. Eine Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien hat nun die 15 Finalisten für die Preisverleihung am 28. Oktober 2010 in Berlin ausgewählt.	
Die LTM GmbH konkurriert in der Kategorie "Stadtmarke des Jahres" mit der Erfurt Tourismus & Marketing GmbH und der Hameln Marketing und Tourismus GmbH. Der Wettbewerb zeichnet erfolgreiche Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, engagierte Kulturvermittler und kreative Investitionsformen aus und findet zum vierten Mal statt.“	
Datum: 04.09.2010	LeipzigInfo.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

[JOBS](#) | [KONTAKT](#) | [MEDIA-DATEN](#) | [VERLAG](#) | [IMPRESSUM](#)



NEWS
SZENE
KAMPAGNEN
EVENTS
PRINTAUSGABE
ABO
SERVICE

[Marketing & Kommunikation](#) | [Media & Medien](#) | [Werbemittel & Produktion](#) | [People](#) | [Opinion](#) | [Awards](#) | [Wocheninterview](#) | [Zu guter Letzt](#) | [Twitter](#) | [Werbewoche auf Star-TV](#)

w

NEWS

29.10.2010 | 10:42

MARKETING & KOMMUNIKATION

0 KOMMENTARE

KOMMENTAR HINZUFÜGEN

PRINT

EMPFEHLEN

Kulturinvestor des Jahres 2010: Migros-Kulturprozent

Das Migros-Kulturprozent hat die Auszeichnung Kulturinvestor des Jahres 2010 gewonnen. Die erstmals verliehene Auszeichnung wurde am 28. Oktober 2010 im Rahmen der Kulturmarken-Awards 2010 in Berlin vergeben.

Die Auszeichnung zum Kulturinvestor ist Teil des Wettbewerbs Kulturmarken-Award. Dieser zeichnet bereits zum vierten Mal die erfolgreichsten Marketing-Strategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und kreativsten Investitionsformen in Kultur im deutschsprachigen Raum aus. Insgesamt haben sich 105 Bewerber namhafter Kulturanbieter, Kulturprojekte, Stadtmarketingunternehmen und Kulturinvestoren um einen Award bemüht. Die achtzehnköpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählte die Preisträger in den fünf Kategorien Kulturmarke, Trendmarke, Kulturmanager, Stadtmarke sowie erstmals in der neu geschaffenen Kategorie Kulturinvestor des Jahres.

Die Idee des Migros-Kulturprozent geht auf den Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler zurück. In seinem Sinn verpflichten sich der Migros-Genossenschafts-Bund und die Migros-Genossenschaften zu einem jährlichen Beitrag an das Migros-Kulturprozent. Dieser wird auf Grundlage des Umsatzes berechnet und auch bei rückläufigem Geschäftsgang im Detailhandel ausgerichtet. Dies garantiert die Kontinuität des Migros-Kulturprozent und wurde in den Statuten der Migros fest verankert.

Tragende Säulen des Migros-Kulturprozent sind Aktivitäten und Institutionen in den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft. Sie umfassen die Klubschule Migros, die Eurocentres, das GDI Gottlieb Duttweiler Institute in



?

UMFRAGE

Kann Markus Somm das Vertrauen der Baz-Redaktion wieder gewinnen?

Ja.

Nein.

Basler Zeitung: Wagner verspricht journalistische Unabhängigkeit

Datum: 29.10.2010	WerbeWoche
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows a news article on the website trading-house.net. The article is titled "RUHR.2010 ist 'Kulturmarke des Jahres 2010' / Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 28. Oktober in Berlin geehrt". The article is dated "Donnerstag, 28.10.2010 | 20:05 Uhr". The main text of the article reads: "Berlin (ots) - Sperrfrist: 28.10.2010 20:00 Bitte beachten Sie, dass diese Meldung erst nach Ablauf der Sperrfrist zur Veröffentlichung freigegeben ist. Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner ...". The article also mentions that 105 competitors from the German-speaking space participated in the competition, and the winners were chosen by an eight-member jury.

