

Pressespiegel der 8. Kulturmarken-Awards (2013)



Veranstaltungsort	TIPI am Kanzleramt Berlin
Expert*innenjury	27 Juror*innen
Bewerber*innen	92 Einreichungen
Kulturmarke des Jahres	Muth – Wiener Sängerknaben (Wien, A)
Trendmarke des Jahres	RuhrKunstMuseen (Metropole Ruhr)
Kulturmanager*in des Jahres	Udo Kittelmann, Direktor der Nationalgalerie (Berlin)
Preis für Stadtkultur	Pro Magdeburg (D)
Kulturinvestor*in des Jahres	Deutscher Sparkassen- und Giroverband für die Sparkassen-Finanzgruppe (D)
Förderverein des Jahres	Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums – die Aufseßigen (Nürnberg, D)

Kategoriepartner:

Deutsche Post DHL

DIE
DRAUSSEN
WERBER

DER TAGESSPIEGEL

bscd

Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.

KULTUR
MANAGEMENT
NETWORK

PICK
ME

Veranstaltungspartner:

Rotkäppchen

PlisnerUrquell

DIE
DRAUSSEN
WERBER

DanEw.

fritz-kola®

MÖVENPICK
Hotel Berlin

PICK
ME

Gothaer

APA
WECHMILLT

Für uns ist Osten mehr als eine Himmelsrichtung

Mit 2,9 Mio. Lesern ist **SUPERilla** die meistgelesene Zeitschrift in Ostdeutschland

Plus an der Börse und Minus auf dem Konto



Robert Schneider
Chefredakteur
Zimmerstraße 28
10969 Berlin
robert.schneider@superilla.de

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Zwei Meldungen aus einer Nachrichtensendung am Freitagnachmittag, kurz vor Redaktionsschluss. Die erste: Der Deutsche Aktienindex sprengt erstmals in der Geschichte die 9 000-Punkte-Grenze. Die zweite: Jeder sechste Deutsche ist laut Statistischem Bundesamt von Armut bedroht. Tendenz steigend.

Eines der traurigsten und wirklich beschämenden Themen ist dabei die Altersarmut. Sie trifft oft Menschen, die ihr Leben lang fleißig gearbeitet haben – für niedrigen Lohn. Rund 465 000 Rentner in Deutschland waren 2012 auf Grundsicherung angewiesen – 6,6 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Statistisch ist Armut im Alter im Westen zwar etwas häufiger als im Osten, weil in der DDR Frauen meist berufstätig waren und mehr Erwerbsjahre hinter sich haben. Doch sind die Aussichten für angehende Ostrentner oft nicht gerade rosig: Sie haben kaum Betriebsrenten, es gibt weniger Pensionäre, und auf eine große Erbschaft kann auch kaum jemand hoffen.

Was tun? Vorsorgen – ja, ich weiß, das ist eine Binsenweisheit. Trotzdem muss man rechtzeitig die Gelegenheiten nutzen, die es gibt. Deshalb geben wir im Ratgeber Teil Anregungen für eine persönliche Finanzstrategie – der Report startet auf Seite 48.

Vorsorgen wollten auch die Menschen, die ihr Ersparnis in die Hände von zwielichtigen Mitarbeitern der Volkssolidarität gaben. Das Geld ist weg, der Fall vor Gericht – mehr auf Seite 12.

Nächste
Woche erscheint
Ihre SUPERilla mit
Kultkino-DVD!
Ab 7. November 2013
am Kiosk



Hierlicht, Ihr Robert Schneider



Chefreporter Miro Robus (links) im Gespräch mit Bernd Walter, der sein Geld bei Mitarbeitern der Volkssolidarität anlegte

PHOTOS: TONIC/MARCO DE SUPERILLA, FRANK ZWEIFEL, BROADSIDE, KULTURMARKEN AWARD



DIE GUTE NACHRICHT Preis für Magdeburg

Berlin. Mit der 2010 gestarteten Werbekampagne „Ottostadt“ präsentiert sich Magdeburg. Für das fantasievolle Marketing, das auf die Stadthistorie und ihre vielen Otto-Persönlichkeiten verweist, gab es jetzt in der Hauptstadt den Kulturmarken-Award 2013.

DIE SUPERfrau



Riesa. Christina Tellisch, 26, vom freien Christlichen Gymnasium Rudolf Stempel ist Deutschlands jüngste Schulleiterin.

DER SUPERmann

Heidelberg. Gunther von Hagens, 68, aus Thüringen stammender Leichenpräparator, wurde von US-Museen fürs Lebenswerk geehrt.



DIE ZAHL DER WOCHE

100

Rosensorten sind im Rosarium in Sangerhausen neu hinzugekommen. Damit ist sie die weltgrößte Rosensammlung.

JETZT AUF SUPERilla.de

- 1. Interview.** Die Sängerin und Schauspielerin Yvonne Catterfeld hat mit uns über Kindheit und Helmat gesprochen. Online steht das ganze Interview.
- 2. Hochzeit.** City-Sänger Toni Krahl hat geheiratet. Die Bilder der Trauung sind online zu sehen.
- 3. DVD.** In Heft 46 gibt es eine neue DVD der Kultkino-Reihe. Jetzt bei superilla.de/abo schnell ein DVD-Abo abschließen und nichts verpassen.

So erreichen Sie uns:

TEL.: 030/23 87 60 00 • FAX: 030/23 87 64 96
E-MAIL: post@superilla.de • INTERNET:
superilla.de • FACEBOOK facebook.com/
superilla • FRAGEN ZUM ABO 01806/
12 87 60 01 (20 Cent/Anruf aus dem dt. Fest-
netz; aus dem Mobilfunknetz max. 60 Cent/
Anruf) • ABO NEU 0800/1 00 25 47

causales

Preis für Magdeburg	
Berlin. Mit der 2010 gestarteten Werbekampagne „Ottostadt“ präsentiert sich Magdeburg. Für das fantasievolle Marketing, das auf die Stadthistorie und ihre vielen Otto-Persönlichkeiten verweist, gab es jetzt in der Hauptstadt den Kulturmarken-Award 2013.	
Datum: 31. Oktober	SUPERillu
Auflage: 247.592	Kontakte: 868.980

Sonntag, 26. Oktober 2013

Hildesheimer

Hildesheimer Allgemeine Zeitung 11

„Heute freuen wir uns ...“



...mit unserer Mutter gemeinsam Geburtstags zu feiern.

Designpreis für AutoGyro

Hildesheimer Markt ist ein Ort, der sich durch seine Vielfalt auszeichnet. Der Designpreis für AutoGyro...

Schutz für Arkis und Aktivisten

Hildesheim ist die Dreiecks-Ordnung. Die Arkis und Aktivisten...

Infotag beim Christophorstift

Hildesheim ist die Dreiecks-Ordnung. Der Infotag beim Christophorstift...

Die Facetten der Psychologie

Hildesheim ist die Dreiecks-Ordnung. Die Facetten der Psychologie...



Ein dunkler Tunnel, in dem die Lichter der Straßenlaternen...

Die Angst vor dunklen Ecken

Viele Hildesheimer fürchten sich an unbelichteten Stellen / Sorge laut Polizei unbegründet. Die Sorgen sind unbegründet. Auch nach dem...



Mit einem Licht in der Hand...



Mit gelbem Licht...



Wichtig bleibt die...



Vom Tunnel führt...

Zweimal David gegen Goliath

Hildesheim-Marketing und Dornbrosen scheitern in Berlin nur knapp.



Die Hildesheimer Delegation...

Die Hildesheimer Delegation war auf dem Weg...

Die Preisträger

In Berlin wurde sich die Jury...

Höllischer Hexenschuss

Die Hexenschüsse in der Nacht...

Elan für mich!

Advertisement for 'Elan für mich!' featuring a woman and text about a fitness program.

causales

Zweimal David gegen Goliath

Hildesheim/Berlin (pr). Sie waren dicht dran, doch am Ende hat es weder für die Hildesheimer Marketing-Gesellschaft noch für den Dombauverein gereicht. Beide Institutionen waren in Berlin für den Kulturmarken-Award 2013 nominiert. Lothar Meyer-Mertel muss es geahnt haben. Als der Chef von Hildesheim Marketing am Donnerstagnachmittag mit einer kleinen Delegation in die Hauptstadt startete, stapelte der 53-Jährige tief: „Wir kommen als David gegen die Goliaths“, sagte Meyer-Mertel. Wer da David und wer Goliath war, wurde schon beim Blick auf den Etat des deutschen Mitkonkurrenten um den Titel „Stadtmarke 2013“ deutlich. Für ihr Konzept der „Otto-Stadt“ hatte Magdeburg nicht nur 1,8 Millionen Euro in die Hand genommen, sondern mit der Werbeagentur Scholz&Friends auch eine der renommiertesten PR-Agenturen Deutschlands engagiert.

Während Magdeburg aus dem Vollen schöpfen konnte – das jährliche Gesamtbudget von Hildesheim Marketing beträgt lediglich 750000 Euro – buhlte der zweite Mitbewerber einfach mit seinem Namen um die Gunst der Jury: Basel. Angesichts dieser Konkurrenz waren die Aussichten auf den ersten Platz eher bescheiden: „Wir wollen einen netten Abend ohne allzu große Hoffnungen verbringen“, sagte Meyer-Mertel. Ein netter Abend im TIPI am Kanzleramt sollte es werden. Vor dem Zelt hatten die Veranstalter einen roten Teppich ausgelegt, mit Sekt und Häppchen wurden die 500 Kreativen und Kulturschaffenden aus dem deutschsprachigen Raum vor der Gala bei Laune gehalten. Kaum hatte Jurymitglied Oliver Scheytt in seiner Begrüßung von „extrem hochwertigen Bewerbungen“ gesprochen, da wurde es für Hildesheim zum ersten Mal an diesem Abend spannend. Über die Leinwand im TIPI-Zelt flimmerte ein Kurzfilm über den Dombauverein. Der hatte Konrad Deufel, Ralf Tappe und Barbara Scholz nach Berlin entsandt. Dass der Verein unter die besten Drei im Wettbewerb „Förderverein des Jahres“ kam, war für den Vorsitzenden Deufel allein schon ein „Riesenerfolg“. Sollte es am Ende gar für Platz 1 auf dem Siegertreppchen reichen? Dass daraus nichts wurde, lag am Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums Nürnberg, der sowohl den Dombauverein als auch die „Jungen Freunde“ des Nationaltheaters Mannheim hinter sich ließ. Was für den Sieg letztendlich ausschlaggebend war, verriet die Jury ebenso wenig wie die Reihenfolge der Plätze 2 und 3. Für Deufel war das freilich kein Beinbruch. Nach der Gründung im April 2009 mit 77 Mitgliedern habe der Verein heute mit mehr als 500 Mitgliedern eine Ebene erreicht, von der er nicht zu träumen gewagt habe. Überhaupt war der Ex-Oberstadtdirektor an diesem Abend mit sich und der Welt zufrieden. Immerhin war Hildesheim die einzige Stadt, die es mit zwei Nominierungen nach Berlin geschafft hatte: „Und das ist kein billiger Trost.“ Als es um kurz vor 21 Uhr für Hildesheim Marketing ernst wurde, gab sich Lothar Meyer-Mertel immer noch betont gelassen. Er hatte bewusst keine Rede vorbereitet, da er dem Low-Budget-Konzept der Themenjahre gegen das übermächtige Basel allenfalls Außenseiterchancen einräumte. Doch es kam anders als erwartet: Nicht Basel, sondern Magdeburg machte das Rennen: Die Begründung der Jury sorgte für einige Irritation im Festzelt. Magdeburg siegte, weil die Stadt vor dem Wettbewerb ein schlechtes Image hatte, hieß es in der Laudatio. Da wollte Meyer-Mertel dann doch nicht in einem Atemzug mit Magdeburg genannt werden. Auch in dieser Kategorie blieb die weitere Platzierung hinter dem Gewinner unklar. Was für Meyer-Mertel kein Problem war: „Wir sind

causales

in der Bundesliga angekommen. "Zudem konnte er sich mit einem Satz des Bundesvorsitzenden für Citymanagement und Stadtmarketing trösten: „Schade, dass du nicht gewonnen hast“, sagte Michael Gerber seinem Kollegen. Noch im TIPI-Zelt bewarb sich Meyer- Mertel für die Bundestagung der Marketinggesellschaften im Jubiläumsjahr 2015. Dann lautet das Motto zum Abschluss der fünfjährigen Themenjahr-Kampagne übrigens „Stadtgefühl“. Mit zwei Bewerbungen in Berlin konnten sich die Hildesheimer immerhin schon mal als Nominierungs-Sieger fühlen.

Die Preisträger

In Berlin musste sich die Jury unter 92 Bewerbern entscheiden. Die Wiener Sängerknaben und „MuTh“ wurden zur Kulturmarke des Jahres 2013 gekürt. Seit dem 15. Jahrhundert ist es das Ziel der Wiener Sängerknaben, musikalisch begabten Kindern eine bestmögliche Ausbildung zukommen zu lassen, seit knapp einem Jahr finden die Konzerte des Chors im neuen Konzertsaal MuTh statt. Die RuhrKunstMuseen (RuhrTourismus) wurden zur Trendmarke des Jahres gewählt. Als Stadtmarke des Jahres konnte sich das Stadtmarketing Pro Magdeburg e.V. durchsetzen. Udo Kittelmann, Direktor der Nationalgalerie, wurde als Kulturmanager des Jahres geehrt. Mit der Auszeichnung Kulturinvestor des Jahres wurde das langjährige Engagement des Deutschen Sparkassen und Giroverbands im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert gewürdigt. Förderverein des Jahres wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums Nürnberg. (pr)

Datum: 31.10.2013	Medium: Hildesheimer Allgemeine Zeitung
Auflage: 40.041	Kontakt: 100.103

Die Ökonomie der Wahrnehmung

Zwei Tage lang versuchen 460 Teilnehmer beim Kulturinvestkongress in den Räumen des Tagesspiegel-Verlagshauses zu ergründen, wie sich großartige kreative Leistungen unters Volk bringen lassen

„Kultur ist unbezahlbar!“ Ob er seine Eröffnungsworte zur Kulturmarken-Gala schon in Hinblick

causales

darauf formuliert hat, dass er als möglicher Kulturstaatsminister von Bittstellern überrannt werden könnte, lässt Oliver Scheytt sich nicht anmerken. Im Tipi-Zelt tritt er als Juryvorsitzender auf, der mit 26 Experten Bewerbungen diskutierte, um Preisträger in sechs Kategorien zu küren. Ausgezeichnet werden seit 2006 Kultureinrichtungen, Initiativen und Unternehmen, die die „Ökonomie der Wahrnehmung“ zugunsten der Kultur verschieben.

Wer das Gute will, hat keine Angst davor, nachgeahmt zu werden. Die Awards stellen Ideen vor – für Kulturvermittlung, Sponsoring oder Stadtmarketing.

Eine wichtige Rolle können dabei Fördervereine spielen, die nicht länger „Kaffeekränzchen mit positiven Effekten“ sein müssen, wie Laudatorin Gabriele Landwehr betont. Ausgezeichnet werden „Die Aufseßigen“, die dem Germanischen Nationalmuseum Nürnberg helfen, neue Besucher für die Schätze des Hauses zu begeistern. Ihnen sei es gelungen, Museen in die Erlebniswelt junger Menschen zu integrieren, befand die Jury.

„Der Mensch mit Kultur ist der Endzweck der Natur“, reimt mit Kant Tagesspiegel-Chefredakteur Stephan-Andreas Casdorff bei der Vorstellung des Kulturinvestors des Jahres. „Jugend musiziert“ feiert 50. Geburtstag, die Sparkassen-Finanzgruppe, Deutschlands größter nichtstaatlicher Kulturförderer, war von Anfang an bei. Wo sich die Einheimischen wohlfühlen, tun es auch die Besucher. Mit der Stadtmarke des Jahres wurde Magdeburg ausgezeichnet, eine Kommune, die einen weiten Weg zu gehen hatte: Nur 45 Prozent der Magdeburger schätzten vor Jahren ihre Stadt, inzwischen sind es 90 Prozent. Daran haben vor allem zwei Persönlichkeiten ihren Anteil, die das Stadtmarketing als identitätsstiftend entdeckt haben: Kaiser Otto der Große und Universalgenie Otto Guericke. Ihre Kulturausgaben hat Magdeburg, auch Kommune des Jahres, auf acht Prozent verdoppelt. Otto sei Dank!

Was bleibt, wenn der große Auftritt vorbei ist? Darauf gibt wiederum die Trendmarke eine attraktive Antwort: Auch seit das Ruhrgebiet nicht mehr europäische Kulturhauptstadt ist, werben dort 20 Museen in 15 Städten gemeinsam um Kulturtouristen. „Der Pott ist kein Selbstläufer“, weiß Laudator Pedro Munoz von DHL, einem der Hauptförderer des Kulturmarken-Awards.

Emotionales Herzstück des Abends: die Kür zum Kulturmanager des Jahres. Der Preis bleibt in Berlin und geht an Udo Kittelmann, seit 2008 Direktor der Nationalgalerie. Und weil der Autodidakt lieber nicht Manager genannt werden will, baut Laudator Thomas Girst, Chef des BMW-Kultursponsorings, dem Museumsmann eine Brücke: Der Begriff komme von manus agere, ein Manager ist einer, der „an der Hand führt“. Als zwei Mitglieder der Wiener Sängerknaben ihre zarten Stimmen erheben, wird es kurz still im Zelt. Die weltbekannte Boygroup kann sich über die Auszeichnung als Kulturmarke des Jahres freuen.

Rund um die Feier wird traditionell hart gearbeitet: Zwei Tage lang versuchen 460 Teilnehmer beim Kulturinvestkongress in den Räumen des Tagesspiegel-Verlagshauses zu ergründen, wie sich großartige kreative Leistungen unters Volk bringen lassen. In 28 Fachforen präsentieren 92 Referenten Praxisbeispiele: Da berichtet Gabriele Minz, die Young-Euro-Classic-Erfinderin, wie sie ihre Idee mithilfe des Chemieproduzenten Lanxess bis nach Südamerika und Fernost exportieren konnte. Wenn zum Staatsbesuch von Angela Merkel in Peking Musik von einem Ensemble erklingt, das sich zu gleichen Teilen aus deutschen und chinesischen Jugendlichen zusammensetzt, dann emp-

causales

findet das die Politik als Symbol für die angestrebte binationale Zusammenarbeit. Und als Dank für das Sponsoring darf der Firmenchef beim Erinnerungsfoto neben der Bundeskanzlerin stehen.

Axel Renner von den Bregenzer Festspielen schwärmt von seiner Kooperation mit dem ZDF. Dass der Sender 2008 von der Seebühne aus über die Fußball-EM berichtete, verschaffte dem Opernfestival einen Bekanntheitsschub: „Und plötzlich gibt der Stuttgarter Metzgermeister dem Drängen seiner Gattin nach, die schon lange mal nach Bregenz wollte.“

Ein Kulturprodukt, das sich täglich neu auf dem Markt behaupten muss, ist auch die Zeitung, der Tagesspiegel. Bei einer von Chefredakteur Casdorff geleiteten Diskussion mit SPD-Mann Scheytt, dem Schriftsteller Moritz Rinke und Holger Lösch vom BDI wurde neben der sinnlichen, haptischen Qualität der gedruckten Zeitung eines hervorgehoben: dass es bei den Neuen Medien bislang keine Instanz mit der Glaubwürdigkeit von QualitätsPrintprodukten aufnehmen könne. Andererseits machen sinkende Anzeigenerlöse den Zeitungen zu schaffen. Der Gedanke, sie analog zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit Staatsgeld zu stützen, um ihre Unabhängigkeit abzusichern, stieß in der Runde einhellig auf Ablehnung. Letztlich gilt im Journalismus dieselbe Faustregel wie für die Kunst: Qualität ist die beste Überlebensversicherung.

Datum: 25.10.2012

Medium: Der Tagesspiegel

Auflage: 127.953

Kontakt: 319.883

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Magdeburger Ottostadt-Kampagne ausgezeichnet

Die Landeshauptstadt Magdeburg ist für ihre Ottostadt-Kampagne als "Stadtmarke des Jahres 2013" ausgezeichnet worden. Die Entscheidung gab die Jury am Donnerstagabend bei der Vergabe des Kulturmarken-Awards in Berlin bekannt.

25.10.2013, 11:00 Uhr | 02:58 min

Die Jury lobte bei der Ottostadt-Kampagne vor allem die Verbindung des Slogans aus Geschichte und Wissenschaft. Stadtmanager Georg Bandarau sagte nach der Preisverleihung zu MDR SACHSEN-ANHALT, die Auszeichnung sei eine Bestätigung auch für alle Magdeburger, die in den letzten Jahren daran mitgearbeitet haben, aus Magdeburg die Stadt zu machen, die sie jetzt ist. Magdeburgs Oberbürgermeister Lutz Trümper sagte, der Preis sei ein weiterer Beweis für die erfolgreiche Entwicklung der Ottostadt seit der Jahrtausendwende.

causales

Die vom Stadtmarketing "Pro Magdeburg" eingereichte Bewerbung setzte sich im Finale gegen die zwei nominierten Mitbewerber Basel und Hildesheim durch. Insgesamt hatten sich neun Städte aus dem gesamten Bundesgebiet beworben.	
Datum: 25.Oktober 2013	Medium: MDR
Auflage:-	Kontakt: 170.000

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

The screenshot shows the MDR website interface. At the top, there are navigation tabs for 'FERNSEHEN', 'RADIO', 'NACHRICHTEN', 'SPORT', 'GESCHICHTE', 'SACHSEN', 'SACHSEN-ANHALT', and 'THÜRINGEN'. Below this is a search bar and a 'Suche:' field. The main header features the MDR logo and the word 'Kultur' in large white text. A sidebar on the left lists various categories like 'Überblick', 'Themen', 'Köpfe', 'Gesellschaft', etc. The main content area displays the article title 'Stadtmarke des Jahres 2013 Magdeburger Ottostadt-Kampagne ausgezeichnet'. Below the title is a photograph of an award ceremony where a woman is presenting a plaque to a man. The plaque reads 'otto STADTMARKE DES JAHRES 2013'. The article text describes the award and mentions the city manager Georg Bandarau and the MDR SACHSEN-ANHALT. On the right side of the article, there are social media sharing options (Facebook, Twitter, Google+) and a 'Links ins WWW' section with a link to the 'Homepage der Ottostadt Magdeburg'.

