

Pressespiegel der 5. Kulturmarken-Awards (2010)



Veranstaltungsort	TIPI am Kanzleramt Berlin
Expert*innenjury	18 Juror*innen
Bewerber*innen	105 Einreichungen
Kulturmarke des Jahres	RUHR.2010 (Essen)
Trendmarke des Jahres	HipHop Academy Hamburg (Hamburg)
Kulturmanager*in des Jahres	Silke Fischer, Märchenland (Berlin)
Preis für Stadtkultur	Hameln Tourismus und Marketing GmbH (D)
Kulturinvestor*in des Jahres	MIGROS-Kulturprozent (Zürich, CH)

PREMIUMPARTNER:

Deutsche Post DHL

DIE ZEIT

PRESENTING - PARTNER:



DER TAGESSPIEGEL

Deutsche Post DHL



VERANSTALTUNGSPARTNER:



Veranstalter: Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Bötzwstraße 25, 10407 Berlin,
Geschäftsführender Gesellschafter: Hans-Conrad Walter, E-Mail: walter@causales.de, t: +49(0)30 - 53-214-391,
Mobil: +49 (0)152-54-216-517, www.kulturmarken.de, [www.twitter.com/causales](https://twitter.com/causales), www.facebook.com/agentur.causales,
<https://kulturmarken.de/presse/pressearchiv>, <https://www.youtube.com/user/AgenturCausales/videos>

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

[illegible]

Datum: 11.11.2010

Die ZEIT

Auflage: 505.765

Kontakt: 2.050.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

ativ Geld verdienen

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

Kulturinvestor des Jahres 2010
Migros Kulturprozent

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

Foto: Davids

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

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

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

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

FREDERIK HANSEN

Datum: 30.10.2010	Der Tagesspiegel
Auflage: 147.684	Kontakt: 369.210

causales

Kreativ Geld verdienen

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

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

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

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

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

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

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

causales

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

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

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

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

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



MIGROS**WOCHE** | 9

Auszeichnung für das Migros- Kulturprozent

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

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

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

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

Datum: 11.2010

Migros Magazin

Auflage: 1.554.932

Kontakt: 3.887.330

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2010	
 NACHRICHTEN LOKALES SPORT KULTUR VIDEOS BILDER WESIO Aktuell vor Ort Dossiers Serien Feierabend Vereine Reportage Komm > Startseite > Lokales > Aktuell vor Ort > Hameln AKTUELLES HAMELN Mystik & Magie kommen an: Hameln ist Stadtmarke des Jahres 2010 Hameln (kar). Die Ratte und der mystische Pfeifer haben Hameln Glück gebracht: Die Weserstadt wurde jetzt in Berlin mit dem erstmals verliehenen Kulturmarken-Award "Stadtmarke 2010" ausgezeichnet. Vor über 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahmen Oberbürgermeisterin Susanne Lippmann und Harald Wanger, Geschäftsführer der Hameln Marketing und Tourismus GmbH, die Auszeichnung entgegen. Die Experten-Jury lobte die HMT für die beste integrative Strategie und den professionellen Markenaufbau mit Kultur als Markenkern im Zusammenhang mit dem Rattenfänger-Jubiläum. Der Lohn: Kostenlose Hameln-Werbung auf über 3000 Plakaten im kommenden Jahr in Berlin.  drucken  versenden  bookmark  Insgesamt hatten sich 14 Projekte und Städte aus ganz Deutschland an dem Wettbewerb als „Stadtmarke 2010“ beteiligt, darunter Hamburg, Bonn oder Hildesheim. Im Finale traf die Rattenfängerstadt auf das geschichtsträchtige Leipzig und auf die Erfurt Tourismus und Marketing GmbH. Stolz und überglücklich dankten Lippmann und Wanger den Jurymitgliedern: „Es ist eine große Ehre für Hameln im Wettbewerb der Städte als Sieger hervorzugehen und ein großer Ansporn für uns, an den Erfolg des Jubiläumsjahres anzuknüpfen.“ Artikel vom 29.10.2010 - 12.21 Uhr	
Datum: 29.10.2010	Deister- und Weserzeitung
Auflage: 33.153	Kontakt: 82.883

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Taunus Zeitung

Startseite | Region | Nachrichten | Sport | Ratgeber | Freizeittipps |

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

Kronberg Academy für Kulturmarke des Jahres nominiert

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

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

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

Konkurrenz ausgestochen

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

Datum: 06.09.2010

Taunus Zeitung

Auflage: 101.589

Kontakt: 253.960

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



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

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

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

AKTUELL _07



Hans-Conrad Walter (Foto: Causales)

Ausschreibung zum Kulturmarken Award gestartet

Marke und Kultur

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

BlachReport: Wie lange gibt es den Kulturmarken Award bereits?