Datum: 28.10.2010

Trading-house.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the website of 'KLEINE ZEITUNG' with a navigation bar including categories like STEIERMARK, POLITIK, WIRTSCHAFT, SPORT, CHRONIK, KULTUR, KLEINE.tv, LIFESTYLE, INTERAKTIV, and IMM. The main article is titled 'Ruhr.2010 ist "Kulturmarke des Jahres"'. The article text reads: 'Die europäische Kulturhauptstadt im Ruhrgebiet 2010 ist als "Kulturmarke des Jahres" ausgezeichnet worden. Ausgezeichnet wurden die "identitätsstiftende Markenentwicklung" und die "außergewöhnliche Markenführung", teilte die Ruhr.2010 mit. Der renommierte Preis soll am Donnerstagabend auf der Berliner Zeltbühne "Tipi am Kanzleramt" überreicht werden. Der Preis wird von einer Werbeagentur vergeben und von der Deutschen Post DHL, dem "Zeit"-Verlag und dem "Tagesspiegel" unterstützt. In diesem Jahr hatten sich 105 Institutionen beworben, darunter das Rundfunk Sinfonieorchester Berlin, die Salzburger Festspiele und die Passionsspiele Oberammergau. 2009 hatten die Bregenzer Festspiele das Rennen um den begehrten Titel der "Kulturmarke des Jahres" gemacht. Das Kulturhauptstadtprogramm in den 53 Kommunen des Ruhrgebiets hatte mit einem Mix aus Hochkultur und breitenwirksamen Angeboten wie einem gemeinsamen Gesangstag schon bis zur Jahreshälfte knapp fünf Millionen Besucher angezogen. Quelle: APA'.

Ruhr.2010 ist „Kulturmarke des Jahres“

Die europäische Kulturhauptstadt im Ruhrgebiet 2010 ist als "Kulturmarke des Jahres" ausgezeichnet worden. Ausgezeichnet wurden die "identitätsstiftende Markenentwicklung" und die "außergewöhnliche Markenführung", teilte die Ruhr.2010 mit. Der renommierte Preis soll am Donnerstagabend auf der Berliner Zeltbühne "Tipi am Kanzleramt" überreicht werden.

causales

Der Preis wird von einer Werbeagentur vergeben und von der Deutschen Post DHL, dem "Zeit"-Verlag und dem "Tagesspiegel" unterstützt. In diesem Jahr hatten sich 105 Institutionen beworben, darunter das Rundfunk Sinfonieorchester Berlin, die Salzburger Festspiele und die Passionsspiele Oberammergau. 2009 hatten die Bregenzer Festspiele das Rennen um den begehrten Titel der "Kulturmarke des Jahres" gemacht.

Das Kulturhauptstadtprogramm in den 53 Kommunen des Ruhrgebiets hatte mit einem Mix aus Hochkultur und breitenwirksamen Angeboten wie einem gemeinsamen Gesangstag schon bis zur Jahreshälfte knapp fünf Millionen Besucher angezogen.

Quelle: APA

Datum: 28.10. 2010	KleineZeitung.at
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the homepage of Ruhrportal.de. The main navigation bar includes 'Ruhrportal', 'Städte', 'RUHR.2010', 'Firmen', 'Veranstaltungen', and 'Ticket Shop'. A search bar is present with the text 'Informationen suchen' and a dropdown menu for 'Alle Kategorien'. Below the navigation, there is a sidebar with 'Themen im Ruhrgebiet' (Freizeit und Lifestyle, Kunst und Kultur, Unser Ruhrpott, Sport und Vereine, Studieren im Revier) and 'finde uns auf Facebook' (with a 'Registrieren' button and a list of users: Stefanie, Peter, Linda, Elke). The main content area features a 'NEW IN NOVEMBER' banner for 's.Oliver' and an article titled 'RUHR.2010 wird als Kulturmarke des Jahres 2010 ausgezeichnet'. The article text reads: 'Nicht nur für das Ruhrgebiet ist die Kulturhauptstadt RUHR.2010 eine Marke von Bedeutung. Auch deutschlandweit hat sie es mit ihren Konzepten und Strategien zu einigem Ansehen gebracht und dient gern als Vorbild. Nun wurde diesem Umstand Gestalt verliehen, in Form des Titels Kulturmarke des Jahres 2010. Am Donnerstag Abend nahm Geschäftsführer Oliver Scheytt die Auszeichnung vor einem 600-köpfigen Publikum aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien, nicht ohne Stolz, entgegen.' Below the text is a photo of Prof. Dr. Oliver Scheytt and a caption: 'Geschäftsführer der RUHR.2010 Prof. Dr. Oliver Scheytt @Ralf Schultheiss'. A short paragraph follows: 'Unter 105 Bewerbern aus dem deutschsprachigen Raum hat sich die RUHR.2010 GmbH als beste Kulturmarke 2010 herauskristallisiert. In diesem Wettbewerb ging es vor allem um die erfolgreichste Marketingstrategie, die engagierte Kulturvermittlung und die kreativste Investitionform im Kulturbereich. Die 18-köpfige Jury wählte den Gewinner unter den eingegangenen Vorschlägen auch aufgrund von Kriterien wie Markenidentität, Markenerscheinung und Markenkompetenz.' The final sentence reads: 'Als Kulturhauptstadt RUHR.2010 hat sich das Ruhrgebiet bisher von seiner besten Seite gezeigt. Bis auf einige negative Eindrücke aus diesem Jahr, wie der Loveparade-Katastrophe im Sommer, zeigte sich das Programm als ein sehr vielfältiges, welches einen großen Teil der Revier-Bewohner und auch zahlreiche Touristen begeistern konnte. Besonders durch eine immerwährende Offenheit, dieses zeitlich so begrenzte Projekt stets zu verbessern, gelang es der RUHR.2010 GmbH, einen