Magdeburger Ottostadt-Kampagne ausgezeichnet

Die Landeshauptstadt Magdeburg ist für ihre Ottostadt-Kampagne als "Stadtmarke des Jahres 2013" ausgezeichnet worden. Die Entscheidung gab die Jury am Donnerstagabend bei der Vergabe des Kulturmarken-Awards in Berlin bekannt.

25.10.2013, 11:00 Uhr | 02:58 min

Die Jury lobte bei der Ottostadt-Kampagne vor allem die Verbindung des Slogans aus Geschichte und Wissenschaft. Stadtmanager Georg Bandarau sagte nach der Preisverleihung zu MDR SACHSEN-ANHALT, die Auszeichnung sei eine Bestätigung auch für alle Magdeburger, die in den letzten Jahren

causales

daran mitgearbeitet haben, aus Magdeburg die Stadt zu machen, die sie jetzt ist. Magdeburgs Oberbürgermeister Lutz Trümper sagte, der Preis sei ein weiterer Beweis für die erfolgreiche Entwicklung der Ottostadt seit der Jahrtausendwende.

Die vom Stadtmarketing "Pro Magdeburg" eingereichte Bewerbung setzte sich im Finale gegen die zwei nominierten Mitbewerber Basel und Hildesheim durch. Insgesamt hatten sich neun Städte aus dem gesamten Bundesgebiet beworben.

Datum: 25.Oktober 2013

Medium: MDR Kultur

Auflage: -

Kontakt: 170.000

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

The screenshot shows the 'new business' magazine website. The main navigation bar includes: HOME, AGENTUREN, MEDIEN, NEW MEDIA, **SPONSORING**, KÖPFE, STELLENMARKT. The date is Montag, 28. Oktober 2013. There are links for Newsletter abonnieren, Abonnement, Mediadaten, and Impressum. The featured article is titled 'Wiener Sängerknaben und MuTh sind Kulturmarken 2013'. It includes a photo of the award ceremony and a list of winners: Die Wiener Sängerknaben sowie deren Konzertsaal 'Musik und Theater' (MuTh), Netzwerk RuhrKunstMuseen, Tourismus GmbH, Oberhausen, Stadtmarketing Pro Magdeburg e.V., and Udo Kittelmann.

Wiener Sängerknaben und MuTh sind Kulturmarken 2013

Die Wiener Sängerknaben sowie deren Konzertsaal "Musik und Theater" (MuTh) gewinnen die Auszeichnung "Kulturmarke des Jahres 2013". Ebenfalls ausgezeichnet wurden das Netzwerk RuhrKunstMuseen in Kooperation mit der Ruhr Tourismus GmbH, Oberhausen, als "Trendmarke des Jahres 2013" sowie das Stadtmarketing Pro Magdeburg e.V als "Stadtmarke des Jahres 2013". Udo Kittelmann, Direktor der Nationalgalerie in Berlin, wurde zudem als "Kulturmanager des Jahres 2013" geehrt.

Datum: 25. Oktober 2013	Medium: New Business
Auflage: -	Kontakt: 210.019

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



75 Jahre Markenartikel – Sonderausgabe jetzt bestellen

Event 25.10.2013

Kulturmarken-Awards: DSGV ist Kulturinvestor des Jahres



Ehrung für das Engagement des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Marktler

Die Wiener Sängerknaben und ihr neuer Konzertsaal MUTH sind die Kulturmarke des Jahres 2013. Am 24.10. wurde die Awards an der Kulturmarke-Gala im Berliner TIPI am Hauptbahnhof vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Die Wiener Sängerknaben hätten sich mit dem Band der Konzerthalle MUTH verbunden und setzen ein markenbewusstes Vorbild für Größe weltweit.



Die Wiener Sängerknaben und ihr neuer Konzertsaal MUTH sind die Kulturmarke des Jahres 2013

Die RotteKunstMuseen (Rotte Tourismus) wurde zur "Traditionsmarke des Jahres 2013" gewählt. Als "Stadtmarke des Jahres 2013" konnte sich das Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e.V. durchsetzen. Udo Hillemann, Direktor der Nationalgalerie, wurde als "Kulturmanager des Jahres 2013" geehrt. Mit der Auszeichnung "Kulturinvestor des Jahres 2013" wurde das langjährige Engagement des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands für die Sparkassen-Finanzgruppe im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Marktler gewürdigt. FördererIn des Jahres 2013 wurde der Freundeskreis des Gemaltes des Nationalmuseums – die Antike e.V.



Udo Hillemann, Direktor der Nationalgalerie, ist "Kulturmanager des Jahres 2013"

Insgesamt wurde 90 Bewerbungen von Kulturmanagern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum eingereicht. Die Preisverleihung der 8. Kulturmarke-Awards war der Höhepunkt des am 24. und 25. Oktober im Verlagsgebäude des Tagesspiegels stattfindenden Kulturinvestor-Kongresses,

dem Branchenführer Kulturmarketing und -Investment. Der Kulturmarke-Award wird unterstützt von dem Branchenführer Kulturmarketing und -Investment. Der Kulturmarke-Award wird unterstützt von dem Branchenführer Kulturmarketing und -Investment. Der Kulturmarke-Award wird unterstützt von dem Branchenführer Kulturmarketing und -Investment.

Suchen...



Markenartikel-Newsletter abonnieren

Aktuelle Ausgabe 10/2013



- Herkunfts
- Sonderhefte
- Erschließene Markensportarten
- Bestellung

Markenartikel als App: [iPhone/iPad](#) | [Android](#)

Sie suchen einen Corporate Publisher?



Im CP|GUIDE finden Sie die passenden Partner und Dienstleister für Ihre Corporate-Communications-Projekte, schnell, unkompliziert, aussagekräftig. [mehr](#)

Weitere Publikationen

(09)

causales

Kulturmarken-Awards: DSGV ist Kulturinvestor des Jahres

Ehrung für das Engagement des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert

Die Wiener Sängerknaben und ihr neuer Konzertsaal MuTh sind die Kulturmarke des Jahres 2013. Am 24.10. wurden die Awards auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Die Wiener Sängerknaben hätten sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und seien ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit.

Die RuhrKunstMuseen (Ruhr Tourismus) wurden zur "Trendmarke des Jahres 2013" gewählt. Als "Stadtmarke des Jahres 2013" konnte sich das Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e.V. durchsetzen. Udo Kittelmann, Direktor der Nationalgalerie, wurde als "Kulturmanager des Jahres 2013" geehrt. Mit der Auszeichnung "Kulturinvestor des Jahres 2013" wurde das langjährige Engagement des Deutschen Sparkassen- und Giroverband für die Sparkassen-Finanzgruppe im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert gewürdigt. "Förderverein des Jahres 2013" wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums - die Aufseßigen.

Insgesamt wurden 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum eingereicht. Die Preisverleihung der 8. Kulturmarken-Awards war der Höhepunkt des am 24. und 25. Oktober im Verlagsgebäude des Tagesspiegels stattfindenden KulturInvest-Kongresses, dem Branchentreff für Kulturmarketing und -investment. Der Kulturmarken-Award wird unterstützt von Deutsche Post DHL und Der Tagesspiegel.

Datum: 25. Oktober 2013	Medium: Markenartikel
Auflage: 3.500	Kontakt: 8.750

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

„Tipi“-Gala mit Sängerknaben

Magdeburg wird in Berlin mit dem Stadtmarken-Award 2013 ausgezeichnet / 550 Gäste im Zirkus

Otto hat gewonnen!
Gemeint ist die gleichnamige Stadtwerbung von Magdeburg. Die Kampagne bekam gestern Abend in Berlin bei einem Festakt einen Award als beste deutsche Stadtmarke.

Von Oliver Schlicht
Berlin • 19 Uhr, langsam füllt sich das „Tipi“ mit festlich gekleideten Gästen. Sekttempfänger am Eingang, dann sucht jeder sein reserviertes Plätzchen. Ein Herr vom Dombauverein aus Hildesheim, zwei Wiener Sängerknaben im Kostüm, der Chef vom Hamburger Ballett – um nur einige zu nennen. Etwa 550 Gäste stehen auf der Besucherliste. Cabaret, Varieté oder Artistik locken sonst das Publikum in die fest verbaute Zirkuszelanlage im Berliner Tiergarten unweit des Kanzleramtes von Angela Merkel. Heute Abend steht aber der „Kulturmarken Award 2013“ auf dem Programm.

Die Gala – organisiert von Causales Kulturmarketinggesellschaft in Zusammenarbeit mit der Zeitung Tagesspiegel – ist der Höhepunkt des „Kultur-Invest-Kongresses“, ein zentraler deutscher Branchentreff von Kulturmanagern und Sponsoringvermittlern in Berlin. Zum achten Mal hat sich eine 27-köpfige Jury mit Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum befasst. Sechs Awards werden vergeben. Jurychef ist Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft und Koordinator der Kulturhauptstadt „Europa Ruhr 2010“. 92 Bewerber gab es. Die Stadt Magdeburg hat es mit Basel und Hildesheim unter die Nominierten der Kategorie „Stadtmarke“ geschafft.

Gegen 20.30 Uhr wird es langsam spannend. Bei Magdeburgs Stadtmanager Georg Bandarau (l.) und dem Kulturbeauftragten der Stadt, Rüdiger Koch, freuen sich über „ihren“ Award.



Festliches Ambiente im Zirkuszelt „Tipi“. Über 500 Besucher waren gestern der Einladung zum Kulturmarken-Award 2013 nach Berlin gefolgt. Zum Anlass präsentierte der Stadtmarketingverein „Pro M“ noch am Abend das passende Plakat: Otto hat gewonnen (kl. Bild).



Zwei glückliche „Ottos“ in Berlin. Magdeburgs Stadtmanager Georg Bandarau (l.) und der Kulturbeauftragte der Stadt, Rüdiger Koch, freuen sich über „ihren“ Award. Fotos (3): Oliver Schlicht



Michael und Michael – auch zwei Wiener Sängerknaben sind nach Berlin gereist.

Die Preisträger

Sechs Auszeichnungen hat die 27-köpfige Jury aus 92 Bewerbungen 2013 ausgewählt: Die Wiener Sängerknaben und ihr neues Musiktheater gewannen die Kulturmarke. Der Museumszusammenschluss „RuhrKunstMuseum“ wurde beste Trendmarke. Magdeburg gewann die Stadtmarke. Udo Kittelmann, Chef der Berliner Nationalgalerie, wurde Kulturmanager des Jahres. Der Deutsche Sparkassen- und Giroverband wurde dank eines jährlichen Förder volumens von 150 Millionen Euro der Kulturinvestor des Jahres. Als bester Förderverein wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums Nürnberg ausgezeichnet.

und geben später vom Klavier begleitet eine Kostprobe ihres Könnens. Groß ist die Freude bei Udo Kittelmann, der als „Kulturmanager des Jahres“ geehrt wird. Kittelmann ist eigentlich gelernter Optiker. Seine Fähigkeit, Sponsoren zu begeistern, hat ihn über Frankfurt und

Hamburg zum Direktor der Berliner Nationalgalerie aufsteigen lassen.

Dann kommt der Stadtmarken-Award – and the winner is: Magdeburg. Bandarau jubelt, Koch umarmt ihn. Und Oberbürgermeister Lutz Trümper wird gleich am Telefon inform-

iert. Die 2010 gestartete Kampagne „Ottostadt“ sei ein „fantastischer Bröckenschlag in die Zukunft“, heißt es zur Begründung. „Das ist ein Preis für alle Magdeburger, die das Thema ‚Otto‘ mit Leben erfüllt haben“, freut sich Stadtmanager Georg Bandarau. Meinung

causales

Berlin | Otto hat gewonnen! Gemeint ist die gleichnamige Stadtwerbung von Magdeburg. Die Kampagne bekam Donnerstagabend in Berlin bei einem Festakt einen Award als beste deutsche Stadtmarke.

19 Uhr, langsam füllt sich das "Tipi" mit festlich gekleideten Gästen. Sektempfang am Eingang, dann sucht jeder sein reserviertes Plätzchen. Ein Herr vom Dombauverein aus Hildesheim, zwei Wiener Sängerknaben im Kostüm, der Chef vom Hamburger Ballett - um nur einige zu nennen. Etwa 550 Gäste stehen auf der Besucherliste.

Cabaret, Varieté oder Artistik locken sonst das Publikum in die fest verbaute Zirkuszeltanlage im Berliner Tiergarten unweit des Kanzleramtes von Angela Merkel. Heute Abend steht aber der "Kulturmarken Award 2013" auf dem Programm.

Festliches Ambiente im Zirkuszelt "Tipi". Über 500 Besucher waren gestern der Einladung zum Kulturmarken-Award 2013 nach Berlin gefolgt. Zum Anlass präsentierte der Stadtmarketingverein "Pro M" noch am Abend das passende Plakat: Otto hat gewonnen

Die Gala - organisiert von Causales Kulturmarketinggesellschaft in Zusammenarbeit mit der Zeitung Tagesspiegel - ist der Höhepunkt des "KulturInvest-Kongresses", ein zentraler deutscher Branchentreff von Kulturmanagern und Sponsoringvermittlern in Berlin. Zum achten Mal hat sich eine 27-köpfige Jury mit Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum befasst. Sechs Awards werden vergeben. Jurychef ist Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft und Koordinator der Kulturhauptstadt "Europa Ruhr 2010". 92 Bewerber gab es. Die Stadt Magdeburg hat es mit Basel und Hildesheim unter die Nominierten der Kategorie "Stadtmarke" geschafft.

Gegen 20.30 Uhr wird es langsam spannend. Bei Magdeburgs Stadtmanager Georg Bandarau und dem Kulturbeigeordnete Rüdiger Koch macht sich am Tisch Unruhe breit. Die Auszeichnung beginnt. Die Wiener Sängerknaben gehören dazu - zwei sind auch im Zelt und geben später vom Klavier begleitet eine Kostprobe ihres Könnens. Groß ist die Freude bei Udo Kittelmann, der als "Kulturmanager des Jahres" geehrt wird. Kittelmann ist eigentlich gelernter Optiker. Seine Fähigkeit, Sponsoren zu begeistern, hat ihn über Frankfurt und Hamburg zum Direktor der Berliner Nationalgalerie aufsteigen lassen. Dann kommt der Stadtmarken-Award - and the winner is: Magdeburg. Bandarau jubelt, Koch umarmt ihn. Und Oberbürgermeister Lutz Trümper wird gleich am Telefon informiert. Die 2010 gestartete Kampagne "Otto-stadt" sei ein "fantasievoller Brückenschlag in die Zukunft", heißt es zur Begründung. "Das ist ein Preis für alle Magdeburger, die das Thema ‚Otto‘ mit Leben erfüllt haben", freut sich Stadtmanager Georg Bandarau.

Datum: 25. Oktober 2013	Medium: Magdeburger Volksstimme
Auflage: 528.000	Kontakt: 1.320.000

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



HEADLINE

- DAS NEUE MAGAZIN FÜR WERBUNG & MARKETING -



BMW ist traurig und die Wiener Sängerknaben jubeln:

Ring frei für die besten Kulturmarken

Berlin/München – Jo-Jo-Marke BMW – zumindest im Sponsoring. Nach dem sportlichen Ausstieg bei der Formel1 und dem America's Cup, jetzt auch eine Vollbremsung in der Kultur. Das hoch gelobte BMW-Guggenheim-Lab, ein global reisendes Kreativhaus, wird eingemottet. Drei Jahre früher als geplant. Das wurde jetzt beim Berliner Kongress KulturInvest bekannt. Im vergangenen Jahr war das BMW-Projekt noch als „Kulturmarke des Jahres“ ausgezeichnet worden. Nachrichtenbörse, Thinktank und best practise - innerhalb von fünf Jahren hat sich KulturInvest als internationaler Markentreff der Kulturbranche etabliert.



Ring frei zum 5. internationalen Kongress KulturInvest: Causales-Chief Hans-Conrad Walter hat's erfunden



BAW Relaunch



München – Neuer Studiengang Sportmarketing, mit dem FC Bayern München ein neuer Kooperationspartner und weitere neue Bildungsangebote. Viel Neues an der Bayerischen Akademie für Werbung in Marketing (BAW). Im Rahmen ihres Open House stellt die Münchner Akademie den Relaunch der Marke vor und lädt dazu am 31. Oktober zum „Familientreff“. Start ist um 14 Uhr. Neben Fachreferaten und der BAW Karrieremesse ist um 19 Uhr die Relaunch-Präsentation eingeplant. Anschließend wird gezinkt und gefeiert – open end beim Open House...

ARCHIV

- PROSIT AUF DIE WIES'N
- VOLKER NICKEL IM ABSCHIEDS-INTERVIEW

Berlin/München – Jo-Jo-Marke BMW – zumindest im Sponsoring. Nach dem sportlichen Ausstieg bei der Formel1 und dem America's Cup, jetzt auch eine Vollbremsung in der Kultur. Das hoch gelobte BMW-Guggenheim-Lab, ein global reisendes Kreativhaus, wird eingemottet. Drei Jahre früher als geplant. Das wurde jetzt beim Berliner Kongress KulturInvest bekannt. Im vergangenen Jahr war das BMW-Projekt noch als „Kulturmarke des Jahres“ ausgezeichnet worden. Nachrichtenbörse, Thinktank und best practise - innerhalb von fünf Jahren hat sich KulturInvest als internationaler Markentreff der Kulturbranche etabliert.

Knapp 600 Gäste, 90 Referenten und 28 Foren: Die Berliner Agentur Causales präsentierte unter der Führung von Hans-Conrad Walter einen Blick in die Zukunft erfolgreicher Kulturvermarktung. Zum Beispiel die Berlinale. Seit über 10 Jahren betreut die ehemalige Filmproduzentin Dagmar Forelle das Sponsoring. Ihr Credo: Wer verkaufen will, muss kreativ sein. Kümmern kommt vor Kassieren. Selbst als etablierte Marke müsse man für seine Partner immer wieder neue Ansätze und Impulse liefern. So entstand 2012 für die Uhrenmarke Glashütte zur Berlinale ein Nachwuchspreis (15.000 €), weil der Sponsor mehr jugendliche Zielgruppen erreichen wollte.

causales

Der Hamburger Verleger Peter Strahlendorf (New Business) glaubt, dass die Kulturvermarktung durchs Internet neue Relevanz gewinnen wird: „Sowohl die Unternehmen als auch die Kulturanbieter erreichen durch Online viel gezielter und umfangreicher neue Zielgruppen. Auch im Segment B2B.“ Das bestätigte Birgit Härle, Head of Sponsoring und Events, bei der HypoVereinsbank. So seien bereits 150 Kunstwerke aus dem Fundus der Bank im Netz zu bewundern. Allerdings gibt es aus dem Münchner Bankhaus auch ein Warnsignal: „Die Kultur ist nach wie vor für uns ein wichtiges

Kommunikationsmittel. Aber im Gegensatz zu früher laufen unsere Eventverträge jetzt nur noch ein Jahr.“ Ein Problem, das Prof. Hans Joachim Frey so nicht kennt. Er hat 2005 für Dresden den SemperOpernball erfunden. Mit Promis, TV-Übertragung und Showprogramm wurde der Ball zum Bestseller unter Deutschlands Kulturmarken. Wichtigstes Refinanzierungstool: Die Tickets. Sie erbringen, lange vor dem Ball, 90 Prozent des Gesamtbudgets. Nicht nur junge Marken bauen mit Kreativität ihre Ertragssituation aus. Beispiel: die 131 Jahre alte Institution der Berliner Philharmoniker. Neben einem neuen Printmagazin („128) berichtete Intendant Martin Hoffmann über die neue „digitale Konzerthalle“. Sie bietet im Netz aktuell 185 Konzerte der Philharmoniker an – und 12.000 Abonnenten zahlen dafür bis zu 129,- € pro Jahr. Höhepunkt des zweitägigen Kongresses war die Auszeichnung der besten Kulturmarken während einer großen Gala im Berliner Tipi. Magdeburg wurde „Stadtmarke des Jahres“, die Ruhr Kunst Museen wurden zur „Trendmarke“ gekürt, Udo Kittelmann zum „Kulturmanager des Jahres“. Die „Kulturmarke des Jahres 2013“ sind die Wiener Sängerknaben – ein klingender Nachfolger von BMW. Peter Ehm

Datum: 25.10.2012	Medium: Headline1
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

VIENNA ONLINE
Home News Bezirk Lifestyle Sport Freizeit Party Service Immo Auto Jobs
Eine Marke von FUSSEDMEDIA News Wien Wetter Veranstaltungen Kino Lokale Video Stadtplan

Österreich in deiner Hand
Die beste Musik aller Zeiten! www.arabella.at
Radio Arabella 92,9

Vienna Online → News → Kulturmarke des Jahres 2013 geht an Wiener
1020. vienna.at
Mein Nachrichten aus Leopoldsdorf
Bezirk eingeben

25. Oktober 2013 08:16; Akt.: 25. Oktober 2013 08:16
Empfehlen 0

Kulturmarke des Jahres 2013 geht an Wiener Sängerknaben und MuTh

Kulturmarke des Jahres 2013 geht an Wiener Sängerknaben und MuTh - © APA/Lukas Beck

Die Auszeichnung "Kulturmarke des Jahres 2013" geht an die Wiener Sängerknaben und das MuTh (abgeleitet von Musik und Theater). Die Kulturmarken-Awards wurden am 24. Oktober in Berlin verliehen.