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

BlachReport: Wer waren die Preisträger beim letztjährigen Wettbewerb?

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

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

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

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

BlachReport: Was bewertet die Jury beim Kulturmarken Award?

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

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

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

BlachReport: Wer kann für den Wettbewerb einreichen?

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

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

BlachReport: Wie setzt sich die Jury zusammen?

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

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

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

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

BLACHREPORT 12/10

Datum: 15.06.2010

Blach Report

Auflage: 1.500

Kontakt: 3.750

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

SERVICES



KULTURMARKEN AWARD SUCHT ZUSÄTZLICH "STADTMARKE" UND "KULTURINVESTOR"

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

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

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



Datum: 01.06.2010

Public Marketing

Auflage: 2.500

Kontakt: 6.250

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

KULTURMARKEN AWARD BEREITS ZUM FÜNFTEN MAL

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

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

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

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

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

INFO: www.kulturmarken.de

Datum: Sonderausgabe 01/ 2010

Blach Report

Auflage: 1.500

Kontakt: 3.750

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Kulturmarken-Award 2010

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

► www.kulturmarken.de

Datum: 14.07.2010

Fundraiser

Auflagenhöhe: 4.000

Kontakte: 10.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

8. November 2010, 11:10 Uhr Abo Shop Newsletter TV-Programm Wetter Anmelden

WELT ONLINE Nachrichten Debatte Schönes Leben Marktplatz Ihre Suche

Politik Wirtschaft Geld Sport Wissen Gesundheit Panorama Kultur Videos Bilder

In den Nachrichten: Anne Will | Lottozahlen | A380 | Castor

DIE WELT | GLOSSE 27.10.2010 | Autor: Richard Kämmerlings Empfehlen

Kulturgut Marke

In der Kindheit war alles einfach. Da hieß Twix noch Raider, und der Krieg zwischen Playmobil- und Play-Big-Kavalleristen war noch nicht entschieden. Der nahm aber schon die späteren Markenschlachten auf dem Schulhof vorweg. Fruit of the Loom gegen Lacoste-Krokodil, Puma gegen Adidas. Der eigentliche Abgrund aber bestand zwischen "Markenklamotten" jedweder Herkunft und dem anonymen Rest, dem unbenennbaren Grauen, das freilich aus Erwachsenensicht zugleich ökologisch und ökonomisch korrekt war. Markenlos ist auch das Selbstgestrickte, Selbstgebastelte, Selbstgezogene.

GOOGLE ANZEIGE

Outdoor Funktionsjacken
Windbreaker Windjacken atmungsaktiv Jetzt bei neuen Modellen sparen
streetwear-zone.de/Funktionsjacken

Auf höherer Ebene heißt das Selbstgemachte Kultur. Daher wäre man früher auch nie auf die Idee gekommen, hier von Marken zu sprechen und wenn dann allenfalls als Synonym für Kanon: Schillers Markenzeichen etwa waren krasse Blankverse, die sich als Slogans auch gut gemacht hätten. Dass die Pop-Art einschließlich ihrer literarischen Ableger die Marken von der Campbell-Suppe bis zur Barbour-Jacke als Accessoire entdeckt hat, spricht eher für eine Unverträglichkeit von Werk und Marke.

Morgen Abend nun werden im "TIPI am Kanzleramt" im Rahmen einer "Kulturmarken-Gala" die diesjährigen "Kulturmarken-Awards" verliehen. In fünf Subkategorien: der "Kulturmarke", der "Trendmarke" (ein hübscher Pleonasmus), der "Stadtmarke", dem "Kulturmanager" und dem "Kulturinvestor des Jahres". Marke, so lässt sich aus den Kandidaten schließen, meint in diesem Zusammenhang eine Institution mit Presseabteilung. Zu den Nominierten gehören beispielsweise die Bayerische Theaterakademie, die Kronberg Academy e.V. und

Kreuzworträtsel
Jänlich.net
Gebrauchtwagen
DVD-Verleih
gratis testen
Jetzt verliebt!
41 neue Artikel
128 neue Kommentare
Empfohlene Finanzberater

ARTIKEL TEILEN Hilfe

f t

Empfänger-E-Mail eingeben Weiter

ANZEIGE

... Produkt

SERVICES

DIE WELT gratis testen

Der nebenstehende Artikel stammt aus der Zeitung DIE WELT. Die hohe journalistische Qualität können Sie jetzt kostenlos testen.