RUHR.2010 wird als Kulturmarke des Jahres 2010 ausgezeichnet

Nicht nur für das Ruhrgebiet ist die Kulturhauptstadt RUHR.2010 eine Marke von Bedeutung. Auch deutschlandweit hat sie es mit ihren Konzepten und Strategien zu einigem Ansehen gebracht und dient gern als Vorbild. Nun wurde diesem Umstand Gestalt verliehen, in Form des Titels Kulturmarke des Jahres 2010. Am Donnerstag Abend nahm Geschäftsführer Oliver Scheytt die Auszeichnung vor einem 600-köpfigen Publikum aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien, nicht ohne Stolz, entgegen.

Unter 105 Bewerbern aus dem deutschsprachigen Raum hat sich die RUHR.2010 GmbH als beste Kulturmarke 2010 herauskristallisiert. In diesem Wettbewerb ging es vor allem um die erfolgreichste Marketingstrategie, die engagierte Kulturvermittlung und die kreativste Investitionform im Kulturbereich. Die 18-köpfige Jury wählte den Gewinner unter den eingegangenen Vorschlägen auch aufgrund von Kriterien wie Markenidentität, Markenerscheinung und Markenkompetenz.

causales

Als Kulturhauptstadt RUHR.2010 hat sich das Ruhrgebiet bisher von seiner besten Seite gezeigt. Bis auf einige negative Eindrücke aus diesem Jahr, wie der Loveparade-Katastrophe im Sommer, zeigte sich das Programm als ein sehr vielfältiges, welches einen großen Teil der Revier-Bewohner und auch zahlreiche Touristen begeistern konnte. Besonders durch eine immerwährende Offenheit, dieses zeitlich so begrenzte Projekt stets zu verbessern, gelang es der RUHR.2010 GmbH, einen positiven Eindruck bei seiner Zielgruppe zu hinterlassen.

In seiner Ansprache betonte Prof. Dr. Oliver Scheytt, wie außerordentlich dankbar er dem sehr qualifizierten und hoch motivierten Team von RUHR.2010 ist. „Entscheidend für unseren Erfolg war, dass wir so viele Partner aus der Kulturszene, in den Städten, in Wirtschaft und Bürgerschaft, für Europas neue Kulturmetropole RUHR motivieren konnten“ bemerkte er.

Datum: 29.10.2010	Ruhrportal.de
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the homepage of ruhr-guide.de. At the top is a navigation bar with links for HOME, FREIZEIT, KULTUR, AUSGEHEN, RUHRSTADT, and TOURISMUS. Below the navigation bar are several article teasers. The main article is titled 'Kulturmarke des Jahres' and is dated 29.10.2010. The text of the article is visible in the screenshot.

Kulturmarke des Jahres

News vom 29.10.2010 - Berlin/Metropole Ruhr (idr). Die Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 ist "Kulturmarke des Jahres". Der Kulturmarken-Award wurde gestern Abend in Berlin RUHR.2010-Geschäftsführer Dr. Oliver Scheytt überreicht. Ausgezeichnet wurde die Kulturhauptstadt für die identitätsstiftende Markenentwicklung, die außergewöhnliche Markenführung und die Etablierung einer beispielhaften Kulturmarke.

105 Bewerber aus dem gesamten deutschsprachigen Raum hatten sich um den Preis beworben. Veranstalter des Wettbewerbs ist die Berliner Agentur Causales.