MuTh eröffnet
Sängerknaben in der Hofreitschule

Werbung
Das Nokia Lumia 1020 mit 41 Megapixeln. Mit 64GB Speicher nur bei O₂.
MEHR AUF VIENNA.AT
Sängerknaben und MuTh sind "Kulturmarke 2013"
Die Wiener Sängerknaben und der seit gut einem Jahr von ihnen bespielte neue Konzertsaal "MuTh" sind die "Kulturmarke [...] mehr »
Viennale startete in 51. Ausgabe
Die 51. Viennale, das größte österreichische Filmfestival, ist am Donnerstagabend eröffnet worden. Nach dem Trailer [...] mehr »
Heute "Palazzo"-Show startet am 30. Oktober in der Kriem
Die neue "Palazzo"-Show trägt den Titel "Herzensbrecher und Gaumenkitzler" und bietet dem Publikum ein [...]

Die Auszeichnung "Kulturmarke des Jahres 2013" geht an die Wiener Sängerknaben und das MuTh (abgeleitet von Musik und Theater). Die Kulturmarken-Awards wurden am 24. Oktober in Berlin verliehen.

Die Wiener Sängerknaben und MuTh sind die Kulturmarke des Jahres 2013. Am Donnerstagabend wurden die Awards auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben.

Sängerknaben und MuTh ausgezeichnet

causales

Seit dem 15. Jahrhundert ist es das Ziel der Wiener Sängerknaben musikalisch begabten Kindern eine gute Ausbildung zukommen zu lassen, seit knapp einem Jahr finden die Konzerte des Chors im neuen Konzertsaal MuTh statt. Die Wiener Sängerknaben haben sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und sie sind ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit. Darüber hinaus, so begründete die Jury ihre Entscheidung, ist der "Vienna Boys' Choir" für höchste künstlerische Qualität und ein lebendiges Corporate Design bekannt.

Weitere Gewinner der Kulturmarken-Awards

Die RuhrKunstMuseen (Ruhr Tourismus) wurden zur "Trendmarke des Jahres 2013" gewählt. Als "Stadtmarke des Jahres 2013" konnte sich das Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e.V. durchsetzen. Udo Kittelmann, Direktor der Nationalgalerie, wurde als "Kulturmanager des Jahres 2013" geehrt. Mit der Auszeichnung "Kulturinvestor des Jahres 2013" wurde das langjährige Engagement des Deutschen Sparkassen- und Giroverband für die Sparkassen-Finanzgruppe im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert gewürdigt. "Förderverein des Jahres 2013" wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums – die Aufseßigen.

Insgesamt wurden 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum eingereicht. Die Preisverleihung der 8. Kulturmarken-Awards war der Höhepunkt des am 24. und 25. Oktober im Verlagsgebäude des Tagesspiegels am Askanischen platz stattfindenden KulturInvest-Kongresses, dem Branchentreff für Kulturmarketing und -investment. Die Themenforen Kulturmanagement, -tourismus, -marketing, -sponsoring, -immobilien und -personal sind ein wesentlicher Bestandteil der diesjährigen Kongressarchitektur. Der Kulturmarken-Award wird unterstützt von Deutsche Post DHL und "Der Tagesspiegel".

Datum: 25. Oktober 2013	Medium: Vienna Online
Auflage: -	Kontakte: 358.278

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

Wetter | Sperrstunde | Bar | Video | Gewisspiele | TT-Digital | TT-Abo/Club | TT-Anzeigen | Anmelden

Willkommen im Club!
Ihr TT-Abo, Ihr ganz persönlicher Club-Vorteil!

Tiroler Tageszeitung ONLINE

Schick uns dein Feedback zur neuen tt.com und gewinn eines von 10 nagelneuen iPhones 5c!

ÜBERBLICK TIROL POLITIK WIRTSCHAFT PANORAMA SPORT LEBENSART IMMO JOBS MOTOR FLOHMARKT SERVICE

TT.COM > KULTUR > MUSIK > WIENER SÄNGERKNABEN UND MUTH SIND „KULTURMARKE DES JAHRES 2013“

Letztes Update am Fr, 25.10.2013 12:44 - APA / Tiroler Tageszeitung Onlineausgabe

MUSIK

Wiener Sängerknaben und MuTh sind „Kulturmarke des Jahres 2013“

Die Auszeichnung wurde am Donnerstagabend bei der Kulturmarken-Gala in Berlin im Rahmen des KulturInvest-Kongresses verliehen.

ARTIKEL DISKUSSION

Das neue Haus für Musik und Theater (MuTh) mit dem Konzertsaal der Wiener Sängerknaben, aufgenommen am Freitag, 7. Dezember 2012, in Wien. © AP/HERBERT PFARRHOFER

Facebook 0 Twitter 0

Berlin – Die Wiener Sängerknaben und der seit gut einem Jahr von ihnen bespielte neue Konzertsaal „MuTh“ sind die „Kulturmarke des Jahres 2013“. Sie konnten sich unter 92

Lesertrends aus der Kategorie

NEUESTE GELESEN KOMMENTIERT

vor 2 Stk. Mitterfinder der Anti-Baby-Pille will Anerkennung als Theaterautor

Berlin – Die Wiener Sängerknaben und der seit gut einem Jahr von ihnen bespielte neue Konzertsaal „MuTh“ sind die „Kulturmarke des Jahres 2013“. Sie konnten sich unter 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum durchsetzen. Die Auszeichnung wurde am Donnerstagabend bei der Kulturmarken-Gala in Berlin im Rahmen

causales

des KulturInvest-Kongresses verliehen.

„Die Wiener Sängerknaben haben sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und sie sind ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit“, heißt es in einer Aussendung zur Juryentscheidung. Darüber hinaus sei der im 15. Jahrhundert begründete „Vienna Boys‘ Choir“ für höchste künstlerische Qualität und ein lebendiges Corporate Design bekannt. 2011 war mit dem Burgtheater bereits einmal eine österreichische Institution ausgezeichnet worden.

Zur „Trendmarke des Jahres 2013“ wurde die RuhrKunstMuseen (Ruhr Tourismus) gewählt, als „Stadtmarke des Jahres 2013“ konnte sich das Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V. durchsetzen. Nationalgalerie-Direktor Udo Kittelmann wurde als „Kulturmanager des Jahres 2013“ geehrt, „Förderverein des Jahres 2013“ wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums - die Aufseßigen. Außerdem wurde der Deutsche Sparkassen- und Giroverband als „Kulturinvestor des Jahres 2013“ für das langjährige Engagement im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert ausgezeichnet. (APA)

Datum: 25. Oktober 2013

Medium: Tiroler Tageszeitung

Auflage: 270.000

Kontakt: 675.000

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

Salzburger Nachrichten
Freitag, 25. Oktober 2013 letztes Update: 11:20 Uhr

ÜBERSICHT WELT **ÖSTERREICH** SALZBURG Beste-Stellen Beste-Immobilien Tauer Partnersuche Reisen

WIRTSCHAFT SPORT POLITIK **KULTUR** CHRONIK LIFESTYLE FREIZEIT GESUNDHEIT

ÖSTERREICH | KULTUR

Sängerknaben und MuTh sind "Kulturmarke 2013"

Von Axel 25.10.2013 - 11:03 | [Kommentieren](#)

Die Wiener Sängerknaben und der seit gut einem Jahr von ihnen bespielte neue Konzertsaal "MuTh" sind die "Kulturmarke des Jahres 2013". Sie konnten sich unter 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum durchsetzen. Die Auszeichnung wurde am Donnerstag bei der Kulturmarken-Gala in Berlin im Rahmen des KulturInvest-Kongresses verliehen.

MuTh
Konzertsaal der Wiener Sängerknaben

Internationale Auszeichnung. BILD: SWARZ (PFAHRHOFER), HOSSBIRT (PFAHRER)

"Die Wiener Sängerknaben haben sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und sie sind ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit", heißt es in einer Aussendung zur Juryentscheidung. Darüber hinaus sei der im 15. Jahrhundert begründete "Vienna Boys' Choir" für höchste künstlerische Qualität und ein lebendiges Corporate Design bekannt. 2011 war mit dem Burgtheater bereits einmal eine österreichische Institution ausgezeichnet worden.

Zur "Trendmarke des Jahres 2013" wurde die RuhrKunstMuseen (Ruhr Tourismus) gewählt, als "Stadtmarke des Jahres 2013" konnte sich das Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e.V. durchsetzen. Nationalgalerie-Direktor Udo Kittelmann wurde als "Kulturmanager des Jahres 2013" geehrt, "Förderverein des Jahres 2013" wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums - die Aufseßigen. Außerdem wurde der Deutsche Sparkassen- und Giroverband als "Kulturinvestor des Jahres 2013" für das langjährige Engagement im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert ausgezeichnet.

Suchen

VERWANDTE ARTIKEL

SOZIALENETZWERKE

Facebook Salzburger Nachrichten [Geteilte mit 49.496](#)

Twitter @salzburg_nachrichten [5.506 Follower](#)

Google+ Wir sind auf Folgen

MEISTGELESEN	KOMMENTIERT	EMPFOHLEN
CHRONIK	Die besten Bilder des Tages	
POLITIK	Stadtautobahn: Rössler will Tempo 80...	
POLITIK	Tempo 80 auf der Stadtautobahn...	
CHRONIK	Neuer ÖBB-Fahrplan rückt Salzburg in...	
SPORT	Red Bull Salzburg will Sargneggler für...	

FREIZEIT

Elevens - das Kartenspiel!
Das "Gewinnspiel des Monats" ist schon legendär unter unseren Usern. Einfach spielen und Hotelaufenthalt gewinnen! >

Was bringen die Sterne?
Wer möchte nicht schon am frühen Morgen wissen, was der Tag für Überraschungen bereithält? Unser Horoskop gibt einen Ausblick! >

WERBUNG ANZEIGEN >

Ärzte lassen diesen Vater - Warum?
Der stolze Vater verlor plötzlich alle seine Kinder. Wie kam es dazu? Ein Trick um seine Rechte zu behalten? Warum wird aus Normalbürgern dieser Tipp... mehr

Die Wiener Sängerknaben und der seit gut einem Jahr von ihnen bespielte neue Konzertsaal "MuTh" sind die "Kulturmarke des Jahres 2013".

causales

Sie konnten sich unter 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum durchsetzen. Die Auszeichnung wurde am Donnerstag bei der Kulturmarken-Gala in Berlin im Rahmen des KulturInvest-Kongresses verliehen.

"Die Wiener Sängerknaben haben sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und sie sind ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit", heißt es in einer Aussendung zur Juryentscheidung. Darüber hinaus sei der im 15. Jahrhundert begründete "Vienna Boys' Choir" für höchste künstlerische Qualität und ein lebendiges Corporate Design bekannt. 2011 war mit dem Burgtheater bereits einmal eine österreichische Institution ausgezeichnet worden.

Zur "Trendmarke des Jahres 2013" wurde die RuhrKunstMuseen (Ruhr Tourismus) gewählt, als "Stadtmarke des Jahres 2013" konnte sich das Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e.V. durchsetzen. Nationalgalerie-Direktor Udo Kittelmann wurde als "Kulturmanager des Jahres 2013" geehrt, "Förderverein des Jahres 2013" wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums - die Aufseßigen. Außerdem wurde der Deutsche Sparkassen- und Giroverband als "Kulturinvestor des Jahres 2013" für das langjährige Engagement im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert ausgezeichnet.

Datum: 25. Oktober 2013

Medium: Salzburger Nachrichten

Auflage: 68.351

Kontakt: 170.878

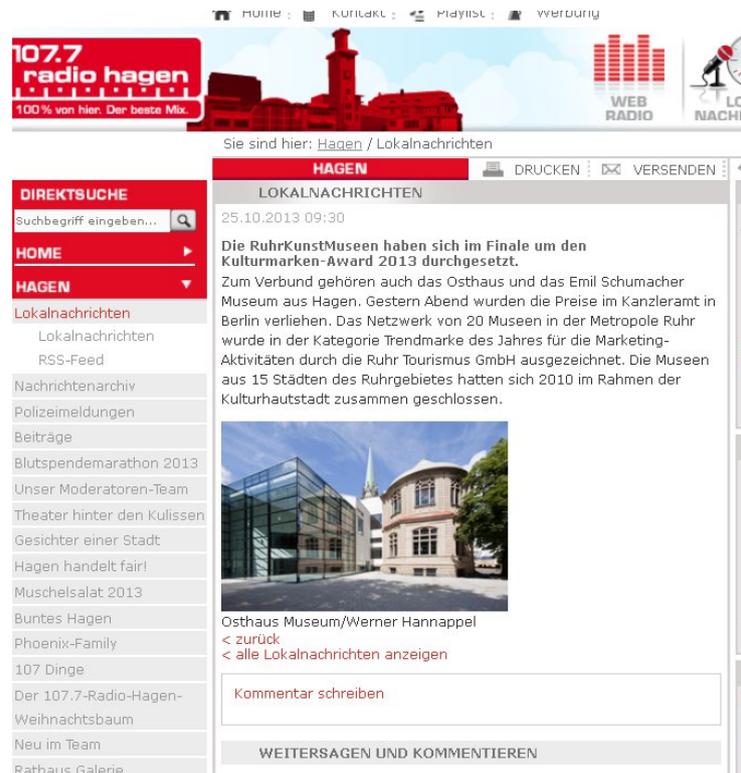
causales

<p>Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH</p> <p>Kulturmarken-Award 2013</p>	
	
<p>Die RuhrKunstMuseen sind jetzt preisgekrönt.</p> <p>Sie wurden bei der Verleihung des Kulturmarken-Preises als Trendmarke des Jahres ausgezeichnet. Zu dem Museenverbund gehört auch die Oberhausener Ludwig Galerie. Eine Jury hat die Preisträger aus 92 Bewerbungen ausgewählt. Der Preis wird u.a. für besondere Marketingstrategien vergeben. Für den Sprecher der RuhrKunstMuseen Golinski ein positives Signal: der Preis zeige, wie wichtig es sei, sich für die kulturelle Vielfalt im Ruhrgebiet einzusetzen.</p>	
<p>Datum: 25.Oktober 2013</p>	<p>Medium: Radio Oberhausen</p>
<p>Auflage: -</p>	<p>Kontakt: 16.000</p>

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Die RuhrKunstMuseen haben sich im Finale um den Kulturmarken-Award 2013 durchgesetzt

Zum Verbund gehören auch das Osthaus und das Emil Schumacher Museum aus Hagen. Gestern Abend wurden die Preise im Kanzleramt in Berlin verliehen. Das Netzwerk von 20 Museen in der Metropole Ruhr wurde in der Kategorie Trendmarke des Jahres für die Marketing-Aktivitäten durch die Ruhr Tourismus GmbH ausgezeichnet. Die Häuser aus 15 Städten des Ruhrgebietes hatten sich 2010 im Rahmen der Kulturhauptstadt zusammen geschlossen. Mit ihren Kunstsammlungen des 20. und 21. Jahrhunderts bilden die national und international arbeitenden Kunstmuseen des Ruhrgebiets eine einzigartige Museumslandschaft, die Kultur- und Städtereisende aus ganz Europa anzieht, so die Begründung.

Datum: 25. Oktober 2013	Medium: Radio Hagen
Auflage: -	Kontakt: 19.000

NACHRICHTEN DER WOCHE

MAGDEBURGER SONNTAG

Freitag, 25. Oktober 2013

HOME | **LOKALES** | KULTUR | SPORT | RATGEBER | JOB&BILDUNG | KLEINANZEIGEN | APOTHEKEN-NOTDIENSTE | ÄRZTE NOTDIENSTE | TIERÄRZTE NOTDIENSTE

ARCHIV | MEDIADATEN | ZUSTELLUNG | REDAKTION

25.10.13: Stadtmarke des Jahres 2013

Magdeburg-Marketing ausgezeichnet

Berlin/Magdeburg. Die Landeshauptstadt Magdeburg ist für ihre Ottostadt-Kampagne als "Stadtmarke des Jahres 2013" ausgezeichnet worden. Die Entscheidung der Jury ist am 24. Oktober 2013 bei der Vergabe des Kulturmarken-Awards bekannt gegeben worden.

Die vom Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e. V. eingereichte Bewerbung setzte sich im Finale gegen die zwei nominierten Mitbewerber Basel und Hildesheim durch. Insgesamt hatten sich neun Städte aus dem gesamten Bundesgebiet beworben. Im Berliner TIPI am Bundeskanzleramt nahmen Bürgermeister Dr. Rüdiger Koch und Stadtmanager Georg Bandarau vor mehr als 550 Vertretern aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Ehrung entgegen. Das Magdeburger Stadtmarketing wurde für die "identitätsstiftende Standortmarkenstrategie, eine außergewöhnliche Markenpositionierung, Markenerscheinung, Markenkommunikation und Kampagnenführung" mit dem undotierten Preis geehrt. Der Titel gilt als wichtiger Preis im deutschsprachigen Kultur- und Stadtmanagement. "Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung, die beweist, dass wir wirklich zur Ottostadt geworden sind und gleichzeitig die Entwicklung Magdeburgs als dynamische, lebenswerte, kulturvolle und moderne Stadt hervorhebt", so Bürgermeister Dr. Rüdiger Koch. "Diese Auszeichnung würdigt nicht nur unsere Arbeit als Stadtmarketing, sondern das Engagement aller, die dafür gesorgt haben, dass die Dachmarke Ottostadt Magdeburg lebendig geworden ist", erklärte Georg Bandarau, Geschäftsführer des Stadtmarketings. Für Oberbürgermeister Dr. Lutz Trümper ist der Preis ein weiterer Beweis für die erfolgreiche Entwicklung der Ottostadt seit der Jahrtausendwende: "Dieser Preis komplettiert die Reihe der Auszeichnungen, die Magdeburg, als 'dynamischste Großstadt Deutschlands' und 'Kommune des Jahres' erhalten hat." Der Kulturmarken-Award und die Kulturmarken-Gala sind die Höhepunkte des KulturInvest-Kongresses, eines Branchentreffs für Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring im deutschsprachigen Raum. Eine 27-köpfige Jury hat sich am 24. Oktober 2013 im TIPI am Bundeskanzleramt in Berlin getroffen.

FEEDBACK

Sie haben uns etwas mitzuteilen, Probleme mit dem Verteiler oder wollen einfach mal nur loben...

Betreff *

Name *

E-Mail *

Telefon

Nachricht *

Wie viel ist *

 **RSS-FEEDS**

[700-Nachrichten aus Magdeburg](#)

Magdeburg Marketing ausgezeichnet

Berlin/Magdeburg. Die Landeshauptstadt Magdeburg ist für ihre Ottostadt-Kampagne als "Stadtmarke des Jahres 2013" ausgezeichnet worden. Die Entscheidung der Jury ist am 24. Oktober 2013 bei der Vergabe des Kulturmarken-Awards bekannt gegeben worden.

Die vom Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e. V. eingereichte Bewerbung setzte sich im Finale gegen die zwei nominierten Mitbewerber Basel und Hildesheim durch. Insgesamt hatten sich neun Städte aus dem gesamten Bundesgebiet beworben. Im Berliner TIPI am Bundeskanzleramt nahmen Bürgermeister Dr. Rüdiger Koch und Stadtmanager Georg Bandarau vor mehr als 550 Vertretern aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Ehrung entgegen. Das Magdeburger Stadtmarketing wurde für die "identitätsstiftende Standortmarkenstrategie, eine außergewöhnliche Markenpositionierung, Markenerscheinung, Markenkommunikation und Kampagnenführung" mit dem undotierten Preis geehrt. Der Titel gilt als wichtiger Preis im deutschsprachigen Kultur- und Stadtmanagement. "Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung, die beweist, dass wir wirklich zur Ottostadt geworden sind und gleichzeitig die Entwicklung Magdeburgs als dynamische, lebenswerte, kulturvolle und moderne Stadt

causales

hervorhebt", so Bürgermeister Dr. Rüdiger Koch. "Diese Auszeichnung würdigt nicht nur unsere Arbeit als Stadtmarketing, sondern das Engagement aller, die dafür gesorgt haben, dass die Dachmarke Ottostadt Magdeburg lebendig geworden ist", erklärte Georg Bandarau, Geschäftsführer des Stadtmarketings. Für Oberbürgermeister Dr. Lutz Trümper ist der Preis ein weiterer Beweis für die erfolgreiche Entwicklung der Ottostadt seit der Jahrtausendwende: "Dieser Preis komplettiert die Reihe der Auszeichnungen, die Magdeburg, als 'dynamischste Großstadt Deutschlands' und ‚Kommune des Jahres‘ erhalten hat." Der Kulturmarken-Award und die Kulturmarken-Gala sind die Höhepunkte des KulturInvest-Kongresses, eines Branchentreffs für Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring im deutschsprachigen Raum. Eine 27-köpfige Expertenjury aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und den führenden Fachmedien unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft und Koordinator der Kulturhauptstadt Europa Ruhr 2010 hatte den Gewinner ermittelt. Kriterien für die Wettbewerbsbeiträge waren neben Markenidentität, Marken-erscheinung und Markenkompetenz auch die kreative Form der Vermittlung und Investition.

