

Bis zum 7.9.2020 bewerben!

Apply by 7 September 2020! [www.cultural-brands.com](http://www.cultural-brands.com)

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

Veranstalter\*in

causales®

# 15. KULTUR *European Cultural Brand Award* MARKEN *Europe's most advanced cultural award* AWARD Europas avanciertester Kulturpreis

Hauptfördernde

Premiumpartner\*innen



Gefördert durch die  
Landeshauptstadt  
Potsdam



Bayer/Kultur



TAGESSPIEGEL

kulturplakatiprung



arte  
MAGAZIN

think  
green



**Kulturmanager,  
Causales -  
Mastermind**

Als im Jahr 2006 der erste Wettbewerb um die erfolgreichste Kulturmarke in Deutschland mit einer öffentlichen Online-Umfrage mit 14.000 Votings startete, hat wohl niemand geahnt, dass der mittlerweile „europäische“ Kulturmarken-Award nur 15 Jahre später als der avancierteste Kulturpreis in Europa gehandelt wird. Seit seiner Geburtsstunde hat sich der unabhängige Wettbewerb jährlich weiterentwickelt, neue Kategorien aufgenommen und bestehende modifiziert, um den Kulturmarkt zu stimulieren, das enorme kulturelle Potenzial sichtbar zu machen und sowohl Kreativität als auch dynamische Kulturprojekte und außergewöhnliche Persönlichkeiten auszuzeichnen.

Dabei ist innovatives Kulturmanagement in jeder der acht Kategorien die Grundlage für die hochkarätigen Auszeichnungen. Kulturpolitische Haltung, innovative Programmatik, identitätsbasierte Markenentwicklung, ästhetische und effiziente Markenpflege sind zudem wichtige Elemente der Jurybewertung. Darüber hinaus werden Trends im Kulturtourismus, der Stadtkultur, der kulturellen Bildung sowie die Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen ausgezeichnet.

Einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg des Wettbewerbes trägt die engagierte 40-köpfige Expert\*innenjury, die unter der innovativen Führung des Jurypräsidenten Dr. Hagen W. Lippe-Weißfeld in acht Fachjurs in einem mehrstufigen Verfahren aus den Bewerbungen die Nominierten und Preisträger\*innen auswählt. Einmalig ist das Netzwerk aus 50 Partner\*innen und

Sponsor\*innen, die die jährliche Finanzierung gewährleisten. Dank des herausragenden Engagements von Jury und Partner\*innen konnte der Europäische Kulturmarken-Award in den letzten vierzehn Jahren mit der Vergabe von 79 Awards an Institutionen und Unternehmen sowie an 18 herausragende Kulturmanager\*innen wesentliche Impulse für den europäischen Kulturmarkt setzen.

**Im Jubiläumsjahr wollen wir wieder Neues wagen und auf die aktuellen gesellschaftlichen Notwendigkeiten innerhalb des Klimawandels und der Verantwortung von Kulturproduzent\*innen und Kulturanbieter\*innen innerhalb des Green Deals reagieren. Gemeinsam mit der Expert\*innenjury haben wir die Ausschreibungskriterien der acht Kategorien des Europäischen Kulturmarken-Awards um das Kriterium Nachhaltigkeit erweitert. Darüber hinaus loben wir erstmalig den „Europäischen Preis für Nachhaltigkeit im Kulturmarkt“ aus und wollen mit Ihnen gemeinsam ein Zeichen für die Transformation zu nachhaltigen Kulturbetrieben und eine klimafreundliche Kulturwirtschaft setzen.**

Für alle Bewerber\*innen, Nominees und Preisträger\*innen rollen wir auf der diesjährigen Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards mit der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ am 26. November im Potsdamer Nikolausaal den roten Teppich aus und verleihen die begehrten Auricas vor 750 Entscheidungsträger\*innen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien. Als Initiator lade ich Sie herzlich bis zum **7. September 2020** zur aktiven Bewerbung ein, freue mich im Namen unserer Expert\*innenjury auf Ihre Bewerbung und natürlich auf unvergessliche Emotionen innerhalb der Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“ in der Klimastadt Potsdam! Mein besonderer Dank gilt meinen engagierten Kolleg\*innen, allen Förderer\*innen, Partnern\*innen, Juror\*innen und Mitwirkenden für Ihre großzügige Unterstützung, insbesondere dem Land Brandenburg und der Landeshauptstadt Potsdam.

# 15. Kulturmarken Award

Für ein kulturfreundliches Klima. Und eine klimafreundliche Kultur

*15th European Cultural Brand Award  
for a culture-friendly climate  
and a climate-friendly culture.*

*When the first competition for the most successful Cultural Brand Award in Germany started in 2006 with a public online survey of 14,000 votes, nobody would have guessed that the now “European” Cultural Brand Award would be traded as the most advanced cultural award in Europe only 15 years later. Since its inception, the independent competition has evolved each year, adding new categories and modifying existing ones to stimulate the cultural market, highlighting the enormous cultural potential and rewarding creativity as well as dynamic cultural projects and exceptional personalities.*

*Innovative cultural management in each of the eight categories is the basis for the top-class awards. A politico-cultural attitude, innovative programming, identity-based brand development, aesthetic and efficient brand management are also important elements of the jury's assessment. In addition, trends in cultural tourism, urban culture, cultural education and cooperation with commercial enterprises are also honored.*

*A significant contribution to the success of the competition is made by the dedicated jury of 40 experts which, under the innovative leadership of jury president Dr. Hagen W. Lippe-Weißfeld, selects the nominees and prize winners from the applications in a multistage process in eight expert juries. The network of 50 partners and sponsors is unique and guarantees the annual financing. Thanks to the outstanding commitment of the jury and partners, the European Cultural Brand Award has been able to give significant impulses to the European cultural market over the past fourteen years by presenting 79 awards to institutions and companies and 18 outstanding cultural managers.*

*In our anniversary year, we want to dare something new, and respond to the current social necessities within climate change and the responsibility of cultural producers and cultural providers within the Green Deal. Together with the jury of experts, we have added sustainability to the criteria for the eight categories of the European Cultural Brand Awards. In addition, we are offering the “European Prize for Sustainability in the Cultural Market” for the first time and want to set an example – together with you – for the transformation to sustainable cultural businesses and a climate-friendly cultural industry.*

*For all applicants, nominees and prize winners we roll out the red carpet at this year's European Cultural Brands Awards ceremony with the “Night of Cultural Brands” on 26 November in Potsdam's Nikolausaal and present the coveted Auricas in front of 750 decision-makers from culture, economy, politics and media.*

*As the initiator, I cordially invite you to actively apply by 7 September 2020. On behalf of our expert jury, I look forward to your application and, of course, to unforgettable emotions within the “Night of Cultural Brands” in the climate city of Potsdam! My special thanks go to my dedicated team, all sponsors, partners, jurors and contributors for their generous support, especially to the state of Brandenburg and the state capital Potsdam.*

Ihr Hans-Conrad Walter

Geschäftsführender Gesellschafter der Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH  
Managing Director Causales



**EU-Kommissarin  
für Innovation,  
Forschung,  
Kultur, Bildung  
und Jugend**

**„Vereint in Vielfalt“ – das Motto der Europäischen Union erinnert uns konkret wie elementar die kulturelle Vielfalt für das europäische Projekt ist. Unser Kontinent ist ein Mosaik der Vielfalt, von Jahrhunderten des Dialogs und Austausches verschiedener Nationen, Sprachen und Kulturen geformt; und innerhalb dieser Vielfalt gedieh er und entwickelte seinen einzigartigen kulturellen Reichtum.**

Wir interpretieren die Welt durch die Kultur. Je vielfältiger sie ist, desto tiefer ist das Verständnis unseres Umfelds – und was es bedeutet Mensch zu sein.