Datum: 29.10.2010	Ruhr-guide.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Frankfurt-live.com

Frankfurter Sparkasse 1822

- Archiv 2010
- Kultur (Frankfurt)
- Kultur (Rhein-Main)
- Kultur (Strefflichter)
- Rhein-Main aktuell
- Reisen
- gesund + vital
- Lifestyle
- Gesellschaft
- Wirtschaft
- Frankfurter Stadtteile
- MTK News
- Aufgeblättert
- Angeklickt
- Archiv 2009
- Archiv 2008
- Archiv 2007
- Archiv 2006

Artikel suchen

Suchen nach:

Kultur (Strefflichter)



RUHR.2010 ist „Kulturmarke des Jahres“ Auszeichnung für identitätsstiftende Markenentwicklung

(29.10.10) Die Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 wurde gestern Abend im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als „Kulturmarke des Jahres 2010“ geehrt. Vor über 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, den Preis entgegen. Ausgezeichnet wurde RUHR.2010 für die identitätsstiftende Markenentwicklung, die außergewöhnliche Markenführung und die Etablierung einer beispielhaften Kulturmarke. Veranstalter ist die Agentur Causales mit Unterstützung der Deutschen Post DHL, des ZEIT Verlages und des Tagesspiegel.

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

„Wir sind stolz auf die tolle Auszeichnung ‚Kulturmarke des Jahres‘. Damit wird ein langer und intensiver Weg belohnt. Außerordentlich dankbar bin ich dem sehr qualifizierten und hoch motivierten Team von RUHR.2010. Entscheidend für unseren Erfolg war, dass wir so viele Partner aus der Kulturszene, in den Städten, in Wirtschaft und Bürgerschaft, für Europas neue Kulturmetropole RUHR motivieren konnten“, sagte Scheytt bei der Preisverleihung.

Jede Vision braucht Menschen, die an sie glauben. RUHR.2010 dankt ihren Hauptsponsoren: Deutsche Bahn AG, E.ON Ruhrgas AG, HANIEL, RWE AG, Sparkassen-Finanzgruppe. (hbh)

Datum: 29.10.2010

Frankfurt-live.com

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

01.11.10 06:34 VOR ÜBER 600 GELADENEN GÄSTEN
Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden in Berlin geehrt - RUHR.2010 ist "Kulturmarke des Jahres 2010"

Von: Hans-Conrad Walter

Berlin (ots) - Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als "Kulturmarke des Jahres 2010" geehrt. Vor über 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, den Preis entgegen.

Außerdem wurde der Kulturpalast Hamburg mit seinem Projekt HipHop Academy als "Trendmarke des Jahres 2010" ausgezeichnet. Silke Fischer, Direktorin des Deutschen Zentrums für Märchenkultur - MÄRCHENLAND e.V. bekam die Auszeichnung "Kulturmanagerin des Jahres 2010" verliehen.

In den erstmalig ausgeschriebenen Kategorien "Kulturinvestor des Jahres 2010" und "Stadtmarke des Jahres 2010" empfangen das Schweizer Unternehmen Migros und die Hameln Tourismus und Marketing GmbH die Marketingpreise. Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL, des ZEIT Verlages und des Tagesspiegel.

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

"Wir sind stolz auf die tolle Auszeichnung "Kulturmarke des Jahres". Damit wird ein langer und intensiver Weg belohnt. Außerordentlich dankbar bin ich dem sehr qualifizierten und hoch motivierten Team von RUHR.2010.

Entscheidend für unseren Erfolg war, dass wir so viele Partner aus der Kulturszene, in den Städten, in Wirtschaft und Bürgerschaft, für Europas neue Kulturmetropole RUHR motivieren konnten." so Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, anlässlich der Preisverleihung.

Datum: 01.11.2010

Gesellschaft der Freunde der Künste.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

BACKSPIN ONLINE

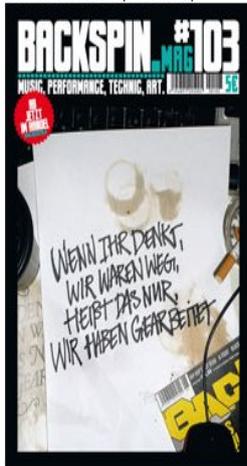


Search ...