Datum: 25. Oktober 2013	Medium: Magdeburger Sonntag
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Home Blog WebTV Kolumne NewsPort Events

News-Port

Die Wiener Sängerknaben und MuTh gewinnen die Auszeichnung "Kulturmarke des Jahres 2013"

Freitag, den 25. Oktober 2013 um 10:44 Uhr

f Gefällt mir 0

+1 0

Social Plugins: Facebook, Dribbble, Blogger, Flickr, Google+, LinkedIn, SoundCloud, Twitter, YouTube

Die Wiener Sängerknaben und MuTh sind die Kulturmarke des Jahres 2013. Heute Abend wurden die Awards auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Seit dem 15. Jahrhundert ist es das Ziel der Wiener Sängerknaben musikalisch begabten Kindern eine bestmögliche Ausbildung zukommen zu lassen, seit knapp einem Jahr finden die Konzerte des Chors im neuen Konzertsaal MuTh statt. Die Wiener Sängerknaben haben sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und sie sind ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit. Darüber hinaus, so begründete die Jury ihre Entscheidung, ist der "Vienna Boys' Choir" für höchste künstlerische Qualität und ein lebendiges Corporate Design bekannt.

Die RuhrKunstMuseen (Ruhr Tourismus) wurden zur "Trendmarke des Jahres 2013" gewählt. Als "Stadtmarke des Jahres 2013" konnte sich das Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e.V. durchsetzen. Udo Kittelmann, Direktor der Nationalgalerie, wurde als "Kulturmanager des Jahres 2013" geehrt. Mit der Auszeichnung "Kulturinvestor des Jahres 2013" wurde das langjährige Engagement des Deutschen Sparkassen- und Giroverband für die Sparkassen-Finanzgruppe im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert gewürdigt. "Förderverein des Jahres 2013" wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums - die Aufseßigen.

Insgesamt wurden 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum eingereicht. Die Preisverleihung der 8. Kulturmarken-Awards war der Höhepunkt des am 24. und 25. Oktober im Verlagsgebäude des Tagesspiegels am Askaniischen Platz stattfindenden KulturInvest-Kongresses, dem Branchentreff für Kulturmarketing und -investment. Die Themenforen Kulturmanagement, -tourismus, -marketing, -sponsoring, -immobilien und -personal sind ein wesentlicher Bestandteil der diesjährigen Kongressarchitektur. Der Kulturmarken-Award wird unterstützt von Deutsche Post DHL und "Der Tagesspiegel".

Quelle: Causales GmbH

Suchen...

Kultur-Tipp der Redaktion

add art – Hamburger Unternehmen zeigen und fördern Kunst

AktionsPort - Gewinnspiele

→ Weinpaket "Schleusenwärter"

Anzeige



Die Wiener Sängerknaben und MuTh gewinnen die Auszeichnung „Kulturmarke des Jahres 2013“

Die Wiener Sängerknaben und MuTh sind die Kulturmarke des Jahres 2013. Heute Abend wurden die Awards auf der Kulturmarken-Gala im Berliner TIPI am Kanzleramt vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Seit dem 15. Jahrhundert ist es das Ziel der Wiener Sängerknaben musikalisch begabten Kindern eine bestmögliche Ausbildung zukommen zu lassen, seit knapp einem Jahr finden die Konzerte des Chors im neuen Konzertsaal MuTh statt. Die Wiener Sängerknaben haben sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und sie sind ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit. Darüber hinaus, so begründete die Jury ihre Entscheidung, ist der "Vienna Boys' Choir" für höchste künstlerische Qualität und ein lebendiges Corporate Design bekannt.

causales

Die RuhrKunstMuseen (Ruhr Tourismus) wurden zur "Trendmarke des Jahres 2013" gewählt. Als "Stadtmarke des Jahres 2013" konnte sich das Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e.V. durchsetzen. Udo Kittelmann, Direktor der Nationalgalerie, wurde als "Kulturmanager des Jahres 2013" geehrt. Mit der Auszeichnung "Kulturinvestor des Jahres 2013" wurde das langjährige Engagement des Deutschen Sparkassen- und Giroverband für die Sparkassen-Finanzgruppe im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert gewürdigt. "Förderverein des Jahres 2013" wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums - die Aufseßigen.

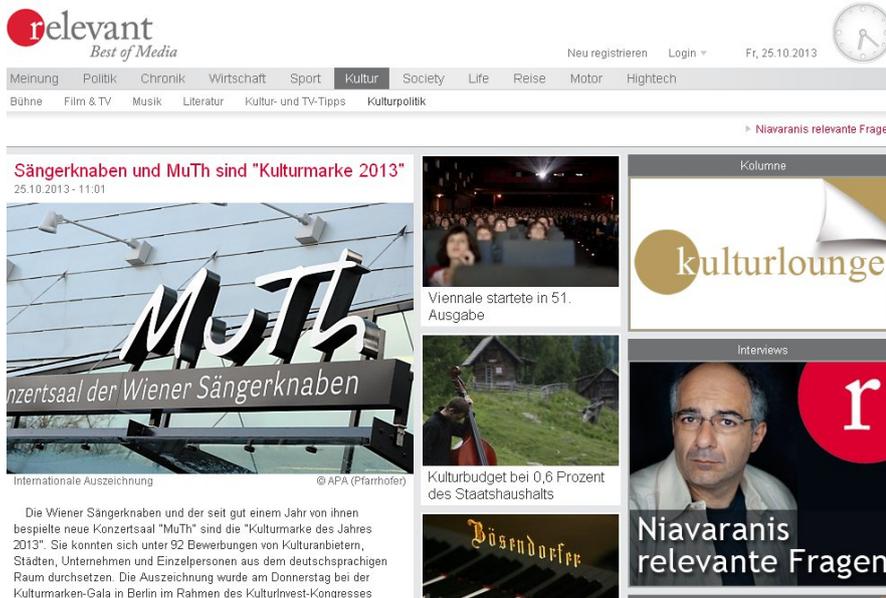
Insgesamt wurden 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum eingereicht. Die Preisverleihung der 8. Kulturmarken-Awards war der Höhepunkt des am 24. und 25. Oktober im Verlagsgebäude des Tagesspiegels am Askanischen Platz stattfindenden KulturInvest-Kongresses, dem Branchentreff für Kulturmarketing und -investment. Die Themenforen Kulturmanagement, -tourismus, -marketing, -sponsoring, -immobilien und -personal sind ein wesentlicher Bestandteil der diesjährigen Kongressarchitektur. Der Kulturmarken-Award wird unterstützt von Deutsche Post DHL und "Der Tagesspiegel".

Datum: 25. Oktober 2013	Medium: Kulturport
Auflage: -	Kontakte: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Sängerknaben und MuTh sind „Kulturmarke 2013“

Die Wiener Sängerknaben und der seit gut einem Jahr von ihnen bespielte neue Konzertsaal "MuTh" sind die "Kulturmarke des Jahres 2013". Sie konnten sich unter 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum durchsetzen. Die Auszeichnung wurde am Donnerstag bei der Kulturmarken-Gala in Berlin im Rahmen des KulturInvest-Kongresses verliehen. "Die Wiener Sängerknaben haben sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und sie sind ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit", heißt es in einer Aussendung zur Juryentscheidung. Darüber hinaus sei der im 15. Jahrhundert begründete "Vienna Boys' Choir" für höchste künstlerische Qualität und ein lebendiges Corporate Design bekannt. 2011 war mit dem Burgtheater bereits einmal eine österreichische Institution ausgezeichnet worden. Zur "Trendmarke des Jahres 2013" wurde die Ruhr-KunstMuseen (Ruhr Tourismus) gewählt, als "Stadtmarke des Jahres 2013" konnte sich das Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e.V. durchsetzen. Nationalgalerie-Direktor Udo Kittelmann wurde als "Kulturmanager des Jahres 2013" geehrt, "Förderverein des Jahres 2013" wurde der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums - die Aufseßigen. Außerdem wurde der Deutsche Sparkassen- und Giroverband als "Kulturinvestor des Jahres 2013" für das langjährige Engagement im Rahmen des Wettbewerbs Jugend Musiziert ausgezeichnet.

Datum: 25. Oktober 2013

Medium: relevant

Auflage: -

Kontakt: -

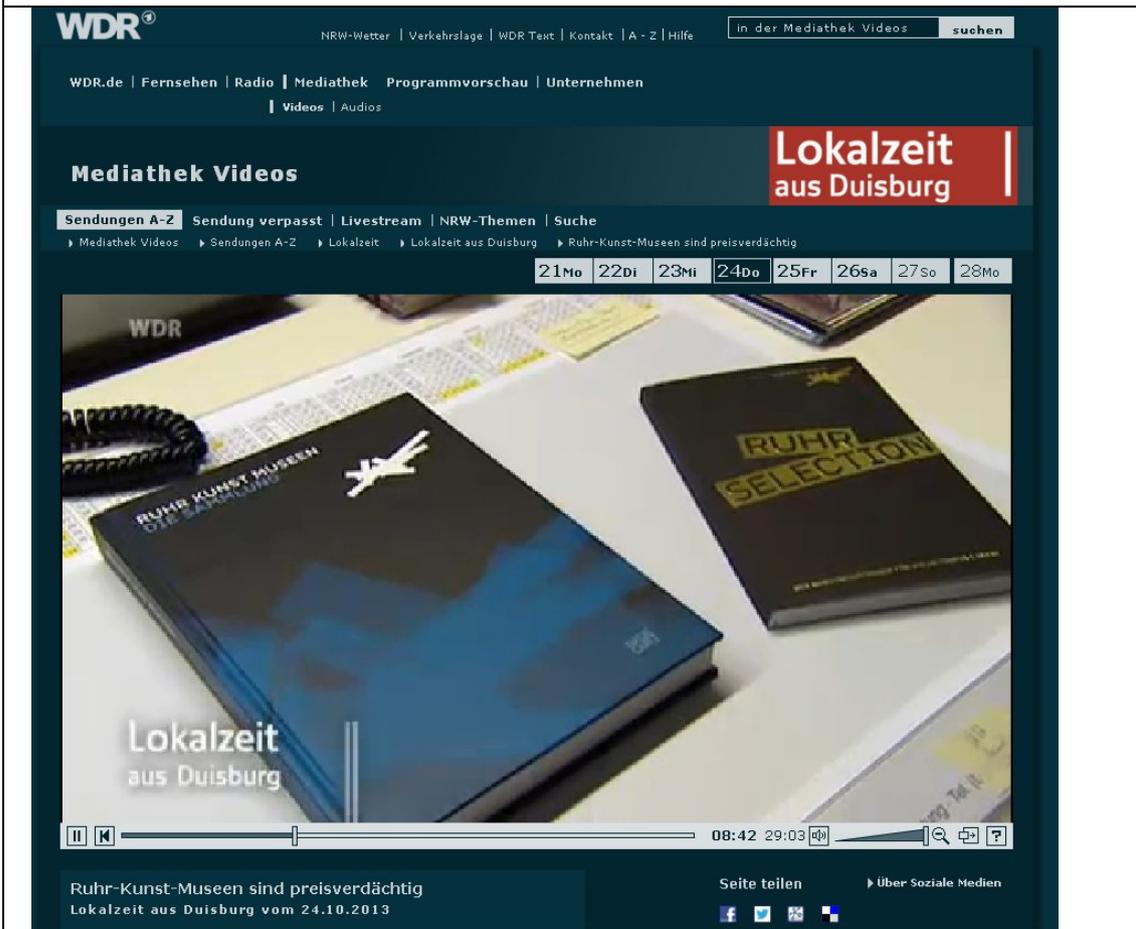
causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH	
Kulturmarken-Award 2013	
 <p>The screenshot shows a news article from ORF.at. The title is "Sängerknaben und MuTh sind „Kulturmarke des Jahres 2013“". The text describes the award ceremony and the winners: the Vienna Boys' Choir and the Konzerthalle MuTh. It also mentions other winners like RuhrKunstMuseen and Stadtmarketing „Pro Magdeburg“.</p>	
<p>Sängerknaben und MuTh sind „Kulturmarke des Jahres 2013“</p> <p>Die Wiener Sängerknaben und ihre Konzerthalle MuTh sind die Kulturmarke des Jahres 2013. Die Auszeichnung wurde gestern Abend auf der Kulturmarken-Gala vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Die Wiener Sängerknaben haben sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und sind ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit, lautet die Begründung der Jury. Darüber hinaus ist der „Vienna Boys' Choir“ für höchste künstlerische Qualität und ein lebendiges Corporate Design bekannt.</p> <p>Zur „Trendmarke des Jahres 2013“ wurden die RuhrKunstMuseen (Ruhr Tourismus) gewählt. Als „Stadtmarke des Jahres 2013“ konnte sich das Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V. durchsetzen. Insgesamt wurden für die Awards 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum eingereicht.</p> <p>24.10.2013 Seitenanfang ▲</p>	
<p>Sängerknaben und MuTh sind „Kulturmarke des Jahres 2013“</p> <p>Die Wiener Sängerknaben und ihre Konzerthalle MuTh sind die Kulturmarke des Jahres 2013. Die Auszeichnung wurde gestern Abend auf der Kulturmarken-Gala vor 500 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Die Wiener Sängerknaben haben sich mit dem Bau der Konzerthalle MuTh neu erfunden und sind ein markenbewusstes Vorbild für Chöre weltweit, lautet die Begründung der Jury. Darüber hinaus ist der „Vienna Boys' Choir“ für höchste künstlerische Qualität und ein lebendiges Corporate Design bekannt.</p> <p>Zur „Trendmarke des Jahres 2013“ wurden die RuhrKunstMuseen (Ruhr Tourismus) gewählt. Als „Stadtmarke des Jahres 2013“ konnte sich das Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V. durchsetzen. Insgesamt wurden für die Awards 92 Bewerbungen von Kulturanbietern, Städten, Unternehmen und Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum eingereicht.</p>	
Datum: 24. Oktober 2013	Medium: ORF
Auflage: -	Kontakt: 83.333

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

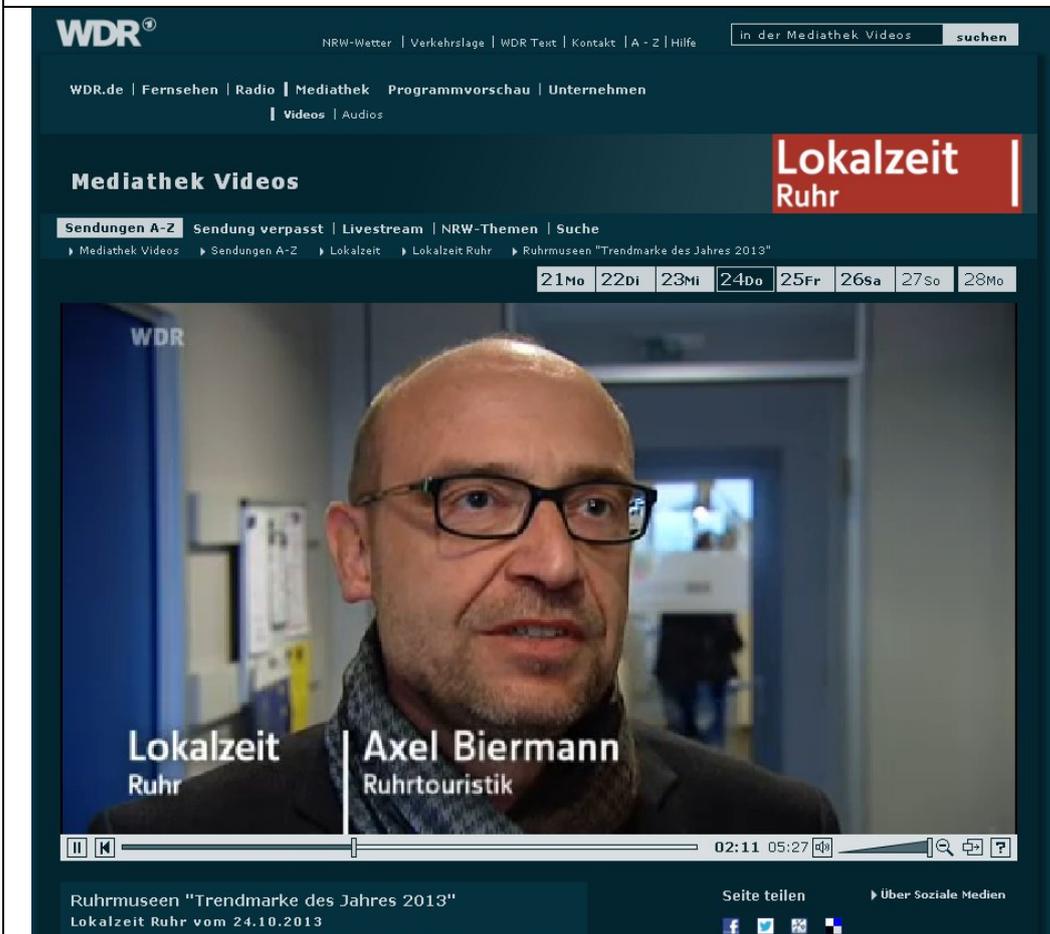


Datum: 24. Oktober 2013	Medium: WDR
Auflage: -	Kontakt: 13.950.000

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Datum: 24. Oktober 2013	Medium: WDR
Auflage: -	Kontakt: 13.950.000

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

The screenshot shows a news article from the 'Weser Kurier' website. The article is titled 'Worpswede als "Kulturmarke des Jahres" nominiert' and is dated 14.10.2013. The author is Lars Fischer. The article text describes the nomination of Worpswede as the 'Cultural Brand of the Year' 2013. It mentions the collaboration between the Museumsverband and the Worpsweder Tourismus- und Kulturmarketing-Gesellschaft (WTG) for the marketing of the artist village. The text highlights the different focuses and the successful reorientation of the location through a master plan, which has changed the requirements for the WTG. A corresponding concept is currently not available. The article includes a photo of a woman looking at art in a gallery, a 'Quiz' section with the question 'Was Sie für den Jagdse wissen müssen', and a 'Sonderthemen' section with the title 'Tipps, Termine und Info'.

Abo & Service | Abocard | E-Paper

Suchbegriff eingeben ... **Suchen!** Login | Re

WESER KURIER BREMEN REGION NEWS WERDER SPORT FREIZEIT RATGEBER ANZEIGEN ABO WE KU

Delmenhorst Osterholz Verden Diepholz Oldenburg Rotenburg Wesermarsch Niedersachsen Zeitungen

» Startseite » Region » Osterholz » Worpswede als "Kulturmarke des Jahres" nominiert

Landkreis Osterholz - 14.10.2013

Worpswede als "Kulturmarke des Jahres" nominiert

Von Lars Fischer

Worpswede. Mit dem Museumsverband und der Worpsweder Tourismus- und Kulturmarketing-Gesellschaft (WTG) arbeiten zwei Organisationen an der Vermarktung des Künstlerdorfs. Die Schwerpunkte sind unterschiedlich, die Übergänge fließend. Mit der – erfolgreichen – Neuausrichtung des Orts durch den Masterplan haben sich die Anforderungen an die WTG verändert. Ein entsprechendes Konzept gibt es dafür allerdings bislang nicht.

F Empfehlen Tweet +1 i

 Mit der Gründung des Worpsweder Museumsverbands, einem Verein, in dem neben den vier großen Museen im Ort auch Gemeinde und Landkreis involviert sind, gelang es, die Attraktionen des Künstlerorts „unter einen Hut“ zu bekommen“. Im Vogeler-Jahr 2012 präsentierte sich der Ort für rund 15 Millionen Euro runderneuerte Ort erstmals unter der neuen Dachmarke „Worpswede – Das Künstlerdorf“. Über 71000 Besucher sahen die Ausstellung in den vier Häusern: eine Steigerung von 75 Prozent gegenüber 2009, dem letzten Jahr vor der Modernisierung und Neuausrichtung.

© Hans-Henning Hasselberg

Kultur ist die wichtigste Säule für den Tourismus-Standort Worpswede. Im Museumsverband sind die größten Häuser im Künstlerdorf vereint, für das Wirken der Tourismus- und Kulturmarketing-Gesellschaft (WTG) wird aber ein neues Konzept gefordert.

Die inhaltliche und terminliche Abstimmung der großen Häuser und eine gemeinsame Vermarktungsstrategie sind erfolgreich. So erfolgreich, dass die Worpsweder Museen bei der Ausschreibung zur „Kulturmarke des Jahres“ nominiert wurden. Aus 22 Bewerbern ermittelt eine

Testen Sie Ihr Wissen

 Was Sie für den Jagdse wissen müssen

 Wie gut kennen Sie Niedersachsen?