Dementsprechend ist es nur natürlich, als Union danach zu streben die Grenzen unserer Kultur zu weiten. Wir möchten erhalten – tatsächlich sogar oft wiederherstellen, was unsere Vorfahren uns hinterlassen haben. Ihr Erbe, unser kulturelles Erbe ist wertvoll und inspirierend. Auf der anderen Seite sind wir keine passiven Empfänger dieses Erbes. Wir machen es uns zu eigen, durch innovative Ansätze und kritisches Denken. Wir bauen darauf auf, um es dynamisch zu gestalten, als lebendige Bibliotheken des menschlichen Ausdrucks – nicht nur mit neuer Kunst, sondern auch mit neuen Kunstformen, neuer Praxis und neuem Vokabular, damit wir alle unter der Vielfalt geeint leben können.

Um diese lebendige Bibliothek zu pflegen, bedarf es der Pflege derjenigen, die sie schreiben. Musik, Literatur, Schauspiel, Architektur und Mode – kulturelle und kreative Sektoren interagieren und entwickeln sich konstant. Deren Interaktion

kreiert ein mächtiges Ökosystem, in welchem sich Künstler\*innen gegenseitig inspirieren, das Andersdenken und die Innovation fördern und gemeinsam kreativ sind.

Der 15. Europäische Kulturmarken-Award tut ebendies. Er pflegt den kulturellen Transfer zwischen einigen der kreativsten Personen die wir haben, indem er zur Innovation verhilft. Events wie solche helfen uns ein Ökosystem zu entwickeln, das Künstler\*innen sowie kulturelle und kreative Experten unterstützt; und dabei unsere Bibliothek des Europäischen Inhalts bereichert.

Ich bin sicher, dass während dieser schweren Zeit, in der der kulturelle und kreative Sektor beginnt sich von der Covid-19-Krise zu erholen, Ihre Leidenschaft und Arbeit die Lösungen hervorhebt und für unser kulturelles Milieu neue Impulse schafft. Millionen von Europäer\*innen auf dem ganzen Kontinent werden von Ihren Ideen und innovativen Initiativen inspiriert sein!

Durch die Arbeit von unserem kulturellen und kreativen Sektor sind wir Herausforderungen immer wieder mit Kreativität und Selbstbewusstsein begegnet. Lassen Sie uns fest verwurzelte Muster überdenken und auf dem Potential der Kultur aufbauen – für einen Neuanfang in einer nachhaltigen Zukunft!

**“United in Diversity” – the motto of the European Union is straightforward in reminding us how crucial cultural diversity is for the European project. Our continent is a mosaic of diversity shaped by centuries of dialogue and exchanges between different nations, languages and cultures and in this diversity it thrived and developed its unique cultural richness.**

*It is through culture that we interpret the world. The more diverse it is, the greater the depth of our understanding of what surrounds us – of what it means to be human.*

*So it is only natural that, as a Union, we strive to broaden the limits of our culture. We want to preserve – indeed often even to restore, what was left by our ancestors. Their inheritance, our cultural heritage, is precious and inspiring. On the other hand, we are not passive recipients of this heritage. We make it our own, through innovative approaches and critical thinking. We build upon it to make it a dynamic, living library of human expression – not just with new art, but with new art forms, new practices, new vocabularies, so that we can all live united in diversity.*

*To foster this living library, we need to foster those that write it. Music, literature, the performing arts, architecture, fashion – cultural and creative sectors interact and constantly evolve. Their interaction creates powerful ecosystems where artists can inspire each other, think different, innovate and create together.*

*The 15th European Cultural Brand Awards does precisely this. It fosters cultural transfers between some of the most creative people*

*we have, helping them innovate. Events like this truly help us develop an ecosystem supporting artists, cultural and creative professionals, and enriching our library of European content.*

*I trust that, during this difficult time, as the cultural and creative sectors start to recover from the COVID-19 crisis, your passion and work will highlight solutions and bring a new impetus to our cultural milieu. Millions of Europeans around our continent will be inspired by your ideas and innovative initiatives.*

*It is because of the work of our cultural and creative sectors that we have, time and time again, faced challenges with creativity and confidence. Let us reassess entrenched patterns and build on the potential of culture – for a new start into a sustainable future!*

Ihre Mariya Gabriel

EU-Kommissarin für Innovation, Forschung, Kultur, Bildung und Jugend  
EU Commissioner for Innovation, Research, Culture, Education and Youth



**Staatsministerin  
für Internationale  
Kulturpolitik  
im Auswärtigen Amt**

**Das chinesische Schriftzeichen für Krise besteht aus zwei Symbolen: Gefahr und Chance. Die Gefahren der aktuellen Corona-Krise haben wir in den letzten Wochen gesehen. Jetzt ist es Zeit für die Chancen. Für mich sind dabei zwei Aspekte besonders wichtig: Nachhaltigkeit und Europa.**

Corona hat uns gezeigt, dass wir globale Herausforderungen nur gemeinsam bewältigen können. Weder eine Pandemie noch der Klimawandel kennt Grenzen oder Nationalitäten. Wir müssen die Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung gemeinsam legen. Und gemeinsam heißt: als internationale Gemeinschaft, als Zivilgesellschaft, als Wissenschaft und Kultur.

Gerade Kultur kann und muss ein Motor der Veränderung hin zu einer nachhaltigen Gesellschaft sein. Denn die Transformation in eine Nachhaltigkeitsgesellschaft ist am Ende vor allem eins: ein kulturelles Projekt der Selbstveränderung. Daher braucht es noch mehr internationalen Kulturaustausch. Es braucht das gemeinsame Nachdenken, aber auch das gemeinsame Handeln.

Erfolgreich können wir dabei nur als Europäer\*innen sein. In einer Welt, in der Multilateralismus und internationale Zusammenarbeit zunehmend unter Druck geraten, hat Europa eine Verantwortung, sich international für ein friedliches Miteinander einzusetzen. Daher müssen wir Europa stärken. Und das heißt zunächst: den Zusammenhalt innerhalb Europas stärken.

Das hat die Corona-Krise uns noch einmal verdeutlicht. Wir brauchen ein gemeinsames Verständnis für Europa und das Bewusstsein geteilter Verantwortung für die Zukunft. Auf Sie kommt es dabei besonders an: auf europäische Künstlerinnen und Künstler, Kreative und Kulturschaffende, Kulturmanager\*innen und -vermittler\*innen; auf Ihre Ideen und Impulse, auf Ihre europäischen Netzwerke und Ihr Engagement!

Ich bin überzeugt: Nach Corona brauchen wir beides: einen Green Deal für einen nachhaltigen und ökologischen wirtschaftlichen Wiederaufbau und einen Cultural Deal für einen gemeinsamen europäischen Raum der Öffentlichkeit und Kultur.

Wenn wir jetzt die Weichen richtig stellen, kann es uns gelingen, dass Corona einmal vor allem als eines in Erinnerung bleibt: als Symbol für eine genutzte Chance.