HOME BACKSPIN FM BACKSPIN TV GAMES GEWINNE INTERVIEWS MAGAZIN MEDIA NEWS REVIEWS STYLE TECHNIK

The Return of The Mag

Das neue Magazin ist da! Erhältlich am Bahnhofskiosk oder direkt hier Online bestellen (inkl. Porto):



News: Hip-Hop-Academy zur Trendmarke 2010 gewählt

Written by Simon on 02 November 2010

Das Hamburger Projekt „Hip-Hop-Academy“, das jungen Talenten ein vierstufiges Ausbildungsprogramm in sieben Hip-Hop-Sparten unter professioneller Leitung bietet, ist zur offiziellen Trendmarke 2010 gewählt worden. Die Ehrung wurde am 28. Oktober 2010 im Rahmen der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt als vorgenommen.



Grund der Auszeichnung war die innovative Marketingarbeit und die Kreativität der Markeninszenierung, die Geschäftsführerin Dörte Inselmann und ihr Team des Kultur-Palast-Hamburg erarbeitet haben. Dörte Inselmann äußerte sich über die Auszeichnung der Hip-Hop-Academy wie folgt: „Wie es scheint, überzeugt das bislang einmalige Ausbildungsprogramm der Hip-Hop-Academy nicht nur jugendliche Hip-Hop-Talente aus Hamburg. Die Auszeichnung als „Trendmarke des Jahres“ zeigt uns, dass sich die Hip-Hop-Academy Hamburg mittlerweile als eine deutschlandweit bekannte Marke etabliert hat, die für Qualität und innovative Ideen steht und eine erfolgreiche Talentförderung mit einer nachhaltigen sozialen Verantwortung verbindet.“

BACKSPIN gratuliert der Hip-Hop-Academy-Hamburg und hofft auf weitere interessante Projekte zum Thema Hip-Hop.



Datum: 02.11.2010

Backspin.online

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

PRESSEFOYER

BREGENZER FESTSPIELE



Ruhr.2010 neue "Kulturmarke des Jahres"



Europäische Kulturhauptstadt folgt auf Bregenzer Festspiele - Salzburger Festspiele und Passionsspiele Oberammergau unter den Bewerbern



Luftaufnahme Aida vorne
weitere Infos

© andereart



Berlin/Essen, 28.10.10. Die europäische Kulturhauptstadt im Ruhrgebiet 2010 soll heute Abend in Berlin als "Kulturmarke des Jahres" ausgezeichnet werden. Das Kulturhauptstadtprogramm folgt damit auf die Bregenzer Festspiele, die 2009 den Titel erhalten haben. Ausgezeichnet würden die "identitätsstiftende Markenentwicklung" und die "außergewöhnliche Markenführung", informierte heute die Austria Presseagentur unter Verweis auf eine Aussendung der Ruhr.2010 (Sperrfrist heute, 28.10.10, 20:00 Uhr).

In diesem Jahr hatten sich 105 Institutionen beworben, darunter das Rundfunk Sinfonieorchester Berlin, die Salzburger Festspiele und die Passionsspiele Oberammergau. Die renommierte Auszeichnung wird von der Berliner Agentur "Causales" vergeben in Kooperation unter anderem mit der Wochenzeitung "Die Zeit" und soll heute Abend auf der Berliner Zeltbühne "Tipi am Kanzleramt" überreicht werden.

Datum: 28.10.2010

Presse.bregenzerfestspiele.com

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Classissima | Meine Klassik

Willkommen

[Erster Besuch?](#)
[Mitglied werden](#)
[Newsletter](#)

Identification

E-Mail Adresse

Kennwort
 Angemeldet bleiben?

[Passwort vergessen?](#)

Weiterempfehlen

[Classissima empfehle](#)
[Gästebuch](#)
[Banner](#)

Google-Anzeigen

[Herzinfarkt Vorwarnung](#)
Einer von Dreien stirbt, bevor er ins Krankenhaus kommt.
[www.HerzProbleme.de](#)

[Konzerttickets Berlin](#)
Erlebe Konzerte in Berlin & spare beim Ticketkauf bis zu 70%!
[www.GROUPON.de/_Konzerttik](#)

[HOME](#) [AKTUELLES](#) [VIDEOS](#) [IM NETZ](#) [FAQ](#)

> Täglich alle Berichte aus allgemeiner und fachspezifischer Presse und Medien

Die besten und aktuellsten Informationsquellen
classissima

AKTUELLES

[[Alle Neuigkeiten...](#) | [Suchen](#) | [Neue Informationsquelle hinzufügen](#) | [FAQ](#)]