Sonderthemen

Tipps, Termine und Info

Worpswede. Mit dem Museumsverband und der Worpsweder Tourismus- und Kulturmarketing-Gesellschaft (WTG) arbeiten zwei Organisationen an der Vermarktung des Künstlerdorfs. Die Schwerpunkte sind unterschiedlich, die Übergänge fließend. Mit der – erfolgreichen – Neuausrichtung des Orts durch den Masterplan haben sich die Anforderungen an die WTG verändert. Ein entsprechendes Konzept gibt es dafür allerdings bislang nicht.

Mit der Gründung des Worpsweder Museumsverbands, einem Verein, in dem neben den vier großen Museen im Ort auch Gemeinde und Landkreis involviert sind, gelang es, die Attraktionen des Künstlerorts „unter einen Hut“ zu bekommen“. Im Vogeler-Jahr 2012 präsentierte sich der Ort für rund 15 Millionen Euro runderneuerte Ort erstmals unter der neuen Dachmarke „Worpswede – Das Künstlerdorf“. Über 71000 Besucher sahen die Ausstellung in den vier Häusern: eine Steigerung von 75 Prozent gegenüber 2009, dem letzten Jahr vor der Modernisierung und Neuausrichtung.

causales

Die inhaltliche und terminliche Abstimmung der großen Häuser und eine gemeinsame Vermarktungsstrategie sind erfolgreich. So erfolgreich, dass die Worpsweder Museen bei der Ausschreibung zur „Kulturmarke des Jahres“ nominiert wurden. Aus 22 Bewerbern ermittelt eine Expertenjury unter dem Vorsitz von Kulturmanager und Pianist Oliver Scheytt die Preisträger, Worpswede steht neben dem Hamburger Ballett von John Neumeier und den Wiener Sängerknaben zur Wahl. Die Sieger werden am 24. Oktober in Berlin geehrt.

Schwenke: Praxis wichtiger

Der Museumsverbund wurde bislang komplett durch den Masterplan finanziert. Bedingung für die EU-Förderung war von vornherein, dass nach Abschluss des Förderzeitraums der Verbund weiter bestehen muss – sonst werden sämtliche Gelder zurückverlangt. Die Förderung lief Mitte dieses Jahres aus, der Fortbestand ist aber politisch gewollt und auch durch entsprechende Beschlüsse gedeckt. Ebenfalls beschlossen hat der Rat, dass ein neues Konzept für die Worpsweder Tourismus- und Kulturmarketing-Gesellschaft (WTG) erarbeitet werden muss – im Dezember 2012. Durch das Wirken des Museumsverbunds einerseits und die mit der Neupositionierung der Marke Worpswede veränderten Voraussetzungen andererseits bestehe hier Handlungsbedarf, befanden die Lokalpolitiker damals einmütig. Außerdem war Ende des vergangenen Jahres der Etat der WTG aus den Fugen geraten. Es musste ein Haushaltsnachtrag beschlossen werden, um die laufenden Kosten zu decken. Personal wurde abgebaut und die Öffnungszeiten der Touristeninformation im Philine-Vogeler-Haus verkürzt. Geknüpft war die Bewilligung der fehlenden 30000 Euro an ein „mittelfristig tragfähiges Konzept“, das bis zum April 2013 vorgelegt werden sollte. Hier nahm der Rat Bürgermeister Stefan Schwenke in seiner Funktion als Geschäftsführer der WTG in die Pflicht. Anfang des Jahres gab es einen ersten Workshop, um Ideen zu entwickeln, da sich die Fraktionen einig waren, den Prozess gemeinsam tragen zu wollen. Eine geplante Fortsetzung habe bis heute ebenso wenig stattgefunden, wie es ein Konzept gäbe, moniert Jochen Semken von der Unabhängigen Wählergemeinschaft (UWG). Er hat bei der jüngsten Ratssitzung danach gefragt. Schwenkes Antwort, man arbeite daran, stellte ihn nicht zufrieden. Semken sieht dringenden Handlungsbedarf, denn er will wissen, ob Worpswede für das kommende Jahr, in dem das Großereignis „125 Jahre Künstlerkolonie“ ansteht, vernünftig aufgestellt ist. Die Gemeinde finanziert die WTG komplett und hält 93 Prozent der Unternehmensanteile an der GmbH. „Wer die Musik bezahlt, will wenigstens wissen, was gespielt wird“, begründet Semken seine Nachfrage. Nachdem die Gemeinde wegen der Baustelle Bergstraße die Tourismusabgabe, die alle ortsansässigen Unternehmen zu leisten haben, ausgesetzt hatte, werde sie jetzt wieder erhoben. Gleichzeitig würden die Leistungen der WTG heruntergefahren – das passt nach Semkens Ansicht nicht zusammen. Schwenke sieht das alles gelassener. Man sei auf einem guten Weg, die WTG sei wirtschaftlich konsolidiert, und die Zusammenarbeit funktioniere in der Praxis. Das sei ihm wichtiger als ein Papier, auf dem „Konzept“ stehe, so Schwenke.

Datum: 14. Oktober 2013	Medium: Weser Kurier
Auflage: 496.000	Kontakt: 1.240.000

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Basler Stadtmarke für Wettbewerb nominiert

BASEL (BZ). "Basel Culture Unlimited" ist beim Kulturmarken-Award, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investments im deutschsprachigen Raum als Stadtmarke des Jahres nominiert. Basel Tourismus freut sich in einer Mitteilung über die Nominierung und betrachtet diese als Bestätigung dafür, mit der 2002 eingeführten Marke "Basel Culture Unlimited" und dem Kommunikationsschwerpunkt Kultur auf dem richtigen Weg zu sein. Aus 92 Bewerbern hat eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien in der vergangenen Woche 18 Nominierte in sechs Kategorien ausgewählt. Die Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und für die engagiertesten Kulturmanager in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Preisträger werden am 24. Oktober in Berlin bekannt gegeben.

Datum: 10. Oktober 2013

Medium: Badische Zeitung

Auflage: 426.000

Kontakt: 1.065.000

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH	
Kulturmarken-Award 2013	
<p>DSZ 11. Oktober 2013 Sponsoring</p> <h3>Finanzgruppe ist nominiert als „Kulturinvestor des Jahres“</h3>  <p>Die Sparkassen-Finanzgruppe ist für die Auszeichnung als „Kulturinvestor des Jahres 2013“ nominiert. Ausschlaggebend dafür ist ihr vielfältiges und nachhaltiges Engagement für den Wettbewerb „Jugend musiziert“. Der begehrte Kulturmarken-Award wird von der Gesellschaft für Kultursponsoring und Kulturmarketing Causales verliehen. weiter...</p> <p style="text-align: center;">dpa</p>	
<h3>Finanzgruppe ist nominiert als „Kulturinvestor des Jahres“</h3> <p>Die Sparkassen-Finanzgruppe ist für die Auszeichnung als „Kulturinvestor des Jahres 2013“ nominiert. Ausschlaggebend dafür ist ihr vielfältiges und nachhaltiges Engagement für den Wettbewerb „Jugend musiziert“. Der begehrte Kulturmarken-Award wird von der Gesellschaft für Kultursponsoring und Kulturmarketing Causales verliehen.</p>	
Datum: 11. Oktober 2013	Medium: SparkassenZeitung
Auflage: 8.459	Kontakte: 21.148

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Trendmarke RuhrKunstMuseen für den Kulturmarken-Award 2013 nominiert

Die RuhrKunstMuseen, an denen die Kunstsammlungen der RUB beteiligt sind, wurden für den Kulturmarken-Award 2013 nominiert. Damit hat das Netzwerk die große Chance, zur „Trendmarke des Jahres“ zu werden. Die Awards werden am 24. Oktober in Berlin verliehen. Anlässlich des Kulturhauptstadtjahres RUHR.2010 haben sich 20 Kunstmuseen in 15 Städten der Metropole Ruhr (darunter die Kunstsammlungen der RUB) zum Netzwerk der RuhrKunstMuseen zusammengeschlossen. Mit ihnen verfügt das Ruhrgebiet über eine herausragende Museumsdichte und eine der international größten Sammlungen moderner und zeitgenössischer Kunst. Im Sinne der Nachhaltigkeit von RUHR.2010 arbeiten das Netzwerk und die Ruhr Tourismus GmbH (RTG) gemeinsam daran, das Ruhrgebiet auch nach 2010 als spannendes Reiseziel mit einer überraschenden und vielfältigen Kunst- und Kulturlandschaft zu positionieren. Im Rahmen des Wettbewerbs „Erlebnis.NRW“ erhält die RTG seit September 2011 Fördergelder des Landes NRW und der EU, um die Marke RuhrKunstMuseen für die kulturtouristische Kommunikation zu entwickeln. Die Kulturmarken-Awards werden jährlich für die besten Marketingstrategien und -trends von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen im Kulturbereich und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum verliehen. Aus 92 Bewerbungen wählte nun eine Expertenjury aus Kultur, Wirtschaft und Medien 18 Nominierte aus. In der Kategorie „Trendmarke des Jahres“ wurden die RuhrKunstMuseen für ihre Marketingaktivitäten durch die Ruhr Tourismus GmbH nominiert. Die Kulturmarken-Awards werden 2013 bereits zum achten Mal vergeben. Am 24. Oktober treffen sich mehr als 550 Entscheidungsträger und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien zur feierlichen Preisverleihung im TIPI am Kanzleramt in Berlin.

Datum: 29.September 2013

Medium: Lokalkompass.de

Auflage: -

Kontakt: 42.900

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Am 24. und 25. Oktober öffnet der Tagesspiegel zum fünften Mal sein Verlagshaus am Askanischen Platz für den KulturInvest-Kongress, den größten Branchentreff für Kulturanbieter und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum. In 28 Foren behandeln über 90 Referenten in diesem Jahr die Themenfelder Kulturmanagement, Kulturtourismus, Kulturmarketing, Kultursponsoring, Kulturimmobilien, Kulturpersonal sowie Dirigieren & Führen.

Mit „Kulturmarkt & Börse“ gibt es zum ersten Mal eine Direktkontaktbörse, bei der sich 47 Kulturanbieter in fünfminütigen Kurzvorträgen interessierten Wirtschaftsvertretern und Investoren vorstellen.

Am Abend des 24. Oktober werden im Rahmen einer Gala im Tipi am Kanzleramt die Kulturmarken-Awards verliehen: Ausgezeichnet werden die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler, die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultur sowie herausragendes bürgerschaftliches Engagement für Kultureinrichtungen.

Datum: 27. September 2013

Medium: PNN online

Auflage: -

Kontakt: 10.278

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



RuhrKunstMuseen als Trendmarke des Jahres nominiert

Das Netzwerk von 20 Museen in der Metropole Ruhr wurde in der Kategorie Trendmarke des Jahres für die Marketing-Aktivitäten durch die Ruhr Tourismus GmbH (RTG) in die Endrunde gewählt. Anlässlich der Kulturhauptstadt Europas haben sich die Kunstmuseen zusammenschlossen. Im Sinne der Nachhaltigkeit von RUHR.2010 arbeiten die RuhrKunstMuseen und die RTG gemeinsam daran, das Ruhrgebiet auch nach dem Kulturhauptstadtjahr als Reiseziel mit einer vielfältigen Kunst- und Kulturlandschaft zu positionieren. Im Rahmen des Wettbewerbs Erlebnis.NRW erhält die Ruhr Tourismus GmbH seit 2011 EU- und Landesmittel, um die Marke "RuhrKunstMuseen" für die kulturtouristische Kommunikation zu entwickeln. Unter anderem wurden der gemeinsame Auftritt aller 20 RuhrKunstMuseen auf der Art Cologne 2013 sowie der erste Kunstreiseführer für die Metropole Ruhr entwickelt. Die Gewinner werden am 24. Oktober in Berlin bekannt gegeben.

Datum: 19. September 2013

Medium: Dortmund.de

Auflage: -

Kontakt: 100.000

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Hildesheim wird nominiert

HILDESHEIM Das Konzept der Hildesheimer Themenjahre ist in Berlin auf große Aufmerksamkeit gestoßen. Eine Expertenjury des Kulturmarken-Awards 2013, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investments im deutschsprachigen Raum, hat das Konzept der Hildesheim Marketing GmbH für die Kategorie „Stadtmarke 2013“ nominiert. Am 24. Oktober werden in Berlin die Preisträger gekürt.

Anfang August hatte die Marketinggesellschaft eine zehneitige Bewerbungsschrift eingereicht. Eine 27-köpfige Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien wählte nun aus insgesamt 92 Bewerbungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz 18 Nominierte in sechs Kategorien aus.

Hildesheim Marketing legte den Schwerpunkt seiner Bewerbung auf die Darstellung der vier Hauptziele der Themenjahre. Erstens: Inhaltliche Bündelung und Initiierung kultureller Angebote entsprechend der Markenidentität der Stadt zu den Jahresthemen.

causales

Zweitens: Aktivierung, Stärkung und Vernetzung von Kulturakteuren vor Ort. Drittens: Einbeziehung der Bürger auf unterschiedliche Arten, um einen aktiven Reflexionsprozess zu erzeugen. Und viertens: Kultur sowohl als Markenbaustein als auch als Mittel zur Umsetzung markenbildender Maßnahmen. Diese Schwerpunkte und Aktivitäten zielen gemeinsam darauf ab, das kulturelle Profil zu stärken und weiter zu entwickeln.

„Mit den Themenjahren haben wir vor drei Jahren bewusst einen nachhaltigen, ganzheitlichen und integrativen Stadtmarketingprozess begonnen“, so der Marketingchef Lothar Meyer-Mertel. Die Hildesheimer Themenjahre widmen sich jeweils einem Schwerpunktthema der Stadt, bringen es in das Bewusstsein und die Wahrnehmung der Bevölkerung und regen zur Diskussion darüber an. Im Mittelpunkt des Prozesses, der auf das Jahr 2015 als Zielmarke angelegt ist, stehen Bildung und Kultur der Stadt Hildesheim, weitere Themen sind die Lebens- und Wohnqualität der Stadt, sowie Natur, Gesundheit und das Welterbe.

„Wir freuen uns, dass unser Konzept und unsere Marketingansätze so eine schöne überregionale Beachtung finden, schon die Nominierung ist eine großartige Bestätigung, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, so Lothar Meyer-Mertel. „Mit ein bisschen Stolz erfüllt uns auch, dass unser Konzept sich als ausgesprochenes Low-Budget-Konzept durchsetzen konnte“, ergänzt Anke Persson, die Projektleiterin der Themenjahre. „Die Konzepte unserer Mitbewerber in der Endrunde sind von internationalen Agenturen bei einem Vielfachen des Budgets realisiert worden, wir haben alles mit Bordmitteln und der Unterstützung unserer Partner auf den Weg gebracht“, hält Lothar Meyer-Mertel fest.

Nun dürfen sich der Geschäftsführer Lothar Meyer-Mertel und Anke Persson, Projektleiterin der Themenjahre, auf die Gala in Berlin am 24. Oktober im TIPI am Kanzleramt freuen. Dort werden schließlich die sechs Preisträger für die jeweilige Kategorie gekürt.

Die Awards werden in diesem Jahr zum achten Mal vergeben. Ausgezeichnet werden die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler, die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultur sowie das herausragende bürgerschaftliche Engagement für Kultureinrichtungen.

Sie werden in den sechs Kategorien „Förderverein“, „Stadtmarke“, „Trendmarke“, „Kulturinvestor“, „Kulturmanager“ und „Kulturmarke des Jahres“ vergeben. Causales, Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH in Berlin, schreibt den Wettbewerb aus. Weitere Informationen gibt es für Interessierte auch unter www.kulturmarken.de/kulturmarken-award im Internet.

Datum: 19. September 2013

Medium: Leinetal24.de

Auflage: -

Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Museumsverbund für den Award 2013 nominiert

Im Kulturhauptstadtjahr schlossen sich die 20 Kunstmuseen in fünfzehn Städten der Metropole Ruhr zum Netzwerk der RuhrKunstMuseen zusammen, darunter auch die Ludwiggalerie Schloss Oberhausen. Eine Initiative, die jetzt den Kulturmarken-Award 2013 gewinnen kann. Im Kulturhauptstadtjahr schlossen sich die 20 Kunstmuseen in fünfzehn Städten der Metropole Ruhr zum Netzwerk der RuhrKunstMuseen zusammen, darunter auch die Ludwiggalerie Schloss Oberhausen. Eine Initiative, die jetzt den Kulturmarken-Award 2013 gewinnen kann. Aus 92 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien 18 Nominierte aus. In der Kategorie „Trendmarke des Jahres“ wurden die RuhrKunstMuseen für ihre Marketingaktivitäten durch die Ruhr Tourismus GmbH nominiert. Axel Biermann, Geschäftsführer der Ruhr Tourismus GmbH: „Die Nominierung macht uns stolz und bestätigt unsere Entscheidung, die RuhrKunstMuseen als Nachhaltigkeitsprojekt von Ruhr 2010 weiterzuführen und sie durch unsere Vermarktung auch für ein breiteres Publikum zugänglich zu machen.“ Hans Günter Golinski, Sprecher der RuhrKunstMuseen: „Die Kooperation zwischen den RuhrKunstMuseen und der Ruhr Tourismus GmbH hat Modellcharakter. Gemeinsam verfolgen wir das Ziel, die Museumslandschaft Ruhr weiterzuentwickeln und sie bekannt und erlebbar zu machen.“ Mit den RuhrKunstMuseen verfügt das Ruhrgebiet über eine herausragende Museumsdichte und eine der international größten Sammlungen moderner und zeitgenössischer Kunst. Die Kulturmarken-Awards werden 2013 bereits zum achten Mal vergeben. Die Preisverleihung findet am 24. Oktober im Kanzleramt in Berlin statt.

Datum: 16. September 2013

Medium: WAZ

Auflage: -

Kontakt: 2.820.000

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

Das Magazin für Klassische Musik & Lebensart
crescendo

EMPFEHLUNGEN THEMEN REZENSIONEN KOLUMNEN TERMINE ABO

Home > Themen > Nachrichten

Expertenjury unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt nominiert 18 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2013

13. September 2013



Jury des Kulturmarken-Awards 2013

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2013 steht. Aus 92 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien gestern 18 Nominierte aus.

Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 24. Oktober 2013 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

Und hier die Entscheidungen der Jury:

Für den Preis „Kulturmarke des Jahres“ kommen das HAMBURG BALLETT – JOHN NEUMEIER, die Wiener Sängerknaben und die Worpswede Museen mit in die engere Wahl.

Chancen auf die „Trendmarke des Jahres“ haben das Ensemble Resonanz, das Forum Zeitgenössischer Musik Leipzig mit CAGE100 und die RuhrKunstMuseen.

Für die Auszeichnung als „Kulturmanager des Jahres“ hat die Jury als nominierungswürdig ausgewählt: Amelie Deulthard (Kampnagel Hamburg), Udo Kittelmann (Staatliche Museen zu Berlin) und Prof. Dr. Peter Weibel (Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe).

Partner von ENTANIA

Auswahl nach...

→ **Thema:** Nachrichten, Künstler, Hören & Sehen, Gesellschaft, Lebensart, Erleben, Akustik, Reisen, Gewinnspiel
← Zurück

Crescendo Premium

Für Abo-Besteller

 6 crescendo Premium inkl. Abo-CD und zusätzlich den Festspiel-Guide frei Haus
• sofortiger Eintritt in den Premium Bereich
• Geschenk CD + Prämie

Wählen Sie unter unseren attraktiven Prämien des Monats:



[Jetzt Premium-Abo bestellen >](#)

Für Abo-Tester

Einmal crescendo Premium gratis lesen + Premium Bereich gratis testen. Bei späterer Bestellung erhalten Sie auch unsere Geschenk CD des Monats.

[Jetzt Gratis-Abo bestellen >](#)

Facebook

Finde uns auf Facebook



crescendo

Gefällt mir

706 Personen gefällt crescendo.

Expertenjury unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt nominiert 18 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2013

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2013 steht. Aus 92 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien gestern 18 Nominierte aus.

Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger werden am 24. Oktober 2013 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

Und hier die Entscheidungen der Jury:

Für den Preis „Kulturmarke des Jahres“ kommen das HAMBURG BALLETT – JOHN NEUMEIER, die Wiener Sängerknaben und die Worpswede Museen mit in die engere Wahl.

causales

Chancen auf die „Trendmarke des Jahres“ haben das Ensemble Resonanz, das Forum Zeitgenössischer Musik Leipzig mit CAGE100 und die RuhrKunstMuseen.

Für die Auszeichnung als „Kulturmanager des Jahres“ hat die Jury als nominierungswürdig ausgewählt: Amelie Deuffhard (Kampnagel Hamburg), Udo Kittelmann (Staatliche Museen zu Berlin) und Prof. Dr. Peter Weibel (Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe).

Im Rennen für den Award als „Stadtmarke des Jahres“ sind Basel Tourismus, Hildesheim Marketing GmbH und das Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V.

In der Kategorie „Kulturinvestor des Jahres“ wurden die A1 Telekom Austria AG, Heinz J. Angelehner mit dem Museum Angerlehner sowie der Deutsche Sparkassen- und Giroverband für die Sparkassen-Finanzgruppe nominiert.

Für die Auszeichnung „Förderverein des Jahres“ kommen in Betracht: der Dombauverein Hohe Domkirche Hildesheim e.V., der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums – die Aufseßigen und die Nthusisten – Junge Freunde des Nationaltheater Mannheim.

Die Kulturmarken-Awards werden 2013 bereits zum achten Mal vergeben. Auf der Gala treffen sich auch dieses Jahr mehr als 550 Entscheidungsträger und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien zur feierlichen Preisverleihung im TIPI am Kanzleramt. Unterstützer sind die Deutsche Post DHL und Der Tagesspiegel.