**The Chinese character for crisis consists of two symbols: danger (wei) and opportunity (ji). The dangers of the current Corona crisis have certainly hit close to home in recent weeks. Now it is time for the opportunities.**

*The crisis had serious consequences, especially for cultural workers. Theatres, galleries, cinemas and clubs had to close at the very beginning of the crisis and are only now very slowly reopening. For many artists, this was and is threatening their existence. Supporting culture in this difficult situation is in line with our understanding of culture and is an imperative of solidarity.*

*At the same time, the crisis has also released a lot of creative energy. For example, how culture can unfold in the digital space. Or how digitization can open up culture for new groups, making culture even more open and accessible. This is what we need to do now. If we draw the right conclusions from the crisis, we can succeed not only in repairing the damage, but in creating something new.*

*For me, two aspects are particularly important, which are also in the foreground at this year's CultureInvest! Congress and the European Cultural Brand Award: Sustainability and Europe.*

*Corona has once again clearly shown us that we can only master global challenges together. Neither a pandemic nor climate change knows borders or nationalities. We must lay the foundations for sustainable development together. "Together" in this sense means: as an international community, as a civil society, and involving our science and culture.*

*Culture, in particular, can and must be an engine of change towards a sustainable society. For the transformation to a sustainable society, one thing is ultimately needed above all: a cultural project of self-transformation. That is why more international cultural exchange is crucial. It needs joint reflection, but also joint action.*

*We can only be successful as Europeans. In a world in which multilateralism and international cooperation are put under increasing pressure, Europe has a responsibility to work internationally for peaceful coexistence. We must therefore strengthen Europe, and that means first of all: strengthening cohesion within Europe. The Corona crisis has made this clear to us once again. We need a common understanding of Europe and an awareness of shared responsibility for the future.*

*It is particularly important to you: to European artists, creative and cultural workers, cultural managers and mediators; to your ideas and impulses, to your European networks and your commitment! Europe is more than an economic community. It is a community of shared values. Its foundation is European culture and its unity in diversity.*

*I am convinced that after Corona we need both: a Green Deal for sustainable and ecological economic reconstruction, and a Cultural Deal to create a common European space of public and cultural life.*

*Let us talk about this. Preferably in Potsdam in person. If we set the right course now, we can succeed in ensuring that Corona will be remembered as one thing above all: as a symbol of a seized opportunity.*

Ihre Michelle Müntefering

Staatsministerin für Internationale Kulturpolitik im Auswärtigen Amt  
Minister of State at the Federal Foreign Office

**Der Kulturmarken-Award wurde im Jahr 2006 ins Leben gerufen und feiert 2020 sein 15. Jubiläum.**

**The Cultural Brand Award was launched in 2006 and will celebrate its 15th anniversary in 2020.**

Europäische Kulturmarke 2020

European Cultural Brand 2020

Europäische Trendmarke 2020

European Trend Brand 2020

Europäische\*r Kulturmanager\*in 2020

European Cultural Manager 2020

Europäische\*r Kulturinvestor\*in 2020

European Cultural Investor 2020

Europäisches Bildungsprogramm 2020

European Education Program 2020

Europäische Kulturtourismusrregion 2020

European Cultural Tourism Region 2020

Europäischer Preis für Stadtkultur 2020

European Prize for Urban Culture 2020

Europäischer Preis für Nachhaltigkeit im Kulturmarkt 2020

European Prize for Sustainability in the Cultural Market 2020

**Bewerben Sie sich bis zum / Apply by  
7. September 2020!**



**Vorstand  
Kulturpolitische  
Gesellschaft e.V.**

**Unzählige Kulturpreise ehren erfolgreiches künstlerisches und publizistisches Schaffen und sind damit ein unentbehrliches Element der Förderung und Ermöglichung von Kunst und Kulturvermittlung einerseits und für die Preisträger\*innen eine hervorragende Kommunikationsmöglichkeit andererseits, die zugleich angemessene Aufmerksamkeit und Würdigung verschaffen. In Deutschland wird die Zahl seit 1978 im Handbuch der Kulturpreise erfasst, die Zahl der regelmäßig vergebenden Kulturpreise liegt im Jahr 2020 bei über 2.500. Die Anzahl steigt stetig von Jahr zu Jahr und einige Kritiker\*innen sprechen bereits von Inflation und Banalisierung ...**

Im letzten Jahr wurde ich selbst nach langjähriger Tätigkeit als Juror des Europäischen Kulturmarken-Awards von meinen Jurykolleg\*innen als Präsident dieses hoch geachteten Wettbewerbs gewählt. Doch was ist eigentlich das Besondere an diesem Award und unterscheidet ihn von anderen Wettbewerben? Wie hat es der Europäische Kulturmarken-Award innerhalb von 15 Jahren geschafft, nicht nur in Deutschland, sondern in ganz Europa als der avancierteste Kulturpreis gehandelt zu werden?

Über die Preisverleihung der letzten Jahre fand ich in der Presse überzeugende Argumente dafür: „Anarchie in ihrer kulturiertesten Form“ titelte vor zwei Jahren die Süddeutsche, von der „Preisverleihung der Kultur-Oskars“ schrieb die Neue Westfälische und von „Hollywood-Duft“ berichtete Crescendo. Das Faszinierende an diesem Erfolg ist, dass es sich der Europäische Kulturmarken-Award zur Aufgabe gemacht hat, das enorme

Potential des gesamten europäischen Kulturmarktes sehr tiefgründig und doch so herrlich unkonventionell sichtbar zu machen sowie Kreativität, Kultur, Wirtschaft, Tourismus, Bildung und Nachhaltigkeit innerhalb eines faszinierenden und zukunftsorientierten Marktes zusammenzudenken und diejenigen auszuzeichnen, die die Rahmenbedingungen dafür schaffen und diesen Markt steuern: Die unzähligen Kulturmanager\*innen in Europa, deren Berufsbild und unermüdliches Engagement damit in unserer Gesellschaft enorm gestärkt wurde.

Mit der Auszeichnung dynamischer Kulturprojekte stimuliert der Europäische Kulturmarken-Award die Kreativität der unzähligen Kulturmanager\*innen, lebendig zu denken und Neues zu wagen, über den eigenen Tellerrand hinaus zu schauen und mit den eingereichten Projekten Trends im europäischen Kulturmarkt zu setzen, die den Markt und unsere Gesellschaft verändern. Dieser Wettbewerb fördert zugleich Vielfalt, Kreativität und Managementfähigkeiten als unerschöpfliche Energiequelle kultureller Entwicklung. Darüber hinaus fördert er herausragendes Marketing, identitätsbasierte Markenführung und effiziente Markenpflege im Kulturbereich als eine Kunstform des 21. Jahrhunderts, die das Publikum zu den unzähligen Kulturanbieter\*innen lockt. Und da das Herz erfolgreicher Kulturmarken ohne eine weltoffene, ästhetische Haltung nicht so richtig schlagen will, ist der Europäische Kulturmarken-Award auch politisch, kulturpolitisch.