02. November - Crescendo

RUHR.2010 ist „Kulturmarke des Jahres 2010“

Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 28. Oktober in Berlin geehrt. Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als „Kulturmarke des Jahres 2010“ geehrt. Vor über 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, den Preis entgegen. Außerdem wurde der Kulturpalast Hamburg mit seinem Projekt HipHop Academy als „Trendmarke des Jahres 2010“ ausgezeichnet. Silke Fischer, Direktorin des Deutsches Zentrums für Märchenkultur – MÄRCHENLAND e.V. bekam die Auszeichnung „Kulturmanagerin des Jahres 2010“ verliehen. In den erstmalig ausgeschriebenen Kategorien

RUHR.2010 ist „Kulturmarke des Jahres 2010“

Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 28. Oktober in Berlin geehrt. Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als „Kulturmarke des Jahres 2010“ geehrt. Vor über 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, den Preis entgegen. Außerdem wurde der Kulturpalast Hamburg mit seinem Projekt HipHop Academy als „Trendmarke des Jahres 2010“ ausgezeichnet. Silke Fischer, Direktorin des Deutsches Zentrums für Märchenkultur – MÄRCHENLAND e.V. bekam die Auszeichnung „Kulturmanagerin des Jahres 2010“ verliehen. In den erstmalig ausgeschriebenen Kategorien „Kulturinvestor des Jahres 2010“ und „Stadtmarke des Jahres 2010“ empfangen der private Schweizer Kulturförderer Migros-Kulturprozent und die Hameln Tourismus und Marketing GmbH die Marketingpreise. Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL, des ZEIT Verlages und des Tagesspiegel. 105 Bewerber aus dem gesamten deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die erfolgreichste Marketingstra-

causales

ategie, den engagiertesten Kulturvermittler und die kreativste 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. „Wir sind stolz auf die tolle Auszeichnung „Kulturmarke des Jahres“. Damit wird ein langer und intensiver Weg belohnt. Außerordentlich dankbar bin ich dem sehr qualifizierten und hoch motivierten Team von RUHR.2010. Entscheidend für unseren Erfolg war, dass wir so viele Partner aus der Kulturszene, in den Städten, in Wirtschaft und Bürgerschaft, für Europas neue Kulturmetropole RUHR motivieren konnten.“ so Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, anlässlich der Preisverleihung. Weitere Informationen finden Sie unter www.kulturmarken.de

Datum: 02.11.2010	Classissima.de
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

DESTINET.DE - DESTINATIONS-MANAGEMENT, TOURISMUSBERATUNG, ATTRAKTIONEN - RUHR 2010 IST "KULTURMARKE DES JAHRES 2010"

DESTINATIONEN - ATTRAKTIONEN - TOURISMUSBERATUNG

Home
Meldungen
Jobs
Berater
Delphi
Wissen
Akademie
Newsletter
Shop
Über uns
Archiv
A+
A-
R

RUHR.2010 ist "Kulturmarke des Jahres 2010"

Dienstag, den 02. November 2010 um 08:17 Uhr +++

Wenig überraschend wurde die Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 zur "Kulturmarke des Jahres 2010" gekürt.

RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als "Kulturmarke des Jahres 2010" geehrt. Vor rund 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, den Preis entgegen. Außerdem wurde der Kulturpalast Hamburg mit seinem Projekt HipHop Academy als "Trendmarke des Jahres 2010" ausgezeichnet. Silke Fischer, Direktorin des Deutschen Zentrums für Märchenkultur - MÄRCHENLAND e.V. bekam die Auszeichnung "Kulturmanagerin des Jahres 2010" verliehen. In den erstmalig ausgeschriebenen Kategorien "Kulturinvestor des Jahres 2010" und "Stadtmarke des Jahres 2010" empfingen der private Schweizer Kulturförderer Migros-Kulturprozent und die Hameln Tourismus und Marketing GmbH die Marketingpreise.

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

www.causales.de

ARCHIV

Die **CULTURE LOUNGE ITB 2011** unterstützt das Ressort und die Redaktion "Städte- & Kulturtourismus".

IHRE TWEETS MIT DEM HASHTAG #DESTINET ERSCHEINEN HIER!

Destinet TwitterTicker

DestiNews • Leise kriselt der Schnee: Österreichs Ski-Tourismus muss sich neu erfinden • Unternehmen <http://t.co/GfnDoGI>
6 hours ago

IHK_Tourismus EU-Commission welcomes recovery in the European tourism sector. #Tourismus #destinet <http://viigo.im/SruF>
40 minutes ago

Datum: 02.11.2010	Destinet.de
Auflage: -	Kontakt: -

45