Die Veranstaltung ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet dieses Jahr am 24. und 25. Oktober 2013 in den Verlagsräumen des Tagesspiegel am Askanischen Platz statt.

Datum: 13. September 2013

Medium: crescendo

Auflage: 70.000

Kontakt: 175.000

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



BERLIN. Bereits zum achten Mal wird der Kultmarken-Award vergeben. Aus 92 Bewerbungen wählte eine Jury jetzt 19 Nominierte aus. Auf der Shortlist sind auch die Wiener Sängerknaben, die A1 Telekom Austria AG und das Museum Angerlehner.

Die Kulturmarken-Awards werden für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum verliehen. Die Kulturmarken-Gala findet am 24. Oktober in Berlin statt.

Nominierte für die "Kulturmarke des Jahres" sind neben dem Hamburg Ballett - John Neumeier und den Woppswede Museen die Wiener Sängerknaben.

Bei den Kategorien "Trendmarke des Jahres", "Kulturmanager des Jahres", "Förderverein des Jahres" und "Stadtmarke des Jahres", wo mit Basel Tourismus ein Schweizer Kulturunternehmen nominiert ist, gibt es keine Nominierten aus Österreich.

Allerdings gibt es in der Kategorie "Kulturinvestor des Jahres" gleich zwei österreichische Beteiligungen: die A1 Telekom Austria AG und Heinz J. Angelehner mit dem Museum Angerlehner.

Datum: 13. September 2013	Medium: Oberösterreichische Nachrichten
Auflage: -	Kontakt: 2.068.0000

13. September 2013

PUBLIC MARKETING

News Studien Termine Heft-Bestellung Mediadaten Über uns Suchen

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER Kreative Ideen brauchen Schutz!

News

Kulturmarken-Award 2013: Causales präsentiert die 18 Nominierten



Die 27 Juroren des Kulturmarken-Awards 2013

Die 18 Nominierten für den Kulturmarken-Award 2013 stehen fest. Die Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die 27-köpfige Expertenjury unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt hat nun aus 92 Bewerbungen folgende Projekte, Personen, Unternehmen oder Institutionen ausgewählt:

"Kulturmarke des Jahres"

- das Hamburg Ballett - John Neimeier
- die Wiener Sängerknaben
- die Worpsswede Museen

Newsletter

Hier können Sie sich zum wöchentlichen Public Marketing Newsletter anmelden.

Aktuelles Heft



Inhalt | Bestellung

Leseprobe

Public Marketing 09/2013

- **Begegnungen in Herzogenaurach**

Weitere Publikationen des Verlages

Die 18 Nominierten für den Kulturmarken-Award 2013 stehen fest. Die Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Die 27-köpfige Expertenjury unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Oliver Scheytt hat nun aus 92 Bewerbungen folgende Projekte, Personen, Unternehmen oder Institutionen ausgewählt:

"Kulturmarke des Jahres"

- das Hamburg Ballett - John Neimeier

causales

- die Wiener Sängerknaben

- die Worpswede Museen

"Stadtmarke des Jahres"

- Basel Tourismus

- Hildesheim Marketing GmbH

- das Stadtmarketing "Pro Magdeburg" e.V.

"Trendmarke des Jahres"

- das Ensemble Resonanz

- das Forum Zeitgenössischer Musik Leipzig mit CAGE100

- die RuhrKunstMuseen

"Kulturmanager des Jahres"

- Amelie Deuflhard (Kampnagel Hamburg)

- Udo Kittelmann (Staatliche Museen zu Berlin)

- Prof. Dr. Peter Weibel (Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe)

"Kulturinvestor des Jahres"

- A1 Telekom Austria AG

- Heinz J. Angelehner mit dem Museum Angerlehner

- der Deutsche Sparkassen- und Giroverband für die Sparkassen-Finanzgruppe

causales

<p>"Förderverein des Jahres"</p> <ul style="list-style-type: none">- der Dombauverein Hohe Domkirche Hildesheim e.V.- der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums- die Aufseßigen und die Nthusiasten - Junge Freunde des Nationaltheater Mannheim <p>Die Preisverleihung erfolgt am Abend des 24. Oktober im Berliner TIPI am Kanzleramt. Veranstalter ist die Berliner Kulturmarketing-Agentur Causales.</p>	
Datum: 13. September 2013	Medium: Public Marketing
Auflage: 2.500	Kontakt: 6.250

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

The screenshot shows the website interface for Causales. At the top, there is a navigation bar with 'SUCHE | KONTAKT' and a menu with 'KULTUR MANAGEMENT NETWORK'. Below the navigation, there are links for 'START | BEITRÄGE | STELLENMARKT | BÜCHER | AUSBILDUNG | KALENDER | LINKS | COMMUNITY' and 'WERBUNG | KM MAGAZIN | KM PRODUKTE | DIENSTLEISTUNGEN | ÜBER UNS | HILFE'. The main content area features a sidebar on the left with categories like 'Alle Sparten', 'Stiftung & Nonprofit', 'Musik & Bühne', 'Museum & Kunst', 'Medien & Literatur', 'Bildung & Öffentl. Sektor', 'KulturWirtschaft', 'Recherche', 'Network Schweiz', and 'Arts Management Network'. The main article is titled 'Alle Sparten' and 'Expertenjury nominiert 18 Bewerber für die Kulturmarken-Awards 2013'. The article text describes the award process and lists the nominees. On the right, there is a date '17. September 2013', a 'Stellenmarkt' section, and social media sharing options for Twitter and Facebook. At the bottom, there are two 'ANZEIGE' (advertisements) for 'Beginn: Januar 2014' and 'Kulturmanagement'.

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2013 steht Sie werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. Aus 92 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien am 12. September 18 Nominierte aus. Die Preisträger werden am 24. Oktober 2013 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt.

Kulturmanagement Network ist als Presenter besonders gespannt auf die Auszeichnung als „Kulturmanager des Jahres“, für die die Jury als nominierungswürdig ausgewählt hat: Amelie Deuffhard (Kampnagel Hamburg), Udo Kittelmann (Staatliche Museen zu Berlin) und Prof. Dr. Peter Weibel (Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe).

Für den Preis „Kulturmarke des Jahres“ kommen das Hamburg Ballett – John Neumeier, die Wiener Sängerknaben und die Worpsswede Museen in die engere Wahl.

causales

Chancen auf die „Trendmarke des Jahres“ haben das Ensemble Resonanz, das Forum Zeitgenössischer Musik Leipzig mit CAGE100 und die RuhrKunstMuseen.

Im Rennen für den Award als „Stadtmarke des Jahres“ sind Basel Tourismus, Hildesheim Marketing GmbH und das Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V.

In der Kategorie „Kulturinvestor des Jahres“ wurden die A1 Telekom Austria AG, Heinz J. Angelehner mit dem Museum Angerlehner sowie der Deutsche Sparkassen- und Giroverband für die Sparkassen-Finanzgruppe nominiert.

Für die Auszeichnung „Förderverein des Jahres“ kommen in Betracht: der Dombauverein Hohe Domkirche Hildesheim e.V., der Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums – die Aufseßigen und die Nthusiasten – Junge Freunde des Nationaltheater Mannheim.

Die **Kulturmarken-Awards** werden 2013 bereits zum achten Mal vergeben. Auf der Gala treffen sich auch dieses Jahr mehr als 550 Entscheidungsträger und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien zur feierlichen Preisverleihung im TIPI am Kanzleramt. Unterstützer sind die Deutsche Post DHL und Der Tagesspiegel.

Die Veranstaltung ist der Höhepunkt des KulturInvest-Kongresses in Berlin. Dieser Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment findet dieses Jahr am 24. und 25. Oktober 2013 in den Verlagsräumen des Tagesspiegel am Askanischen Platz statt.

Datum: 13. September 2013	Medium: KM Kulturmanagement Network
Auflage: -	Kontakt: 22.000

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

SUCHE | KONTAKT

START | BEITRÄGE | STELLENMARKT | BÜCHER | AUSBILDUNG | KALENDER | LINKS | COMMUNITY

WERBUNG | KM MAGAZIN | KM PRODUKTE | DIENSTLEISTUNGEN | ÜBER UNS | HILFE

KULTUR

MANAGEMENT

NETWORK

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

KM MAGAZIN 08/13



Alle Sparten

Start > Alle Sparten > Alle Themenbereiche > Beiträge

☰ nächster Artikel: Internationales Promotionskoll... ☰ Liste

VORSCHAU

KulturInvest-Kongress 2013



Vom 24. bis 25. Oktober 2013 wird in den Verlagsräumen des Tagesspiegels in Berlin der Kulturinvest-Kongress 2013 stattfinden. Diese im deutschsprachigen Raum einzigartige Veranstaltung befasst sich auch in diesem Jahr mit den verschiedenen Kooperationsmöglichkeiten von Kultur und Wirtschaft. Das Verhältnis dieser beiden Akteure war in den letzten Jahren starken Wandlungen unterlegen, die politische und gesellschaftliche Ursachen haben. Um ihren Aufgaben weiterhin nachkommen zu können, ist es deswegen sowohl für die Kultur als auch für die Wirtschaft notwendig, die derzeitigen Entwicklungstendenzen positiv mitzugestalten. Hierfür bietet KulturInvest Kulturmachern und Kooperationspartnern aus der Wirtschaft die Möglichkeit, sich in Vorträgen, Diskussionen und persönlichen Gesprächen über Lösungsvorschläge auszutauschen und Ideen für kreative Zusammenarbeit zu entwickeln. Auf dem ersten Forum „Kulturmarkt & Börse“ können sich Experten beider Seiten zudem präsentieren, vernetzen und Sponsoringmodelle besprechen.

Das Programm deckt ein breites Themenspektrum ab, das jegliche Arten von Kulturbetrieben und Künstler ebenso anspricht, wie Wirtschaftsunternehmen verschiedenster Couleur. Die Anwendungsmöglichkeiten betriebswirtschaftlicher Prozesse und Erkenntnisse für den Kultursektor werden aufgezeigt und auch Möglichkeiten für die Wirtschaft, durch Investitionen in den Kulturbereich gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Mit Bezug auf diese Bereiche umfasst das Spektrum von KulturInvest 2013 sechs Hauptthemen:

Panel A wird sich verschiedenen nationalen und internationalen Themen aus dem Bereich *Kulturmanagement* widmen. Dabei werden Förderungs- und Finanzierungsmöglichkeiten und Kulturvermittlung ebenso diskutiert, wie das Konzept des Audience Development und kreative Partizipationsideen im gesellschaftlichen Kontext.

☰ Drucken

☰ Versenden

28. August 2013

Stellenmarkt

Neueste Angebote:

- Stellvert. Art D...
- Bereichsleiter (m...
- Verantwortliche/k...
- Assistenz (m/w) d...
- Verantwortliche/k...

Weitere Angebote

Preise & Abonnements

Serie Berufsbilder

Anzeige veröffentlichen

Twitter & Facebook

☰ Folgen Sie uns

☰ Gefällt mir

ANZEIGE

Masterstudiengang Musikvermittlung/ Musikmanagement

Jetzt bewerben – bis 1. September!

KLASSIK

www.musikvermittlung-detnold.de

Masterstudiengang Kulturmanagement

☑ Strategie

☑ Steuerung

mkm.graduatecenter.de

Vom 24. bis 25. Oktober 2013 wird in den Verlagsräumen des Tagesspiegels in Berlin der Kulturinvest-Kongress 2013 stattfinden. Diese im deutschsprachigen Raum einzigartige Veranstaltung befasst sich auch in diesem Jahr mit den verschiedenen Kooperationsmöglichkeiten von Kultur und Wirtschaft. Das Verhältnis dieser beiden Akteure war in den letzten Jahren starken Wandlungen unterlegen, die politische und gesellschaftliche Ursachen haben. Um ihren Aufgaben weiterhin nachkommen zu können, ist es deswegen sowohl für die Kultur als auch für die Wirtschaft notwendig, die derzeitigen Entwicklungstendenzen positiv mitzugestalten. Hierfür bietet KulturInvest Kulturmachern und Kooperationspartnern aus der Wirtschaft die Möglichkeit, sich in Vorträgen, Diskussionen und persönlichen Gesprächen über Lösungsvorschläge auszutauschen und Ideen für kreative Zusammenarbeit zu entwickeln. Auf dem ersten Forum „Kulturmarkt & Börse“ können sich Experten beider Sei-

causales

ten zudem präsentieren, vernetzen und Sponsoringmodelle besprechen.

Das Programm deckt ein breites Themenspektrum ab, das jegliche Arten von Kulturbetrieben und Künstler ebenso anspricht, wie Wirtschaftsunternehmen verschiedenster Couleur. Die Anwendungsmöglichkeiten betriebswirtschaftlicher Prozesse und Erkenntnisse für den Kultursektor werden aufgezeigt und auch Möglichkeiten für die Wirtschaft, durch Investitionen in den Kulturbereich gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Mit Bezug auf diese Bereiche umfasst das Spektrum von KulturInvest 2013 sechs Hauptthemen:

Panel A wird sich verschiedenen nationalen und internationalen Themen aus dem Bereich Kulturmanagement widmen. Dabei werden Förderungs- und Finanzierungsmöglichkeiten und Kulturvermittlung ebenso diskutiert, wie das Konzept des Audience Development und kreative Partizipationsideen im gesellschaftlichen Kontext. So präsentieren Dr. Volker Mattern, Leiter Kultur der Bayer AG, und Friedhelm Hütte, Leiter der Deutsche BankKunst, die Vorhaben ihrer Unternehmen im Bereich der Zugänglichmachung von Kunst als BestPractice-Beispiele aus der Wirtschaft, während Sabine Bornemann, Leiterin des Cultural Contact Point Germany, über die neuen Perspektiven des Horizon 2020 der EU spricht.

Der in Panel B thematisierte Kulturtourismus stellt für Kulturmacher und Wirtschaft gleichermaßen ein großes Potenzial und durch zum Teil divergierende Interessen auch eine Herausforderung dar. Da aktuelle Diskussionspunkte wie Raum- und Landschaftsentwicklung, regionale Identität und Standortattraktivität für den Erfolg beider Bereiche zunehmend an Bedeutung gewinnen, ist es notwendig, die dabei zugrunde liegenden Kooperationspotenziale noch vielfältiger zu nutzen. Ruhr Tourismus, die Bundesvereinigung für City- und Stadtmarketing und andere, erfolgreiche Projekte werden anhand ihrer Erfahrungen aus erster Hand übersektionale Ansätze, nachhaltige Entwicklungen oder Formen des Special Interest Marketing im Kulturtourismus vorstellen.

Panel C ist dem Thema Kulturmarken gewidmet, die im zunehmenden Wettbewerb der Bildungs- und Freizeitanbieter als Alleinstellungsmerkmal vor der Öffentlichkeit dienen. Für das Marketingziel „Kulturmarke“ mussten sich Kulturbetriebe durch die Entwicklungen des Web 2.0 in den letzten Jahren großen Veränderungen in ihrer externen Kommunikation stellen, die zugleich die Möglichkeit mit sich bringen, sich gegenüber dem Publikum und möglichen Investoren neu zu positionieren. Das wirtschaftsgetragene Kultursponsoring als Kernthema von KulturInvest wird in Panel D die Notwendigkeit der wirtschaftlichen Investitionen in die Kultur behandeln, die mit sinkender Förderung aus öffentlichen Töpfen einhergeht. Zugleich wird es auch um die gesellschaftliche Verantwortung des Wirtschaftsbereiches gehen und um die Möglichkeiten, sich durch entsprechende Investitionen an der Vielfalt und Bildung der Gesellschaft zu beteiligen. Die Causales Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mit 10 Jahren fachlicher Erfahrung verspricht als Medienpartner gemeinsam mit Referenten von Wirtschaftsunternehmen wie Lanxess, BMW oder der HypoVereinsbank, von Kulturveranstaltungen und aus der Forschung ein spannendes Panel. Zwei neue und innovative Themenbereiche sind Kulturimmobilien und Kulturpersonal in Panel E und F. Beide sind grundlegend für die Zukunftsfähigkeit von Kulturbetrieben, bisher jedoch eher stiefmütterlich behandelt worden.

causales

Kulturimmobilien stellen einen bisher eher als sekundär wahrgenommenen Teil der Corporate Identity von Kulturunternehmen dar. Tatsächlich sind sie jedoch ein bedeutender Aspekt der Standortmarke und der Außenwirkung und Basis der Innenkonzeption einer Kultureinrichtung. Ihre Pflege und Nutzungskonzepte sind aufgrund der Kürzungsbestrebungen im Bereich der Denkmalpflege und ebenso der gestiegenen Erwartungen des Publikums betroffen und bedürfen neuer Ideen und Fachkenntnisse, die der Kulturbereich nur zum Teil allein stellen kann. Aus diesem Grund werden neben Vertretern der kulturellen Stadtplanung von Essen, Dresden oder Düsseldorf auch Architekten und Bauunternehmer in diesem Panel zu Wort kommen.

Auch dem in Panel F von der KM Kulturmanagement Network GmbH mit der Tagung »KM Konkret - Personalmanagement in der Kultur« thematisierte Kulturpersonal kommt als Human Ressource für Innovationen und die Zukunftsfähigkeit des Kulturbetriebes eine umfassende Bedeutung zu. Im Mittelpunkt stehen unter der Überschrift »Personalentwicklung - (k)ein Thema im Kulturbetrieb?« die besonderen Herausforderungen der Personalplanung und internen Organisation, der Möglichkeiten und Notwendigkeiten fachlicher Weiterbildung sowie der internen Kommunikation im Kulturbetrieb. In den Sessions werden die wissenschaftliche Basis gelegt und Innovationen und exemplarische Projekte in diesem Themen vorgestellt und diskutiert. Dabei kommen Experten aus der betriebswirtschaftlichen Fachwelt ebenso zu Wort, wie Vertreter repräsentativer Kulturbetriebe und -projekte. Mit dieser Vielzahl an Themen bietet KM Konkret eine Plattform, die einen der wichtigsten Aspekte zukunftsfähiger Kulturbetriebe in den Mittelpunkt stellt und die dafür notwendigen, professionellen Anforderungen betont. Auch das „World Café“ als eine Art „idea dating“ ist hierfür ein innovativer Ansatz und entfaltet seine Wirkung durch Wiederholung und Diskussion.

Kultur als Grundlage gesellschaftlicher Bildung und Entwicklung kommt im Rahmen von aktuellen Themen wie Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit, Toleranz und Partizipation eine immer größere Bedeutung zu. Zugleich sind diese Aspekte jedoch auch grundlegend für die Zukunftsfähigkeit der Kulturbetriebe zwischen Legitimationsdruck und Finanzierungsproblemen. Die Kooperation mit der Politik, aber vor allem der Wirtschaft und Medien kann helfen, Lösungen für diese Probleme zu entwickeln. Durch die Vielfalt und Aktualität des Programmes zeigt KulturInvest anhand einer Vielzahl repräsentativer Beispiele Modelle auf, die es jedem Kulturmacher ermöglichen, individuelle und innovative Perspektiven für den eigenen Betrieb zu finden. Die Verleihung des Kulturmarken-Awards und des Preises „Kulturmanager des Jahres“, die beide im Rahmen von KulturInvest stattfinden, zeigen ebenfalls die BestPractice-Beispiele aus diesen Bereichen auf. Damit ist KulturInvest für Interessierte und Mitarbeiter aus Kultur und der Kreativwirtschaft eine in dieser Form jährlich einmalige Gelegenheit, sich zu allen organisatorischen Facetten des Bereiches Kultur zu informieren, zu vernetzen und zu neuen Ideen und Entwicklungen zu orientieren.

Datum: 28. August 2013	Medium: KM Kulturmanagement Network
Auflage: -	Kontakt: 22.000

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

ESB-Flash 21. August 2013

KulturInvest Kongress - jetzt anmelden | Spezialangebot für Basic-Kurs in Arosa | Save the Date - Testimonial Summit | Digital Sports & Entertainment | Neue ESB-Partner |



KulturInvest Kongress in Berlin - melden Sie sich jetzt an!

Kulturpersonal, Kulturimmobilie und **Kulturmarkt** sind die neuen Themen auf dem größten **Branchentreff** für Kulturanbieter und Kulturinvestoren im deutschsprachigen Raum.

Am **24. und 25. Oktober** findet der fünfte **KulturInvest-Kongress** in den Verlagsräumen des Tagesspiegels in Berlin statt. In **28 Foren** stellen **über 90 namhafte Referenten** im Themenspektrum von Kulturmanagement, Kulturtourismus, Kulturmarketing, Kultursponsoring und Kulturimmobilie neueste Trends vor und laden zum fachlichen Austausch. [Zum Programm \(PDF\)](#)

ESB-Mitglieder können kostenlos am Kongress teilnehmen.

Anmeldung:

Die Registrierung erfolgt **per Mail an Nadine Zirnsak**.

Bitte geben Sie bei der Anmeldung die **vollständigen Kontaktdaten** der anzumeldenden Personen sowie der **Ticketoption** (1. oder 2. Tag / beide Tage) an. Anmeldeschluss ist der 11. Oktober 2013.