Sie können sich vorstellen, wie ich mich als Jurypräsident auf den Jubiläumsjahrgang und Ihre Bewerbungen freue. Denn Europas avanciertester Kulturpreis ist nicht der Olymp für Bewährtes, sondern der Humus, auf dem Ihre Ideen wachsen und Ihre innovativen Projekte sichtbar werden. Meinen besonderen Dank möchte ich gern an das Causales-Kollegium um den Kulturmanager Hans-Conrad Walter richten, der diesen Wettbewerb ins Leben gerufen hat und seit 15 Jahren mit seinen stets neuen Ideen weiterentwickelt. Bedanken möchte ich mich auch bei meinen Jurykolleg\*innen, die jährlich in einer intensiven, lebendigen und mitunter kontroversen fachlichen Reflexion die

richtigen Entscheidungen fällen. Dem diesjährigen Wettbewerb wünsche ich viele preiswürdige Einsendungen und eine unvergessliche Preisverleihung in der „Night of Cultural Brands“ im Nikolausaal Potsdam.

**Innumerable cultural awards honor successful artistic and journalistic work and are thus an indispensable element in promoting and enabling art and cultural mediation on the one hand and an excellent means of communication for the award winners on the other hand; which at the same time provide appropriate attention and appreciation. In Germany, the number has been recorded in the Handbook of Cultural Prizes since 1978, and the number of regularly awarded cultural prizes will exceed 2,500 in 2020. The number is constantly increasing from year to year and some critics are already talking about inflation and trivialization ...**

*Last year, after many years as a juror for the European Cultural Brand Award, I was elected by my fellow jurors as president of this highly respected competition. But what is actually so special about this award and distinguishes it from other competitions? How has the European Culture Brand Award managed to become the most advanced cultural prize not only in Germany but in the whole of Europe within 15 years?*

*Two years ago, the Süddeutsche newspaper published the title "Anarchy in its Fourth Form of Culture", the Neue Westfälische newspaper wrote about the "Culture Oscars" and Crescendo magazine reported on the "Hollywood scent". The fascinating thing about this success is that the European Culture Brands Award has made it its task to make the enormous potential of the entire European culture market very profoundly and yet so wonderfully unconventionally visible, as well as to bring together creativity, culture, business, tourism, education and sustainability. Within a fascinating and future-oriented market, the prize honors those who create the framework conditions for this and control this market: The countless cultural managers in Europe, whose professional profile and untiring commitment has thus been enormously strengthened in our society.*

*By honoring dynamic cultural projects, the European Cultural Brands Award stimulates the creativity of cultural managers to think in a lively way and dare to try something new, to look beyond their own horizons and to set trends in the European cultural market with the projects submitted, which change the market and our society. This competition also promotes diversity, creativity and management skills as an inexhaustible source of energy for cultural development. In addition, it promotes outstanding marketing, identity-based brand management and efficient brand management in the cultural sector as an art form of the 21st century, that attracts audiences to the countless cultural providers. And since the heart of successful cultural brands does not really want to beat without a cosmopolitan aesthetic attitude, the European Cultural Brand Award is also political, cultural-political.*

*You can imagine how I, as president of the jury, look forward to the anniversary year and your applications. Because Europe's most advanced cultural prize is not the Olympus for the tried and tested, but the humus on which your ideas grow and your innovative projects become visible. I would like to express my special thanks to the Causales team around the Cultural Manager Hans-Conrad Walter, who initiated this competition and has been developing it further with his ever new ideas for 15 years. I would also like to thank my colleagues on the jury, who make the right decisions every year in an intensive, lively and sometimes controversial professional reflection. I wish this year's competition many prize-worthy entries and an unforgettable award ceremony at the "Night of Cultural Brands" in the Nikolausaal Potsdam.*

Ihr Dr. Hagen W. Lippe-Weißfeld

Vorstand in der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.,  
Jurypräsident des Europäischen Kulturmarken-Awards  
Member of the Board Kulturpolitische Gesellschaft e.V.,  
Jury President of the European Cultural Brand Awards

# Die Expert\*innenjury 2020

Eine namhafte Jury aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und führenden Fachmedien wählt am 25. September 2020 in Potsdam unter dem Vorsitz von Dr. Hagen W. Lippe-Weißenfeld die Nominierten und Preisträger\*innen der 15. Europäischen Kulturmarken-Awards. Die Preisträger\*innen werden am 26. November 2020 innerhalb der Preisverleihung auf der „Night of Cultural Brands“ im Nikolaisaal Potsdam geehrt.

*A renowned jury from the fields of culture, science, business and leading specialist media will select the nominees and winners of the 15th European Cultural Brand Awards on 25 September 2020 in Potsdam under the chairmanship of Dr. Hagen W. Lippe-Weißenfeld. The winners will be honored on 26 November 2020 during the award ceremony at the "Night of Cultural Brands" in the Nikolaisaal Potsdam.*



**Max Arnold neu**  
Geschäftsführer ARNOLD group  
Managing Director ARNOLD group



**Norbert Käthler neu**  
2. Vorsitzender der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Geschäftsführer Trier Tourismus und Marketing GmbH, Vice Chairman of the federal government association City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Managing Director Trier Tourismus und Marketing GmbH



**Ulrich Pösselt neu**  
Medienunternehmer und Geschäftsführer Hauptstadt TV GmbH  
Media entrepreneur and Managing Director Hauptstadt TV GmbH



**Philipp Berens**  
Projektmanagement ARTE Magazin/Berliner Wirtschaft, Projectmanagement, ARTE Magazin/Berliner Wirtschaft



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



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



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



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



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



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



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



**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



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



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



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



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



**Thomas Helfrich**  
Bayer AG, Leitung Corporate Positioning  
Head of Corporate Positioning



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



**Prof. Dr. Oliver Scheytt**  
Juryvorsitz, Inhaber KULTUREXPerten Dr. Scheytt GmbH, Geschäftsführer KULTURPERSONAL GmbH,  
Jury Foreman, Holder KULTUREXPerten Dr. Scheytt GmbH, Managing Director of KULTUR-PERSONAL GmbH



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



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



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



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



**Frank Hohn**  
Vorstandsvorsitzender der Hoffmann Stiftung



**Bernd Fesel**  
Stellv. Direktor ecce, european centre for creative economy  
Deputy Director ecce, european centre for creative economy



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



**Günter Jeschonnek**  
Regisseur  
Director



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



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



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



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



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



**Gräfin Dorothee von Posadowsky**  
Leiterin Kunst und Kultur E.ON SE  
Head of Arts & Culture E.ON SE



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



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



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



**Alexander Branczyk**  
Gründer und Inhaber von czyk Labor  
Founder and Owner czyk Labor



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



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



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



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



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



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

# EUROPÄISCHE KULTURMARKE 2020 EUROPEAN CULTURAL BRAND 2020



**Sie positionieren sich als Flaggschiffe, Leuchttürme oder Experimentierlaboratorien sowie als gesellschaftliche und ökonomische Impulsgeber\*innen im Kunst- und Kulturbetrieb.** Mit wegweisenden Marketingkonzepten, individuellen Markenwerten und professionellen Sponsoringangeboten bieten Kulturmarken für Wirtschaftsunternehmen einmalige Investitionsmöglichkeiten. Bewerben Sie sich als Kulturanbieter\*in um den begehrten Titel „Europäische Kulturmarke des Jahres“, der bereits zum 15. Mal an Kulturanbieter\*innen verliehen wird, die mit einer exzellenten Strategie eine starke Marke etabliert haben und eine innovative Markenpflege betreiben.

## Bewertungskriterien der Jury

- \_Markenidentität: inhaltliche Konsequenz der Marke in Philosophie, Werten und Visionen
- \_Markenpositionierung: Alleinstellungsmerkmal der Marke und der Markenkommunikation
- \_Markenerscheinung: Corporate Design und emotionale Inszenierung der Kulturmarke
- \_Markenmanagement: konsequente und nachhaltige Markenführung
- \_Nachhaltigkeit: Implementierung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien (wünschenswert)

**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 15th time to cultural providers that have established a strong brand based on an outstanding strategy, pursuing an innovative brand management.

## 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.
- \_Sustainability: implementation of economic, ecological and social criteria (desirable)

2006      2007      2008      2009      2010      2011      2012      2013      2014      2015      2016      2017      2018      2019



GUGGENHEIM BILBAO



## Wer kann sich in dieser Kategorie bewerben?

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

- \_Öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter\*innen und -projekte sämtlicher Kultursparten
- \_Privatwirtschaftliche Unternehmen, die Kulturprojekte initiiert haben
- \_Agenturen und Dienstleister\*innen, die Kulturanbieter\*innen 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



## Kategorie-Partnerin

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. Arts and Culture ist ein Kulturformat im englischsprachigen news-Kanal der DW. Die 13-minütige Sendung berichtet fünfmal pro Woche über die wichtigsten Filmfestivals, hochkarätige Ausstellungen, internationale Pop-Ikonen, neue Welterbestätten und viele andere Themen aus der Welt der Kultur.

## 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. Arts and Culture is a 13-minute show in English language. The show reports on the most important film festivals, world-class exhibitions, new World Heritage sites, and international pop stars. Its focus is on exciting cultural events in Germany, Europe, and around the world.

EUROPÄISCHE TRENDMARKE 2020

EUROPEAN TREND BRAND 2020



**Trends markieren Veränderungen, die uns bereits prägen und noch lange prägen werden. Als Tiefenströmungen des Wandels zeugen sie in der Wirtschaft von einer nachhaltigen Markenentwicklung.** In der Kategorie „Europäische Trendmarke des Jahres“ werden Visionen, besonderer Mut und Innovationen im Kulturmarketing und in der Kulturkommunikation ausgezeichnet. Bewerben Sie sich mit Ihren Utopien, verändernden Ideen, spannenden Kampagnen oder ihren zukunftsweisenden Kulturprojekten, die den europäischen Kulturmarkt mit neuen Impulsen stimulieren und damit die Gesellschaft nachhaltig verändern!

#### 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
- \_ Nachhaltigkeit: Implementierung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien (wünschenswert)

**Trends mark changes that already shape us and will continue to do so for a long time to come. As deep currents of change, they bear witness to sustainable brand development in business.**

*In the category "European Trend Brand of the Year" visions, particular courage and innovations in cultural marketing and cultural communication will be awarded. Apply with your utopias, changing ideas, exciting campaigns or your future-oriented cultural projects that stimulate the European cultural market with new impulses and thus change society in the long term!*

#### 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
- \_ Sustainability: implementation of economic, ecological and social criteria (desirable)

## Wer kann sich in dieser Kategorie bewerben?

Unabhängig von lokaler, regionaler, nationaler oder internationaler Ausrichtung können sich alle Kulturanbieter\*innen jeder Größe bewerben, die bis zu drei Jahren am Markt geführt werden. Dazu zählen:

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

arte  
MAGAZIN

## Kategorie-Partnerin

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.

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019



# EUROPÄISCHE\* R KULTURMANAGER\* IN 2020

## EUROPEAN CULTURAL MANAGER 2020



### 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 Kunst und Kultur 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!

### 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
- \_ Nachhaltigkeit als Teil des Managements (wünschenswert)

### 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!

### 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
- \_ Sustainability: implementation of economic, ecological and social criteria (desirable)

## Wer kann sich in dieser Kategorie bewerben?

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

- \_ Entscheidungsträger\*innen und engagierte Mitarbeiter\*innen aus Kulturprojekten und -institutionen
- \_ Kulturbeauftragte und Kulturkommunikator\*innen aus Wirtschaftsunternehmen
- \_ Kulturell engagierte Mitarbeiter\*innen 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



## Kategorie-Partnerin

RSM ist eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften in Deutschland. Mit über 615 Mitarbeitern und einem Umsatz von 78 Mio. € betreuen wir an 15 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 615 employees and a turnover of € 78 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 15 offices a cross 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. reality gives the printed magazine new and modern dynamics.

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

Markus Rindt  
Leiter der Dresdner  
Sinfoniker

Folkert Uhde  
Radialsystem

Karl Janssen  
Duisburg Marketing GmbH

Silke Fischer  
Märchenland e. V.

Jürgen Bachmann  
Kulturreferent AUDI AG

Klaus Stieringer  
Stadtmarketing Bamberg

Volker Ludwig  
(Lebenswerk)  
GRIPS 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 Fimm  
(Lebenswerk)  
Berliner Staatsoper

Frances Morris  
Direktorin Tate Modern London

Prof. Gereon  
Sievemich (Lebenswerk)  
Martin-Gropius-Bau Berlin

Anette Deuffhard  
Kampnagel Hamburg

Dieter Koselick  
(Lebenswerk), Berlinale

Hedwig Eijen  
Manifesta

Prof. Dr. Oliver  
Scheydt  
(Lebenswerk),  
Kulturpolitik

# EUROPÄISCHE\* R KULTURINVESTOR\* IN 2020

## EUROPEAN CULTURAL INVESTOR 2020



### 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. Kulturinvestor\*innen ermöglichen damit zusätzliche Kunst- und Kulturprojekte und fördern Ideen der Kreativwirtschaft. Die Kategorie „Europäische\*r Kulturinvestor\*in 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 weltweiten Kulturmarktes.

### 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
- \_ Nachhaltigkeit: Implementierung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien (wünschenswert)

*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.*

### 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
- \_ Sustainability: implementation of economic, ecological and social criteria (desirable)

## Wer kann sich in dieser Kategorie 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



## Kategorie-Partnerin

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 cross-roads 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

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

MIGROS  
kulturprozent

Bayer/Kultur



the young  
classx

Finanzgruppe

RWE  
energie. denken. leben.

Mercedes-Benz Bank



WÜRTH

AVL  
CULTURAL  
FOUNDATION

ART STATIONS  
FOUNDATION CH



**Kulturelle Teilhabe bedeutet 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\*in, Wirtschaftsunternehmen, Stiftung mit Ihrem ganz besonderen Bildungsprojekt!

**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
- \_Nachhaltigkeit: Implementierung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien (wünschenswert)

**Cultural participation 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!

**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
- \_Sustainability: Implementation of economic, ecological and social criteria (desirable)

**Wer kann sich in dieser Kategorie 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 programs
  - \_Crossborder cultural initiatives and sustainable cultural promotion programs



**Kategorie-Partnerin**

**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 680 Plätzen und einem Studio – spartenübergreifende kulturelle Veranstaltungen im Rahmen des stART-Festivals (ab April 2021) aus und bietet einen Ort für Workshops, Tagungen und Fremdveranstaltungen. 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 multi-disciplinary cultural events as part of the stART festival (from April 2021 onwards) at its performing arts center [Erholungshaus] in Leverkusen, which includes its own theater, concert hall with 680 seats and a studio - and offers as well a location for workshops, conferences and external events. 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.