Datum: 21. August 2013

Medium: ESB Europäische Sponsoring Börse

Auflage: -

Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



Bis zum 15. August 2013 haben kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen die Möglichkeit, beim Kulturmarken-Award der Gesellschaft für Kulturmarketing „Causales“ ihre Bewerbung einzureichen. Ausgezeichnet werden die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler, die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultur sowie das herausragende bürgerschaftliche Engagement für Kultureinrichtungen in den sechs Kategorien „Förderverein“, „Stadtmarke“, „Trendmarke“, „Kulturinvestor“, „Kulturmanager“ und „Kulturmarke des Jahres“. Eine Jury beurteilt den nachhaltigen Charakter und den Nutzen der Investitionen. Die Preise werden am 24. Oktober im Berliner TIPI am Kanzleramt verliehen.

Datum: 4. Juli 2013	Medium: csrgermany
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

<div style="text-align: center;"> <p>Archiv Magazin bestellen Mediadaten Dienstleister Fundraising-Jobs Fundraising-Kalender Kontakt/Impressum</p> <h1 style="background-color: #800040; color: white; padding: 5px;">Fundraiser-Magazin</h1> <p style="font-size: small;">Aktuell Menschen Meinungen Fundraising-Szene Fundraising für Einsteiger Fachbücher Redaktion RSS-Abo</p> <p style="font-size: x-small;">Szene-News Branche Köpfe & Karrieren Dienstleister Fundraising-Jobs Fundraising-Kalender</p> </div>	
<p>Fünfter Kultur-Invest Kongress in Berlin</p> <p>30.07.2013</p>  <p>Mit über 90 Referenten und 28 Foren dreht sich beim Kulturinvest-Kongress am 24. Und 25. Oktober alles um Kultur. In den Verlagsräumen des Tagesspiegels behandelt der fünfte Kulturinvest-Kongress ein Themenspektrum von Kulturmanagement und Kulturtourismus über Kulturmarketing und Kultursponsoring bis hin zu Kulturimmobilien. Erstmals wird es in diesem Jahr auch „Kulturmarkt & Börse“ geben. Über zwei Tage hinweg präsentieren dort 45 Kulturanbieter ihre Partnerkonzepte.</p> <p>Eine weitere Neuerung neben „Kulturmarkt & Börse“: Die Fachtagung "KM Konkret - Personalmanagement in der Kultur". Sie ist erstmalig fester Bestandteil des Gesamtprogramms. So wollen die Veranstalter der „Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH“ neue Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, öffentlicher Hand und Medien aufzeigen. Insgesamt erwarten sie aus diesen Bereichen auch 500 Kongressteilnehmer.</p> <p>Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der kulturpolitischen Gesellschaft, ist einer der prominenten Redner auf dem Kongress. Der Höhepunkt des Kongresses ist wie in den Vorjahren die Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt am 24. Oktober, auf der auch die Kulturmarken-Awards verliehen werden.</p> <p><i>Foto: Peter Volmer</i></p>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>Aktuelles Magazin</p> <p>Ausgabe 4/2013 Thema: Spenden im Katastrophenfall Interviews: Andrew Watt, Dr. Monika Hauser, Andreas Häner und Kai Dörfler Aktuell & Kontrovers: Die Macht des Großspenders zwingt die Stiftung „Menschen für Menschen“ zu mehr</p> <p>Transparenz.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vollständiges Inhaltsverzeichnis • Leseprobe • Magazin bestellen <p>Die nächste Ausgabe erscheint am 2. Oktober 2013. Hauptthema: „Patenschaften - erfolgreich und umstritten“. Redaktionsschluss 29. August 2013.</p> <div style="text-align: center;">  <p>Für jeden die passende Lösung.</p> </div> <p style="font-size: small;">adfinitas RELATIONSHIP FUNDRAISING</p> </div> <p style="text-align: center; border-top: 1px solid #ccc; margin-top: 5px;">Marktübersicht</p>
Datum: 30. Juni 2013	Medium: Fundraiser
Auflage: 5.000	Kontakt: 12.500

Mit über 90 Referenten und 28 Foren dreht sich beim Kulturinvest-Kongress am 24. Und 25. Oktober alles um Kultur. In den Verlagsräumen des Tagesspiegels behandelt der fünfte Kulturinvest-Kongress ein Themenspektrum von Kulturmanagement und Kulturtourismus über Kulturmarketing und Kultursponsoring bis hin zu Kulturimmobilien. Erstmals wird es in diesem Jahr auch „Kulturmarkt & Börse“ geben. Über zwei Tage hinweg präsentieren dort 45 Kulturanbieter ihre Partnerkonzepte. Eine weitere Neuerung neben „Kulturmarkt & Börse“: Die Fachtagung "KM Konkret - Personalmanagement in der Kultur". Sie ist erstmalig fester Bestandteil des Gesamtprogramms. So wollen die Veranstalter der „Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH“ neue Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, öffentlicher Hand und Medien aufzeigen. Insgesamt erwarten sie aus diesen Bereichen auch 500 Kongressteilnehmer. Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der kulturpolitischen Gesellschaft, ist einer der prominenten Redner auf dem Kongress. Der Höhepunkt des Kongresses ist wie in den Vorjahren die Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt am 24. Oktober, auf der auch die Kulturmarken-Awards verliehen werden.

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

Kurzmitteilungen

Museumsbund RSS-Feed

28.06.2013 Kulturmarkenaward - Jetzt bewerben!

Freitag, 28. Juni 2013 14:18

Bis zum 15. August können sich Kulturanbieter und Freundeskreise, kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen, Städte sowie Tourismusregionen aus dem deutschsprachigen Raum am Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investments beteiligen und ihre Bewerbungsunterlagen in den Kategorien **Förderverein**, **Stadtmarke**, **Trendmarke**, **Kulturinvestor**, **Kulturmanager** und **Kulturmarke** des Jahres an das Wettbewerbsbüro senden. Auch Museen haben die Möglichkeit, mit einer Wettbewerbsteilnahme ihr professionelles Museumsmanagement, beispielsweise in der Kategorie **Kulturmarke** oder **Trendmarke** des Jahres zu präsentieren. Die Nominierten werden am 13. September nach der Jurysitzung bekannt gegeben. Informationen zu den Ausschreibungsbedingungen finden Sie hier.

25.06.2013 Kulturstiftung des Bundes unterstützt Flutopfer

Dienstag, 25. Juni 2013 14:32

Der Stiftungsrat der Kulturstiftung des Bundes hat beschlossen, insgesamt bis zu 500.000 Euro für den Ausgleich von Schäden zur Verfügung zu stellen, die im Bereich von Kunst und Kultur aufgrund der Flutkatastrophe entstanden sind. Einzelheiten hierzu werden derzeit abgestimmt.

25.06.2013 Kulturstiftung des Bundes fördert Ausstellungsprojekte u.a. in München und Frankfurt/Main

Dienstag, 25. Juni 2013 14:25

Mit insgesamt 11 Mio EUR fördert die Kulturstiftung des Bundes neue Projekte. Diese wurden jetzt durch den Stiftungsrat unter Vorsitz von Staatsminister Bernd Neumann bewilligt. Von den Fördermitteln fallen 6,15 Mio. EUR in den Bereich Allgemeine Projektförderung. Hier werden insgesamt 35 Projekte unterstützt. Eine Auswahl: Das internationale Forschungs- und Ausstellungsprojekt "Postwar Postcolonialism Postcommunism", das vom Münchner Haus der Kunst initiiert und in Zusammenarbeit mit der Londoner Tate Gallery und dem Centre Georges Pompidou realisiert wird. Die Schau "Afriecture" in der Münchner Pinakothek der Moderne. Ein "Kinderkönigreich", ein Projekt im Museum für Moderne Kunst Frankfurt.

Weitere Informationen zu den Förderprojekten finden Sie auf der Website der Kulturstiftung des Bundes unter Förderung/Offene Förderung.

30.05.2013 Call for Paper - Museen und Barrierefreiheit

Mittwoch, 12. Juni 2013 22:43

Die EXPONATEC COLOGNE, die vom 20. bis 22. November 2013 parallel zur Cologne Fine Art in Köln stattfindet, hat **Barrierefreiheit** als einen ihrer Themenschwerpunkte gesetzt. Der Deutsche Museumsbund, der Verband der Museen der Schweiz und der Museumsbund Österreich greifen dieses Thema gern auf und präsentieren am Donnerstag, 21. November 2013, von 14 - 17 Uhr Best-Practice-Bespiele aus Museen in max. 15-minütigen Kurzvorträgen auf der Messe. Viele Museen bundesweit haben bereits erfolgreiche und ambitionierte Projekte im Bereich **Barrierefreiheit** umsetzen können. Diesen möchten wir auf der Messe eine Plattform bieten und somit anderen Museumskolleginnen und -kollegen Anregungen und Tipps für eigene Projekte geben. Somit bitten wir Sie um Ihre Themen- und Projektvorschläge aus den Museen. Bitte reichen Sie Ihren Vorschlag auf diesem Formular per Mail bis zum **28. Juni** unter office@museumsbund.de ein. Über die Auswahl wird eine Jury der Arbeitsgruppe **Museen und Barrierefreiheit** des Deutschen Museumsbundes entscheiden. Die Erstattung von Reise- und Übernachtungskosten ermöglicht freudlicherweise die EXPONATEC COLOGNE in definiertem Rahmen.

Die Bewerbungsfrist für den achten Kulturmarken-Award wird verlängert. Noch bis zum 31. August 2013 können sich Kulturanbieter, Kulturmanager, Kommunen und Tourismusregionen sowie Fördervereine und Wirtschaftsunternehmen aus dem deutschsprachigen Raum um die prestigeträchtige Auszeichnung bewerben. Auch Museen haben die Möglichkeit, mit einer Wettbewerbsteilnahme ihr professionelles Museumsmanagement, beispielsweise in der Kategorie „Kulturmarke“ oder „Trendmarke des Jahres“ zu präsentieren. Die Nominierten werden am 13. September nach der Jurysitzung bekannt gegeben. Die ausführlichen Ausschreibungsunterlagen stehen.

Datum: 28. Juni 2013

Medium: Deutscher Museumsbund

Auflage: -

Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013



HOME GESTALTUNG TYPOGRAFIE PAPIER FOTOGRAFIE TECHNIK KREATIVWIRTSCHAFT TIPPS [

WETTBEWERB (EINSENDESCHLUSS)

15.08.2013

 **Kulturmarken-Award 2013**

Ausgezeichnet werden die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler, die nachhaltigsten Investitionsformen in Kultur sowie das herausragende bürgerschaftliche Engagement für Kultureinrichtungen in sechs Kategorien.

Bis zum 15. August 2013 haben öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter (Kulturinstitutionen und -projekte), kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen, Medienunternehmen und Verlage, Städte und Tourismusgesellschaften, Agenturen, Bibliotheken, soziokulturelle Zentren, Fördervereine und Freundeskreise sowie Privatpersonen die Möglichkeit, ihre Bewerbung einzureichen.

Mehr Informationen unter:

» <http://www.kulturmarken.de/kulturmarken-award>

Datum: 21. Juni 2013

Medium: Designerin Action

Auflage: -

Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V.

Startseite > Veranstaltungen > Fünfter KulturInvest-Kongress

Fünfter KulturInvest-Kongress

24. bis 25. Oktober 2013, Berlin

Am 24. und 25. Oktober findet der fünfte KulturInvest-Kongress in den Verlagsräumen des Tagesspiegel in Berlin statt. In 24 Foren stellen über 75 Referenten in dem Themenspektrum von Kulturmanagement, Kulturtourismus, Kulturmarketing, Neuro- und Sensemarketing sowie Kultursponsoring neueste Trends vor und laden zum fachlichen Austausch ein. Darüber hinaus liefert der Kongress in diesem Jahr wichtige Impulse zum Thema: "Kulturimmobilien".

Der Fachkongress "KM Konkret - Personalmanagement in der Kultur", präsentiert von KM Kulturmanagement Network GmbH ist erstmalig fester Bestandteil des Gesamtprogramms. Teilnehmer aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien können bis 30. Juni vom attraktiven Frühbucherrabatt profitieren und sich ab sofort unter www.kulturinvest.de anmelden. Das ausführliche Programmheft zum KulturInvest-Kongress 2013 erscheint im Juli.

Diskussion, Austausch und Kontakte im Kultur-Business Der Tagesspiegel fördert die Diskussion rund um das Kultur-Business und öffnet sein Verlagsgebäude am Askanischen Platz für die Teilnehmer des KulturInvest-Kongress. Auf dem Kongress begegnen sich Führungskräfte aus Kultur, Wirtschaft, Agenturen, Politik und Medien zum fachlichen Austausch. Teilnehmer sind Direktoren, Intendanten sowie Marketing- und Sponsoringverantwortliche aus Kultureinrichtungen und deren Fördervereinen ebenso wie Entscheidungsträger und Mitarbeiter für Public Relations, Marketing und Sponsoring aus Wirtschaftsunternehmen.

Bis zum 30. Juni 2013 können Sie ein Zweitages-Ticket zu einem Preis von 490,- € statt 650,- € unter www.kulturinvest.de buchen. Sie erhalten den Zugang zu den gewünschten Foren des KulturInvest-Kongresses, dem Personalmanagement-Kongress KM Konkret und Nutzungsmöglichkeiten für die Kontakt-Lounge. Im Ticketpreis enthalten ist eine persönliche Kongressmappe sowie ein reichhaltiges Frühstücks-, Kaffee- und Mittagstischnbuffet.

Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie [hier](#).

Am 24. und 25. Oktober findet der fünfte KulturInvest-Kongress in den Verlagsräumen des Tagesspiegel in Berlin statt. In 24 Foren stellen über 75 Referenten in dem Themenspektrum von Kulturmanagement, Kulturtourismus, Kulturmarketing, Neuro- und Sensemarketing sowie Kultursponsoring neueste Trends vor und laden zum fachlichen Austausch ein. Darüber hinaus liefert der Kongress in diesem Jahr wichtige Impulse zum Thema: "Kulturimmobilien".

Der Fachkongress "KM Konkret - Personalmanagement in der Kultur", präsentiert von KM Kulturmanagement Network GmbH ist erstmalig fester Bestandteil des Gesamtprogramms. Teilnehmer aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien können bis 30. Juni vom attraktiven Frühbucherrabatt profitieren und sich ab sofort unter www.kulturinvest.de anmelden. Das ausführliche Programmheft zum KulturInvest-Kongress 2013 erscheint im Juli.

Diskussion, Austausch und Kontakte im Kultur-Business Der Tagesspiegel fördert die Diskussion rund um das Kultur-Business und öffnet sein Verlagsgebäude am Askanischen Platz für die Teilnehmer des KulturInvest-Kongress. Auf dem Kongress begegnen sich Führungskräfte aus Kultur, Wirtschaft, Agenturen, Politik und Medien zum fachlichen Austausch. Teilneh-

causales

mer sind Direktoren, Intendanten sowie Marketing- und Sponsoringverantwortliche aus Kultureinrichtungen und deren Fördervereinen ebenso wie Entscheidungsträger und Mitarbeiter für Public Relations, Marketing und Sponsoring aus Wirtschaftsunternehmen.

Bis zum 30. Juni 2013 können Sie ein Zweitages-Ticket zu einem Preis von 490,- € statt 650,- € unter www.kulturinvest.de buchen. Sie erhalten den Zugang zu den gewünschten Foren des KulturInvest-Kongresses, dem Personalmanagement-Kongress KM Konkret und Nutzungsmöglichkeiten für die Kontakt-Lounge. Im Ticketpreis enthalten ist eine persönliche Kongressmappe sowie ein reichhaltiges Frühstücks-, Kaffee- und Mittagsbuffet.

Datum: 21. Juni 2013	Medium: Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

<p>DEUTSCHER MUSIKRAT JUBILÄUMSJAHR 2013</p> <p>50 25 10</p> <p>miz: Deutsches Musikinformationszentrum in der Kulturstadt Bonn</p>  <p>gefördert durch:</p> <p>Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien</p> <p>KULTUR STIFTUNG · DER LÄNDER</p> <p>FREUDE. JOIE. BONN.</p> <p>GEMA</p> <p>GVL</p> <p>Home Themenportale Fachbeiträge Institutionen Musikatlas Statistiken Komponisten Kongresse/Kurse Dokumente</p> <h3>Detailansicht Kongresse/Kurse</h3> <p>» Zurück</p> <p>KULTURINVEST-KONGRESS 2013</p> <p>Beschreibung: Globale ökonomische und soziale Entwicklungen stellen große Herausforderungen für Kulturpolitiker, Kulturanbieter und deren Kooperationspartner dar. Die Etablierung betriebswirtschaftlicher Management- und Marketingprozesse bei öffentlichen und privatwirtschaftlichen Kulturanbietern, die Übernahme kultureller Verantwortung durch Wirtschaftsunternehmen und kulturpolitisches Umdenken eröffnet neue Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien. Informieren Sie sich über die neuesten Entwicklungen im Kultur-Business, nutzen Sie die einzigartigen Networking-Möglichkeiten, freuen Sie sich auf prominente Größen aus Kultur, Wirtschaft und Politik und gewinnen Sie durch die Impulse von über 75 Referenten in 24 Parallelforen neue Einblicke in bisher unbekannte Themengebiete.</p> <p>Termin: 24.10.2013 - 25.10.2013</p> <p>Veranstaltungsort: Verlagsräume des Tagesspiegel Askanischer Platz 3, 10963 Berlin</p> <p>Veranstalter: Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH</p> <p>Partner: Der Tagesspiegel</p> <p>Kosten: Frühbucherrabatt: bis 30.06.2013: Sie zahlen 490,- € statt 650,- € inkl. persönlicher Kongressmappe, Zugang zu sämtlichen Foren und zur Kontakt-Lounge, reichhaltiges Frühstück- und Mittagsbuffet, Kaffee & Kuchen, Online-Zugriff auf Vorträge. Eintages-Ticket: 340,- Euro zzgl. MwSt. inkl. persönlicher Kongressmappe, Zugang</p> <p>Programm: (Stand 03.06.2013)</p> <p>Donnerstag, 24.10.2013 Internationales Kulturmanagement Kulturmanagement in Wirtschaftsunternehmen Kulturtourismus Kultursponsoring aus Sicht der Anbieter und Unternehmen Stadt- und Regionenmarketing Der Nutzen von Kulturimmobilien Personalmanagement und Personalentwicklung</p>	
Datum: 3. Juni 2013	Medium: Deutscher Musikrat
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

 	
HOME KONTAKT SITEMAP IMPRESSUM	
	
<p>Sie befinden sich hier: Home » Homepage</p>	
<p>AKTUELL</p> <ul style="list-style-type: none"> > News > Terminkalender <p>VERANSTALTUNGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> > ERFA-Tagung > ERFA-Archiv > Seminare > Seminar-Archiv <p>WISSEISWERTES</p> <ul style="list-style-type: none"> > Projekt-Pool > Referenten-Pool > Dokumente > Positionspapiere > Arbeitshilfen > Umfragen > Newsletter-Archiv <p>SERVICE</p> <ul style="list-style-type: none"> > Jobbörsen/Ausschreibungen > Beratung und Vorträge > Werbung > Presse <p>VERBAHD</p> <ul style="list-style-type: none"> > Aufgaben und Ziele > Vorstand > Geschäftsstelle > Landesverbände <p>MITGLIEDER</p>	<div style="background-color: #c00000; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> <h2 style="margin: 0;">Herzlich willkommen auf der Homepage der bcsd</h2> </div> <p style="text-align: center;">Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. – Stadt ist Leben</p> <p style="text-align: center;">Kulturmarken-Award 2013: bcsd ist Kategoriepartner der „Stadtmarke des Jahres“</p> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  </div> <div style="flex: 2; padding-left: 10px;"> <p>Die bcsd ist in diesem Jahr erstmals Kategoriepartner für den Award der „Stadtmarke des Jahres“, der im Rahmen des jährlichen Kulturmarken-Awards in Berlin vergeben wird. Die Preisvergabe soll Stadtmarketing-Organisationen, öffentliche Einrichtungen und Tourismus-</p> <p>Gesellschaften gleichermaßen motivieren, sich aktiv mit dem Thema (Stadt-)Kultur als Wirtschafts-, Identitäts- und Imagefaktor auseinanderzusetzen. Die Positionierung über das kulturelle und gesellschaftliche Potenzial steigert die Standortattraktivität erheblich und schafft neue Möglichkeiten der touristischen und städtischen Vermarktung. Aus diesem Grund unterstützt die bcsd den von der Berliner Agentur Causales initiierten Stadtmarken-Award und hat für ihre Mitglieder einen vergünstigten Beitrag für die Bewerbung bei dem Wettbewerb ausgehandelt. Jürgen Block, Geschäftsführer der bcsd, wurde darüber hinaus zum Mitglied der Jury berufen und wird nun mitentscheiden, welche Stadt am 24. Oktober 2013 während der feierlichen Gala in Berlin als „Stadtmarke des Jahres“ geehrt werden wird. Bewerbungsfrist ist der 15. August 2013. Weitere Informationen zu dem Wettbewerb finden Sie hier.</p> <p style="font-size: small;">14.05.2013</p> </div> </div> <div style="margin-top: 20px;"> <p>Login</p> <p>Benutzer <input type="text"/></p> <p>Passwort <input type="password"/> <input type="button" value=">"/></p> <p>> Passwort vergessen?</p> </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p>Newsletter</p> <p>Ihre E-Mail <input type="text"/> <input type="button" value=">"/></p> <p><input checked="" type="radio"/> Anmelden</p> <p><input type="radio"/> Abmelden</p> </div> <div style="margin-top: 20px; background-color: #c00000; color: white; padding: 10px;"> <p>bcsd - Profil</p> <p>Das bcsd-Profil als PDF-Dokument zum Download.</p> <p style="text-align: right;">[Download]</p> </div> <div style="margin-top: 10px; background-color: #c00000; color: white; padding: 10px;"> <p>Jetzt Mitglied werden</p> <p>Bei Interesse an einer Mitgliedschaft senden Sie uns einfach den ausgefüllten Aufnahmeantrag zu.</p> <p style="text-align: right;">[Download]</p> </div> <div style="margin-top: 10px; background-color: #c00000; color: white; padding: 10px;"> <p>Satzung</p> <p>Die Satzung der bcsd als PDF-Dokument zum Download.</p> <p style="text-align: right;">[Download]</p> </div>
<p>Datum: 14. Mai 2013</p>	<p>Medium: Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing e.V.</p>
<p>Auflage: -</p>	<p>Kontakt: 8.000</p>

causales

<p>Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH</p> <p>Kulturmarken-Award 2013</p>	
<p>Datum: 14.05.2012</p>	<p>Medium: Stadtkultur Hamburg</p>
<p>Auflage: -</p>	<p>Kontakt: -</p>

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

The screenshot shows the website interface for 'Public Marketing'. At the top right, the date '21. Juni 2013' is displayed. The main header features the title 'PUBLIC MARKETING' in large white letters on an orange background. Below the header is a navigation bar with links for 'News', 'Studien', 'Termine', 'Heft-Bestellung', 'Mediadaten', and 'Über uns', along with a search box labeled 'Suchen'. A banner for 'A.D. KOMMUNIKATION' is visible. The main content area is titled 'News' and features an article with the headline 'Kulturmarken-Award: bcsd erstmals Kategoriepartner "Stadtmarke des Jahres"'. The article text describes the award and the role of bcsd. To the right, there are sections for 'Newsletter', 'Aktuelles Heft' (with a thumbnail of the 'UNIVERSITÄTSSTÄDTE' magazine cover), and 'Leseprobe'.