2011



2012



2013



2014



2015



2016



2017



2018



2019



# EUROPÄISCHER PREIS FÜR STADTKULTUR 2020

## EUROPEAN PRIZE FOR URBAN CULTURE 2020



**Durch die Entwicklung einer individuellen Stadtkultur wird die Lebensqualität erhöht und eine Kultur der Begegnungen und Partizipation geschaffen.** Da, wo die Stadtgesellschaft sich stark mit ihrer Stadt identifiziert, wird die Stadt in ihrer Entwicklung erfolgreicher sein, werden Ausbau von Lebensqualität besser gelingen und das Stadtimage letzten Endes profitieren. Bewerben Sie sich um den „Europäischen 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.

### 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

**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, the city will be more successful in its development and it will be able to more effectively expand on quality of life. 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.

### 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
- \_Sustainability: implementation of economic, ecological and social criteria (desirable)

## Wer kann sich in dieser Kategorie bewerben?

In dieser Kategorie können sich europaweit Städte, Gemeinden (unabhängig der Einwohnerzahl) und Projekte 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\*innen aus Wirtschaft, Kultur, Zivilgesellschaft und Wissenschaft einbeziehen
- \_Die einen kontinuierlichen Dialog mit vielen städtischen Milieus und externen Partner\*innen führen

## Who can apply for this category?

In this category, cities, municipalities (regardless of the number of inhabitants) and projects can apply throughout Europe.

Activities and projects with the following criteria are sought:

- \_Improving the culture of coexistence in the city
- \_Impact at the interface between administration, politics and civil society
- \_Promotion of urban development or urban neighborhoods
- \_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

bcsd

Bundesvereinigung  
City- und Stadtmarketing  
Deutschland e.V.

## Kategorie-Partnerin

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 im europäischen 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 center 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.

2014

2015

2016

2017

2018

2019



# EUROPÄISCHE KULTURTOURISMUSREGION 2020

## EUROPEAN CULTURAL TOURISM REGION 2020



**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 Kulturtourismusrregionen 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!

### 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 (wünschenswert)

**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.

### 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 (desirable)!

## Wer kann sich in dieser Kategorie bewerben?

Europaweit unabhängig von lokaler, regionaler oder internationaler Ausrichtung:

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

## 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



## Kategorie-Partnerin

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 440 000 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.

2010



2011

GOHA ADEL T.

2012



2013

ottostadt  
magdeburg

2014

BREGENZ  
DAS MEHR AM SEE

2015

HAMBURG  
Marketing GmbH

2016



2017



2018



2019



# EUROPÄISCHER PREIS FÜR NACHHALTIGKEIT IM KULTURMARKT 2020 EUROPEAN PRIZE FOR SUSTAINABILITY IN THE CULTURAL MARKET 2020

NEU!

Europa wird klimaneutral! Nicht nur mit dem von der EU beschlossenen Green Deal ist ein bedeutender Schritt hin zur Transformation Europas in eine klimafreundliche Zukunft getan. Auch mehren sich die ambitionierten Projekte und Kampagnen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die Klima- und Umweltziele priorisieren und die Innovationskraft der Kultur für Ideen zu Nachhaltigkeitsthemen nutzen. Der Preis für Nachhaltigkeit ehrt erstmals Akteur\*innen des europäischen Kulturmarkts, die innerhalb ihrer Kulturarbeit einen klimaneutralen, ressourcenschonenden und umweltfreundlichen Beitrag leisten. Bewerben Sie sich als Kulturanbieter\*in für den "Preis für Nachhaltigkeit" mit Ihren zukunftsgerichteten Projekten und Initiativen für einen nachhaltigen Kulturbetrieb und eine klimafreundliche Kulturwirtschaft im Jahr 2020 und darüber hinaus!

## Bewertungskriterien der Jury

- \_Strategischer Ansatz für eine nachhaltige Entwicklung
- \_Stärkung des gesellschaftlichen Wandels
- \_Vermittlung eines nachhaltigen und ökologischen Bewusstseins
- \_Verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen und Berücksichtigung des sozialen Aspekts der Nachhaltigkeit
- \_Kommunikation der Nachhaltigkeitsaktivitäten im Sinne der Markenkommunikation
- \_Modellcharakter im Sinne eines innovativen, kreativen, grenzüberschreitenden und möglichst übertragbaren Ansatzes

*Europe is becoming climate neutral! Not only the Green Deal agreed by the EU is a significant step towards transforming Europe into a climate-friendly future. There is also an increasing number of ambitious projects and campaigns in the cultural and creative industries that prioritise climate and environmental goals and use the innovative power of culture for ideas on sustainability issues. For the first time, the Prize for Sustainability honours actors in the European cultural market who make a climate-neutral, resource-saving and environmentally friendly contribution within their cultural work. Apply as a cultural provider for the "Prize for Sustainability" with your future-oriented projects and initiatives for a sustainable cultural business and a climate-friendly cultural economy in 2020 and beyond!*

## Evaluation criteria of the jury

- \_Strategic approach to sustainable development
- \_Driving social change
- \_Conveying a sustainable and ecological awareness
- \_Responsible use of resources and consideration of the social aspect of sustainability
- \_Communication of sustainability activities in terms of brand communication
- \_Model character in the sense of an innovative, creative, cross-border and, if possible, transferable approach

## Wer kann sich in dieser Kategorie bewerben?

Europaweit unabhängig von lokaler, regionaler oder internationaler Ausrichtung:

- \_Kultureinrichtungen und -projekte sämtlicher Kultursparten
- \_Öffentliche und private Stiftungen sowie Initiativen, die sich für Nachhaltigkeit im Kultursektor stark machen
- \_Städte, Städtevermarktungsgesellschaften, Tourismusgesellschaften
- \_Unternehmen, die innerhalb ihres Kulturrengagements Nachhaltigkeit implementiert haben und erfolgreich umsetzen
- \_Nachhaltige Kulturförderprogramme

## Who can apply for this category?

Irrespective of local, regional, national or international orientation:

- \_Cultural institutions and projects in all cultural sectors
- \_Public and private foundations and initiatives that promote sustainability in the cultural sector
- \_Cities, city marketing companies, tourism companies
- \_Companies that have implemented and are successfully implementing sustainability within their cultural commitment
- \_Sustainable cultural support programs

Deutsche Post DHL  
Group

## Kategorie-Partnerin

Deutsche Post DHL Group ist der weltweit führende Anbieter für Logistik. Der Konzern verbindet Menschen und Märkte und ermöglicht den globalen Handel. Er verfolgt die strategischen Ziele, weltweit erste Wahl für Kunden, Arbeitnehmer und Investoren zu sein. Mit verantwortungsvollem, unternehmerischem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.

## Category Partner

Deutsche Post DHL Group is the world's leading provider of logistics. The group connects people and markets and enables global trade. It pursues the strategic goals of being the first choice for customers, employees and investors worldwide. The Group makes a positive contribution to the world with responsible corporate behavior and a commitment to society and the environment. Deutsche Post DHL Group aims to achieve zero emissions logistics by 2050.

# Night of Cultural Brands 2020

## Preisverleihung der 15. Europäischen Kulturmarken-Awards im Nikolaisaal Potsdam

### Award ceremony of the 15th European Cultural Brand Awards in the Nikolaisaal Potsdam



Das Jubiläum der Europäischen Kulturmarken-Awards und deren Verleihung wird am 26. November 2020 im Nikolaisaal Potsdam als emotionales Highlight des KulturInvest!-Kongresses gefeiert.