Kulturmarken-Award: bcsd erstmals Kategoriepartner "Stadtmarke des Jahres"

Die bcsd - Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing, Berlin, ist in diesem Jahr erstmals Kategoriepartner für den Award der "Stadtmarke des Jahres", der im Rahmen des jährlichen Kulturmarken-Awards in Berlin vergeben wird. Veranstalter ist die ortsansässige Agentur Causales.

Die Preisvergabe soll Stadtmarketingorganisationen, öffentliche Einrichtungen und Tourismusgesellschaften gleichermaßen motivieren, sich aktiv mit dem Thema (Stadt-)Kultur als Wirtschafts-, Identitäts- und Imagefaktor auseinanderzusetzen. Die Positionierung über das kulturelle und gesellschaftliche Potenzial steigere die Standortattraktivität erheblich und schafft neue Möglichkeiten der touristischen und städtischen Vermarktung, so die bcsd.

causales

bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block wurde zudem in die Kulturmarken-Jury berufen und wird nun mitentscheiden, welche Stadt am 24. Oktober 2013 während der feierlichen Gala im Berliner TIPI als "Stadtmarke des Jahres" geehrt wird. Bewerbungsfrist ist der 15. August 2013.	
Datum: 1. Mai 2013	Medium: Public Marketing
Auflage: 2.500	Kontakt: 6.250

Sie sind nicht eingeloggt.
Login | Registrieren

Kulturmanagement Network
Start > Alle Sparten > Alle Themenbereiche > Beiträge

6. Mai 2013

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

ANZEIGE

Hochschule Bremen
Kulturmanagement
berufsbegleitend
...hr, als in Ihren
www.mkm.hs-bremen.de

Network Schweiz
KULTUR

Willkommen bei Kulturmanagement Network, Ihrem Wissensportal und Netzwerk für den beruflichen Erfolg im Kulturbetrieb. Registrieren Sie sich noch heute kostenfrei als Mitglied und erhalten Sie damit u.a. monatlich das **KM Magazin**. Nutzen Sie den wichtigsten **Stellenmarkt** für Fach- und Führungskräfte im Kulturbetrieb.
Ihr Dirk Schütz & Dirk Heinze

INTERVIEW
Crowdfunding-Projekt »Tokyo Rockabilly Club - the Book«
Stellen Sie sich vor, Sie geben Ihrer Lieblingsband oder einer AutorIn schon im Vorhinein das Geld für die nächste CD oder das nächste Buch und sichern so die Realisierung. Das ist die Idee hinter Cro...
[weiterlesen]
02.05.2013, Michaela v. Trauchburg-Taquez

MELDUNG
Achter Kulturmarken-Award mit 27-köpfiger Expertenjury
Die Bewerbungsphase des Kulturmarken-Awards, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investments im deutschsprachigen Raum startet. Bis zum 15. August 2013 haben öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter und deren ... [weiterlesen]
30.04.2013, Agentur Causales

HINTERGRUNDBERICHT
Arts Management Newsletter No. 114
Arbeiten US-amerikanische Opernhäuser eigentlich effizienter als deutsche? Mounir Mahmalat...
[weiterlesen]
29.04.2013, Arts Management Network

KONFERENZBERICHT
Vielfältige Anregungen für aktuelle Herausforderungen der Musikschularbeit
Mit einer fulminanten musikalischen Abschlussveranstaltung ist der diesjährige Kongress des

ANZEIGE
INSTITUT FÜR KULTURKONZEPTE
Kurs zu Kulturmanagement
Einstieg jederzeit möglich!
berufsbegleitend konzipiert

ANZEIGE
BEWERBUNGS-SCHLUSS 31.05.

Stellenmarkt
Neueste Angebote:
- Geschäftsführer/...
- Referent/in des I...
- Assistenz (m/w)
- stellvertr. Leitu...
- Mitarbeiter/in Mu...
Weitere Angebote
Preise & Abonnements
Serie Berufsbilder
Anzeige veröffentlichen

Twitter & Facebook
Folgen Sie uns
Gefällt mir

ANZEIGE
Jetzt bewerben!
Masterstudiengang Kulturmanagement & Kulturtourismus
Europa-Universität Viadrina

Die Bewerbungsphase des Kulturmarken-Awards, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investments im deutschsprachigen Raum startet. Bis zum 15. August 2013 haben öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter und deren Freundeskreise oder Fördervereine, kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen, Medienunternehmen und Verlage sowie Städte und Tourismusgesellschaften die Möglichkeit, ihre Bewerbung in sechs Wettbewerbskategorien einzureichen. Bis zum 15. August 2013 können die Teilnahmeunterlagen im Wettbewerbsbüro eingereicht werden.

Detaillierte Informationen zum Bewerbungsprozess stehen unter www.kulturmarken.de zur Verfügung. •Eine namhafte Expertenjury wählt am 12. September 2013 die Nominierten und Preisträger. In diesem Jahr wird die 27-köpfige Jury durch die Fachexpertise von Jürgen Block (Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.), Suanne Finck (UBS Deutschland), Dr. Thomas Girst (BMW Group), Günter Jeschonnek (FONDS DARSTELLEND KÜNSTE e.V.), Dr. Volker Mattern (Bayer Kultur) und Dr. Lisa Zeitz (WELTKUNST) bereichert. »Der Kulturmarken-Award verdeutlicht, dass sich Qualität und Individualität in Kunst und Kultur einerseits und wirtschaftliche Effizienz andererseits nicht ausschließen, sondern

causales

sich vielmehr wechselseitig befruchten können.«, so der Juryvorsitzende Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.

Die Kulturmarken-Awards werden 2013 bereits zum achten Mal verliehen, und dies in den sechs Kategorien "Kulturmarke", "Stadtmarke", "Trendmarke", "Kulturinvestor", "Kulturmanager" und "Förderverein" des Jahres. Zu den Entscheidungskriterien der Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Verliehen werden die Awards in Berlin auf der Kulturmarken-Gala am 24. Oktober 2013 im TIPI am Kanzleramt.

Veranstalter des Kulturmarken-Awards ist Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, die mit der diesjährigen Kulturmarken-Gala auch ihr zehnjähriges Jubiläum begeht. Der Kulturmarken-Award wird gefördert von der Deutschen Post DHL und dem Tagesspiegel sowie den Kategoriepartnern DIE DRAUSSENWERBER, der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., KM Kulturmanagement Network GmbH und dem Ambient-Media-Anbieter PiCK ME

Datum: 30. April 2013	Medium: KM Kulturmanagement Network
Auflage: -	Kontakt: 22.000

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

The screenshot shows the IHK Hannover website. At the top left is the IHK logo with the text 'Industrie- und Handelskammer Hannover'. Below it is a navigation menu with 'THEMEN' and various categories like 'Aus- und Weiterbildung', 'International', 'Standort / Branchen', 'Handel', 'Markt', 'Handelsstandorte', 'Betrieb', 'Veranstaltungen', 'Aktuell', 'Download', 'Verkehr / Logistik', 'Dienstleistungen', 'Konjunktur / Statistik', 'Planen / Bauen', 'Tourismus', 'Öffentliche Aufträge', 'Sicherheit', 'Familie und Beruf', 'Recht / Steuern', 'Innovation / Umwelt', 'E-Business', and 'Gründung / Finanzierung'. The main content area features the headline 'Achter Kulturmarken-Award startet' and a text block starting with 'Die Bewerbungsphase für den Kulturmarken-Award, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investments im deutschsprachigen Raum, hat begonnen. Bis zum 15. August 2013 können öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter und deren Freundeskreise oder Fördervereine, kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen, Medienunternehmen und Verlage sowie Städte und Tourismusgesellschaften ihre Teilnahmeunterlagen in folgenden sechs Wettbewerbskategorien im Wettbewerbsbüro einreichen: "Kulturmarke", "Stadtmarke", "Trendmarke", "Kulturinvestor", "Kulturmanager" und "Förderverein" des Jahres. Zu den Entscheidungskriterien der Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Detaillierte Informationen zum Bewerbungsprozess finden Sie unter www.kulturmarken.de. Die Kulturmarken-Awards werden 2013 bereits zum achten Mal verliehen. Eine namhafte Expertenjury wählt am 12. September 2013 die Nominierten und Preisträger. Verliehen werden die Awards in Berlin auf der Kulturmarken-Gala am 24. Oktober 2013 im TIPI am Kanzleramt. Veranstalter des Kulturmarken-Awards ist Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH. Kontakt: Hans-Conrad Walter, Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Bötzowstraße 25, 10407 Berlin, Tel.: (0 30) 53 214 391, Fax: (0 30) 53 215 337, E-Mail: walter@causales.de, Internet: www.kulturmarken.de.

Die Bewerbungsphase für den Kulturmarken-Award, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investments im deutschsprachigen Raum, hat begonnen. Bis zum 15. August 2013 können öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter und deren Freundeskreise oder Fördervereine, kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen, Medienunternehmen und Verlage sowie Städte und Tourismusgesellschaften ihre Teilnahmeunterlagen in folgenden sechs Wettbewerbskategorien im Wettbewerbsbüro einreichen: "Kulturmarke", "Stadtmarke", "Trendmarke", "Kulturinvestor", "Kulturmanager" und "Förderverein" des Jahres.

Zu den Entscheidungskriterien der Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte.

Detaillierte Informationen zum Bewerbungsprozess finden Sie unter www.kulturmarken.de. Die Kulturmarken-Awards werden 2013 bereits zum achten Mal verliehen. Eine namhafte Expertenjury wählt am 12. September 2013 die Nominierten und Preis-

causales

träger. Verliehen werden die Awards in Berlin auf der Kulturmarken-Gala am 24. Oktober 2013 im TIPI am Kanzleramt. Veranstalter des Kulturmarken-Awards ist Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH.	
Datum: 223. April 2013	Medium: IHK Hannover
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

The screenshot shows the website interface for the 'Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung'. At the top, there are logos for the 'Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie' and 'Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien'. The main header reads 'Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung'. Below this is a navigation bar with 'Aktuelles' highlighted. A search bar contains the text 'Suchbegriff eingeben' and a 'Finden' button. The main content area features a news item dated '22.4.2013' titled 'Bundesweit: 8. Kulturmarken-Award gestartet' with a sub-headline 'Bewerbungsfrist: 15. August 2013'. The text describes the award categories and the deadline. A sidebar on the left lists various menu items like 'Die Initiative', 'Aktuelles und Termine', and 'Meldungen'. On the right, there are buttons for 'Druckansicht' and 'Weiterführende Informationen', along with social media icons for Twitter, Facebook, and others. The footer contains copyright information for 2013 and a list of links: RSS, Forum, Kontakt, Inhalt, Impressum, Benutzerhinweise.

Datum: 22. April 2013	Medium: kultur-kreativ-wirtschaft.de
Auflage: -	Kontakt: -

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

The screenshot shows a news article on the BlachReport website. The article title is "Fünfter KulturInvest-Kongress Ende Oktober in Berlin". The author is "Montag, den 22. April 2013 um 16:03 Uhr". The article text describes the 5th KulturInvest-Kongress, which will take place on October 24th and 25th in Berlin. It mentions that over 75 referents will present on various topics like cultural management, tourism, marketing, and neuro-marketing. The article also mentions a ticket price of 490 Euro (reduced from 650 Euro) and a search bar on the right side of the page.

Am 24. und 25. Oktober findet der fünfte KulturInvest-Kongress in den Verlagsräumen des Tagesspiegel in Berlin statt. In 24 Foren stellen über 75 Referenten in dem Themenspektrum von Kulturmanagement, Kulturtourismus, Kulturmarketing, Neuro- und Sensemarketing sowie Kultursponsoring neueste Trends vor und laden zum fachlichen Austausch ein. Darüber hinaus liefert der Kongress in diesem Jahr wichtige Impulse zum Thema „Kulturimmobilien“. Der Fachkongress „KM Konkret - Personalmanagement in der Kultur“ ist erstmals fester Bestandteil des Gesamtprogramms.

Der Tagesspiegel fördert die Diskussion rund um das Kultur-Business und öffnet sein Verlagsgebäude am Askanischen Platz für die Teilnehmer des KulturInvest-Kongress. Auf dem Kongress begegnen sich Führungskräfte aus Kultur, Wirtschaft, Agenturen, Politik und Medien zum fachlichen Austausch. Teilnehmer sind Direktoren, Intendanten sowie Marketing- und Sponsoringverantwortliche aus Kultureinrichtungen und deren Fördervereinen ebenso wie Entscheidungsträger und Mitarbeiter für Public Relations, Marketing und Sponsoring aus Wirtschaftsunternehmen.

Bis zum 30. Juni 2013 kann ein Zweitages-Ticket zum Frühbucheypreis von 490 Euro (statt 650 Euro) erworben werden. Damit erhält ein Käufer Zugang zu den gewünschten Foren des KulturInvest-Kongresses, dem Personalmanagement-Kongress KM Konkret und Nutzungs-

causales

möglichkeiten für die Kontakt-Lounge. Im Ticketpreis enthalten ist eine persönliche Kongressmappe sowie ein Frühstücks-, Kaffee- und Mittagsbuffet.

Das Mövenpick Hotel Berlin bietet für Teilnehmer des KulturInvest-Kongress und der Kulturmarken Gala ein limitiertes Zimmerkontingent zu attraktiven Preisen an. Das Hotel befindet sich im Gebäudekomplex des Verlagshauses des Tagesspiegel und ist in diesem Jahr Veranstaltungsort einiger Foren des KulturInvest-Kongress.

Datum: 22. April 2013	Medium: Blach Report
Auflage: 1.600	Kontakt: 4.000

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Kulturmarken-Award 2013

Neuer Nutzer? Registrieren | Anmelden | Hilfe Der Neue Firefox 16 Optimiert für Yahoo! Mail | Mein Y! | Yahoo!

YAHOO! NACHRICHTEN DEUTSCHLAND

HOME POLITIK WIRTSCHAFT PANORAMA WISSEN TECHNIK UNTERHALTUNG SPORT WETTER VIDEOS IM BLICKPUNKT

MEISTGELESEN BILDERGALERIEN YOUR PICTURES NSU-PROZESS NEWS THEMEN

Achter Kulturmarken-Award startet mit 27-köpfiger Expertenjury

NewsAktuell/Ots - Mi., 17. Apr 2013

Mailen Freigeben Twittern +1

Berlin (ots) - Am 17. April startet die Bewerbungsphase des Kulturmarken-Awards, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investments im deutschsprachigen Raum. Bis zum 15. August 2013 haben öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter und deren Freundeskreise oder Fördervereine, kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen, Medienunternehmen und Verlage sowie Städte und Tourismusgesellschaften die Möglichkeit, ihre Bewerbung in sechs Wettbewerbskategorien einzureichen. Bis zum 15. August 2013 können die Teilnahmeunterlagen im Wettbewerbsbüro eingereicht werden. Detaillierte Informationen zum Bewerbungsprozess stehen unter www.kulturmarken.de zur Verfügung.

Eine namhafte Expertenjury wählt am 12. September 2013 die Nominierten und Preisträger. In diesem Jahr wird die 27-köpfige Jury durch die Fachexpertise von Jürgen Block (Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.), Susanne Finck (UBS Deutschland), Dr. Thomas Girst (BMW Group), Günter Jeschonnek (FONDS DARSTELLENDEN KÜNSTE e.V.), Dr. Volker Mattern (Bayer Kultur) und Dr. Lisa Zeitz (WELTKUNST) bereichert.

"Der Kulturmarken-Award verdeutlicht, dass sich Qualität und Individualität in Kunst und Kultur

Suchen Nachrichten suchen

MEISTGELESENE ARTIKEL »

- Ekkliger Trend aus Japan – „Eyeball-Licking“
- #Neuland-Spott ergießt sich über Kanzlerin Merkel
- Urlauber ignorieren toten Körper am Strand
- Ehepaar muss für Skelett-Fund im eigenen Garten zahlen
- Wetter: Nach Super-Hitze Abkühlung auf unter 20 Grad

Berlin (ots) - Am 17. April startet die Bewerbungsphase des Kulturmarken-Awards, dem wichtigsten Wettbewerb für Kulturmanagement, -marketing und -investments im deutschsprachigen Raum. Bis zum 15. August 2013 haben öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter und deren Freundeskreise oder Fördervereine, kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen, Medienunternehmen und Verlage sowie Städte und Tourismusgesellschaften die Möglichkeit, ihre Bewerbung in sechs Wettbewerbskategorien einzureichen. Bis zum 15. August 2013 können die Teilnahmeunterlagen im Wettbewerbsbüro eingereicht werden. Detaillierte Informationen zum Bewerbungsprozess stehen unter www.kulturmarken.de zur Verfügung.

Eine namhafte Expertenjury wählt am 12. September 2013 die Nominierten und Preisträger. In diesem Jahr wird die 27-köpfige Jury durch die Fachexpertise von Jürgen Block (Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.), Susanne Finck (UBS Deutschland), Dr. Thomas Girst (BMW Group), Günter Jeschonnek (FONDS DARSTELLENDEN KÜNSTE e.V.), Dr. Volker Mattern (Bayer Kultur) und Dr. Lisa Zeitz (WELTKUNST) bereichert.

causales

"Der Kulturmarken-Award verdeutlicht, dass sich Qualität und Individualität in Kunst und Kultur einerseits und wirtschaftliche Effizienz andererseits nicht ausschließen, sondern sich vielmehr wechselseitig befruchten können.", so der Juryvorsitzende Prof. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.

Die Kulturmarken-Awards werden 2013 bereits zum achten Mal verliehen, und dies in den sechs Kategorien "Kulturmarke", "Stadtmarke", "Trendmarke", "Kulturinvestor", "Kulturmanager" und "Förderverein" des Jahres. Zu den Entscheidungskriterien der Jury gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing genauso wie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement oder nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Verliehen werden die Awards in Berlin auf der Kulturmarken-Gala am 24. Oktober 2013 im TIPI am Kanzleramt.

Veranstalter des Kulturmarken-Awards ist Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, die mit der diesjährigen Kulturmarken-Gala auch ihr zehnjähriges Jubiläum begeht. Der Kulturmarken-Award wird gefördert von der Deutschen Post DHL und dem Tagesspiegel sowie den Kategoriepartnern DIE DRAUSSENWERBER, der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Kulturmanagement Network und dem Ambient-Media-Anbieter PiCK ME.

Datum: 17. April 2013	Medium: Yahoo
Auflage: -	Kontakt: 6.500.000

causales

<p>Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH</p> <p>Kulturmarken-Award 2013</p>	
 <p>The screenshot shows a news article on the BlachReport website. The headline is 'Bewerbungsphase für Kulturmarken-Award 2013 startet in Kürze'. The article text states: 'Zum achten Mal startet Mitte April die Ausschreibung des wichtigsten Wettbewerbs für Kulturmanagement, -marketing und -investments im deutschsprachigen Raum. Öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter und deren Freundeskreise oder Fördervereine, kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen, Medienunternehmen und Verlage sowie Städte und Tourismusgesellschaften sind aufgerufen, ihre Bewerbung in sechs Wettbewerbskategorien bis zum 15. August 2013 einzureichen. Eine unabhängige Expertenjury wählt am 12. September 2013 die Nominierten und Preisträger in den Kategorien, „Trendmarke“, „Stadtmarke“, „Kulturmanager“, „Kulturinvestor“, „Förderverein“ und „Kulturmarke des Jahres“.' The article is dated Wednesday, April 3, 2013, at 13:52. There are social media sharing icons at the bottom of the article.</p>	
Datum: 3. April 2013	Medium: Blach Report
Auflage: 1.600	Kontakt: 4.000