Rund 750 Entscheidungsträger\*innen aus Kultur, Wirtschaft, Politik, Medien und Tourismus ehren die dynamischsten Kulturprojekte, zukunftsweisendsten Kulturmarketingstrategien und erfolgreichsten Kulturinvestments des Europäischen Kulturmarktes. Mit der „Night of Cultural Brands“ im legendären Nikolaisaal Potsdam erwartet Sie eine Preisverleihung der Extraklasse mit einem beeindruckenden Bühnenprogramm. Erleben Sie spannendes Netzwerken mit den Referent\*innen des KulturInvest!-Kongresses, den Juror\*innen des Kulturmarken-Awards und seinen Preisträger\*innen sowie Partner\*innen und Sponsor\*innen.

#### **AFTER AWARD PARTY im Foyer des Nikolaisaal Potsdam**

Nach der Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards laden wir alle Teilnehmer\*innen, Referent\*innen und Partner\*innen des KulturInvest!-Kongresses, sowie alle Bewerber\*innen, Juror\*innen, Preisträger\*innen und Gäste der Kulturmarken-Gala zu einer After-Award-Party im Foyer des Nikolaisaal Potsdam ein. Freuen Sie sich auf erfrischende Getränke an den Bars, 750 kontaktfreudige Gäste, Musik zum Tanzen sowie viele andere Überraschungen. Sie erwartet ein unvergesslicher Abend mit bekannten Entscheidungsträger\*innen aus Kultur, Wirtschaft, Medien und Politik.

*The anniversary of the European Cultural Brand Awards and their presentation will be celebrated on 26 November 2020 in the Nikolaisaal Potsdam as the emotional highlight of the CultureInvest! Congress.*

*Around 750 decision-makers from the fields of culture, business, politics, media and tourism will honor the most dynamic cultural projects, most forward-looking cultural marketing strategies and most successful cultural investments in the European cultural market. With the “Night of Cultural Brands” in the legendary Nikolaisaal Potsdam, you can expect a first-class award ceremony with an impressive stage program. Experience relaxed networking with the speakers of the CultureInvest! Congress, the jurors of the Cultural Brand Award and its prize winners as well as partners and sponsors.*

#### **After-Show Party in the foyer of the Nikolaisaal**

*After the award ceremony of the European Cultural Brands Awards, we invite all participants, speakers and partners of the KulturInvest! Congress, as well as all applicants, jurors, prize winners and guests of the Cultural Brands Gala to an After-Award-Party in the foyer of the Nikolaisaal Potsdam. Look forward to refreshing drinks at the bars, 750 guests, music to dance to and many other surprises. An unforgettable evening with well-known decision makers from culture, economy, media and politics awaits you.*

## 26. NOVEMBER 2020 NIKOLAISAAL POTSDAM

**19.00 Uhr SEKTEMPFANG im Foyer des Nikolaisaals** mit den Kongress-Teilnehmer\*innen, Nominierten, Juror\*innen, Partner\*innen, Amuse-Gueule und erfrischende Getränke

**20.00 Uhr PREISVERLEIHUNG** unter der Moderation von Andrea Thilo und Gerald Meyer mit einem einzigartigen kulturellen Rahmenprogramm

**22.30 Uhr AFTER AWARD PARTY** im Foyer des Nikolaisaals Cocktails und erfrischende Getränke an den Bars, köstliche Gaumenfreuden, Fotoshootings mit den Nominierten und Preisträger\*innen, Musik zum Tanzen

Eine Teilnahme von externen Personen ist leider nur über den Erwerb eines Tickets für den KulturInvest!-Kongress möglich.

**Moderation:** Andrea Thilo und Gerald Meyer

**Regie:** Mike Martin Robacki

## 26 NOVEMBER 2020 NIKOLAISAAL POTSDAM

**7 pm Champagne RECEPTION in the lobby** with Congress participants, nominees, jury members, partners and the Cultural Brands Inventor Hans-Conrad Walter, Amuse Gueule and refreshing beverages

**8 pm AWARD CEREMONY** hosted by Andrea Thilo and Gerald Meyer with a unique cultural program

**10.30 pm AFTER AWARD PARTY** Cocktails and beverages at the bars, Photo shootings with nominees and award winners Music to dance to

Please note that participation by external persons is only possible by purchasing a ticket for the CultureInvest! Congress.

**Moderation:** Andrea Thilo und Gerald Meyer

**Director:** Mike Martin Robacki

.....  
**Bewerbungsgebühr**  
**pro Kategorie** (zzgl. MwSt.) **199,- €**  
**Application fee per category** **199,- €**  
.....

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

Anmeldeschluss **7. September 2020**  
Application Deadline **7 September 2020**  
.....

Wettbewerbsbüro und Veranstalter\*in  
Competition office and producer

**Causales** – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Bötzwstraße 25, 10407 Berlin, Germany

Geschäftsführender Gesellschafter  
Managing Director:

**Hans-Conrad Walter**

Award Management: **Luzie Sieckenius**

E-Mail: **sieckenius@causales.de**

Telefon: **+49(0)30-53 214 391**

**www.kulturmarken.de**



Bewerbung für den ...  
Application for the ...

# 15. Kulturmarken Award

## 15th European Cultural Brand Award

### 1. Schritt: Online- Anmeldung bis 7. September 2020

Ihre Anmeldung können Sie bequem online durchführen unter:  
<https://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.

### 1. Step: Online registration by September 7, 2020

You can easily register online at:  
<https://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. Schritt: Übermittlung der standardisierten Bewerbung

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte via Google-Formular **bis zum 7. September 2020** zu.  
Dazu gehören:

- \_Kurz Zusammenfassung Ihrer Bewerbung auf Deutsch und Englisch (je 500 Zeichen)
- \_Erläuterungen zur jeweiligen Kategorie (max. 2.000 Zeichen)
- \_Freie Präsentation mit maximal zehn PDF-Seiten oder PowerPoint-Folien (freiwillig)
- \_Mind. drei hochauflösende Bilder der Marke
- \_Druckfähiges Logo der Marke
- \_Trailer/Imagevideo (ca. 30 Sek.), wenn vorhanden
- \_Ggf. einzelne Belege der Marketingaktivitäten (Flyer, Plakate, Merchandising, evtl. Filmmaterial etc.) per Post.

Nach der Jurysitzung am 25. September werden Sie umgehend über Ihre Nominierung informiert und kostenfrei zur Preisverleihung „Night of Cultural Brands“ am **26. November 2020 im Nikolaisaal Potsdam** 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 12. KulturInvest!-Kongress, inklusive einer Teilnahme an der großen After-Award-Party.

### 2. Step: Submission of your application

Please submit the following material via Google Forms by **September 7, 2020**.

This includes:

- \_Brief summary of your application (500 characters)
- \_Explanations of the respective category (max. 2,000 characters)
- \_Free presentation, max. 10 pdf pages or powerpoint slides
- \_At least three high-resolution images
- \_A printable logo
- \_Trailer/image video (ca. 30 sec.), if available
- \_Possibly examples of initiatives (flyers, billboards, merchandising etc.)

After the jury meeting on 25 September, you will immediately be notified of your nomination and invited free of charge to the award ceremony **“Night of Cultural Brands” on 26 November 2020 in the Nikolaisaal Potsdam**. In order to secure a place for the award ceremony within the “Night of Cultural Brands” as part of your application, please book your ticket to the 12th CultureInvest! Congress now, which includes participation in the big After-Award-Party.

# Hauptförder\*innen des 15. Europäischen Kulturmarken-Awards Main sponsors of the 15th European Cultural Brand Awards

**Wir bedanken uns herzlich bei unseren Hauptförder\*innen, die den Europäischen Kulturmarken-Award mit seiner unvergesslichen Preisverleihung ermöglichen!**  
*We would like to thank our main sponsors for making the European Cultural Brand Award with its unforgettable award ceremony possible!*



Gefördert durch die  
Landeshauptstadt  
Potsdam



Das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur trägt die Verantwortung für vier öffentliche Universitäten und vier öffentliche Fachhochschulen, an denen mehr als 47.000 Studierende eingeschrieben sind. Zur exzellenten außeruniversitären Forschungslandschaft zählen international renommierte Einrichtungen der Fraunhofer-Gesellschaft, der Helmholtz-Gemeinschaft, der Leibniz-Gemeinschaft und der Max-Planck-Gesellschaft. Das Ministerium fördert weiterhin Theater, Orchester, Museen sowie Musik- und Kunstschulen. Die Gedenk- und Erinnerungskultur, der Denkmalschutz, das Landesarchiv und Angelegenheiten der Religionsgemeinschaften sind ebenfalls wichtige Zuständigkeitsbereiche des Ministeriums.  
[www.mwfk.brandenburg.de](http://www.mwfk.brandenburg.de)

Kultur in Potsdam – dafür stehen die Schlösser und Gärten mit Welterbestatus der UNESCO, die Aufführungen des Hans Otto Theaters am Tiefen See, die Musikfestspiele Potsdam Sanssouci, die Festivals der Avantgarde tanztage, unidram und sehsüchte. Die Schiffbauergasse lädt zu vielfältigen Veranstaltungen alle Kulturinteressierten ein. Kultur in Potsdam steht aber auch für die Angebote der freien Kulturszene und der Bildenden Kunst, es steht für die zahlreichen Galerien und Stadtfeste und die facettenreichen Ausstellungen in den Potsdamer Museen. Es steht für den Mythos Film, dessen Wiege mit den Ufa-Studios in Babelsberg stand.  
[www.potsdam.de](http://www.potsdam.de)

Preisstifter\*in



Vor 120 Jahren hat Clara Hoffbauer einen Stein ins Wasser geworfen, der bis heute Kreise zieht. Mit ihrer Stiftung verschrieb sie das gemeinsam mit ihrem Mann erworbene Vermögen der umfassenden Bildung von Mädchen – durchaus nicht nur für eine Zukunft an Heim und Herd. Die diakonischen Unternehmungen der Hoffbauer-Stiftung stehen in dieser Tradition. Sie verfolgen gemeinnützige Zwecke und fördern Bildung in evangelischen Kitas und Schulen, Jugendarbeit, Wissenschaft, Lehre und Forschung, Altenhilfe, Hospizarbeit, Seelsorge und Kultur.  
[www.hoffbauer-stiftung.de](http://www.hoffbauer-stiftung.de)

## Premium Partner



## KATEGORIE - PARTNER / CATEGORY PARTNER



## VERANSTALTUNGSPARTNER / EVENT PARTNER



## MEDIEN - PARTNER / MEDIA PARTNER



# Der Nikolaisaal Potsdam – Location für die Preisverleihung der 15. Europäischen Kulturmarken-Awards

## The Nikolaisaal Potsdam – Location for the awards ceremony of the 15th European Cultural Brand Awards



„Spektakulär“, „ein architektonisches Schmelzenstück“, „ein kühner Entwurf“ – die Eröffnung des Nikolaisaals Potsdam im August 2000 bescherte dem Konzert- und Veranstaltungshaus ein geradezu euphorisches Medienecho. Der in zwei Jahren für rund 20 Millionen Euro errichtete Gebäudekomplex mitten im historischen Stadt-Zentrum stellte für den französischen Stararchitekt Rudy Ricciotti eine besondere Herausforderung dar, der er sich sensibel und mit einer gehörigen Portion Kühnheit stellte: galt es doch, eine künstlerische Synthese heterogener Stile – des barocken Vorderhauses, der historistischen Architektur des alten Nikolaisaals und des kompletten Neubaus des großen Saals – herbeizuführen. In dieser einmaligen Architektur wird in diesem Jahr das 15. Jubiläum der Europäischen Kulturmarken-Awards am 26. November mit 750 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Medien und Politik gefeiert. Ausgezeichnet werden herausragendes Engagement und innovative Projekte aus Kulturmanagement, Kulturmarketing, Kulturtourismus und Kulturförderung in acht Kategorien. Die Galaveranstaltung bietet bereits zum 15. Mal die Möglichkeit, in exklusiver Atmosphäre entspannt Kontakte zu knüpfen und miteinander ins Gespräch zu kommen.

*"Spectacular", "an architectural rogue piece", "a bold design" – the opening of the Nikolaisaal Potsdam in August 2000 brought the concert and event house an almost euphoric media echo. The building complex, which was constructed in two years at a cost of around 20 million euros in the middle of the historic city center, posed a special challenge for the French star architect Rudy Ricciotti, which he met sensitively and with a good portion of boldness: the aim was to create an artistic synthesis of heterogeneous styles – the baroque front building, the historicist architecture of the old Nikolaisaal and the completely new construction of the large hall. This year, the 15th anniversary of the European Cultural Brand Awards will be celebrated in this unique architecture on 26 November with 750 guests from the worlds of culture, business, media and politics. Awards will be presented for outstanding commitment and innovative projects from the fields of cultural management, cultural marketing, cultural tourism and cultural promotion in eight categories. For the 15th time already, the gala event offers the opportunity to make contacts and engage in conversation in a relaxed atmosphere.*

# causales®

Impressum und Ansprechpartner\*innen  
Legal notice and contact

Wettbewerbsbüro und Veranstalterin:  
**Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing  
und Kultursponsoring mbH**  
Bötzowstraße 25  
10407 Berlin, Germany

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

© Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing  
und Kultursponsoring mbH

Ihre Ansprechpartner\*innen:  
Your Contact:



**Luzie Sieckenius**  
Management Kulturmarken-Award  
und Jahrbuch Kulturmarken  
Mail: sieckenius@causales.de  
Telefon: +49 (0)30.53 214 391



**Christine Fischer**  
Management KulturInvest!-Kongress  
Mail: fischer@causales.de  
Telefon: +49 (0)30.53 214 391



**Nadine Ezerex**  
Politische Kommunikation und  
Koordination KulturInvest!-Kongress  
Mail: ezerex@causales.de  
Telefon: +49 (0)30.53 214 391



**Hans-Conrad Walter**  
Geschäftsführender Gesellschafter,  
Mastermind und Initiator  
Mail: walter@causales.de  
Telefon: +49 (0)30.53 214 391

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 17 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\*innen und Wirtschaftsunternehmen beraten und über 320 Sponsoringpartner\*innenschaften zwischen Kultur, Wirtschaft und Medien in Europa 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 17 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.*

NIKOLAISAAL  
POTSDAM

Wir bedanken uns ganz herzlich  
bei Heike Bohmann und ihrem Team!

[www.kulturmarken.de](http://www.kulturmarken.de)  
[www.cultural-brands.com](http://www.cultural-brands.com)

**Für ein kulturfreundliches Klima  
und eine klimafreundliche Kultur!**

Nachhaltige Druckprodukte von:  
[green.arnoldgroup.de](http://green.arnoldgroup.de)