DIE WELT als ePaper

Datum: 27.10.2010

Welt Online

Auflage: -

Kontakt: 30.466.535 Unique Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



RUHR.2010 ist „Kulturmarke des Jahres“

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

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

causales

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

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Jetzt mitmachen!

DERWESTEN
Das Portal der WAZ Mediengruppe

Kultur | Startseite | Lokales | Sport | Leben | Videos | Community | Spiele

Kulturhauptstadt
Ruhr.2010 ist die Kulturmarke des Jahres
Kultur, 28.10.2010, DerWesten

Die Eröffnungsteiler auf Zollverein in Essen. Foto: Ija Hopping / WAZ FotoPool

Essen. Die Kulturhauptstadt Ruhr.2010 ist als „Kulturmarke des Jahres 2010“ ausgezeichnet worden. Als Begründung nannte die Jury die identitätsstiftende Markenentwicklung und die Etablierung einer beispielhaften Kulturmarke.

Die Kulturhauptstadt ist „Kulturmarke des Jahres 2010“. Ausgezeichnet wurde Ruhr.2010 für die identitätsstiftende Markenentwicklung, die außergewöhnliche Markenführung und die Etablierung einer beispielhaften Kulturmarke.

Meine Stadt
StädteListe | zur Karte
Hier Ihre Stadt eingeben | merken

Dorsten: Unbekannter überwachte Duschen mit Kameras
Essen: Zigaretten- Schmuggel in Essen explodiert
Loveparade 2010 in Duisburg: RTL 2-Doku kratzt an Oberfläche
Nachrichten: Beim Glück im Casino nachgeholfen
Westfalen: Chor singt lauthals seinen Frust weg

Finanzlinks by biallo.de
Schutz für Ihre Familie
Schützen Sie Ihre Liebstes vor finanzieller Not mit einer Risikolebensversicherung der Hannoverschen Leben.
www.hannoversche-leben.de
Mit Steuervorteilen vorsorgen

Was hat Sie im Kulturhauptstadtjahr begeistert oder bewegt?

Datum: 28.10.2010

DerWesten.de

Auflage: -

Kontakt: 150.115 Visitors monatlich

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

ART-TV SONDAGE Schweizer Kulturperle Home Rubriken Architektur + Design Film Fotografie Kunst Kulturgeschichte Literatur Musik Tanz Theater Unterhaltung Extras Festivals Kulturpolitik Lifestyle Migros-Kulturprozent People art-tv international transit09 Innerschweizer Kulturpreis Regionen Wettbewerbe Über art-tv Bestellen Partner Support Archiv	art-tv.ch das kulturfernsehen im netz Newsletter Mitgliedschaft Spenden Werben Kontakt Kulturprozent Kulturinvestor des Jahres  auf Facebook posten auf Twitter posten Video weiterempfehlen Video bestellen Support Embed-Code 00:01 03:50 Das Migros-Kulturprozent ist Kulturinvestor des Jahres 2010. Die erstmals verliehene Auszeichnung wurde am 28. Oktober 2010 im Rahmen der Kulturmarken-Awards 2010 in Berlin vergeben. Damit werden auch interne Projekte gewürdigt, wie etwa die Migros-Kulturprozent-Classics. (Video) Der Wettbewerb Kulturmarken-Award zeichnet bereits zum vierten Mal die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und kreativsten Investitionsformen in Kultur im deutschsprachigen Raum aus. Insgesamt haben sich 105 Bewerber namhafter Kulturanbieter, Kulturprojekte, Stadtmarketingunternehmen und Kulturinvestoren um einen Award bemüht. Die achtzehnköpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählte die Preisträger in den fünf Kategorien Kulturmarke, Trendmarke, Kulturmanager, Stadtmarke sowie erstmals in der neu geschaffenen Kategorie Kulturinvestor des Jahres. Migros-Kulturprozent – Innovative Konzepte Das Migros-Kulturprozent ist nicht nur der wichtigste private Kulturförderer der Schweiz sondern entwickelt auch in Eigenregie innovative Konzepte. Etwa die Konzertreihe Migros-Kulturprozent-Classics, die der Bevölkerung die Möglichkeit bietet, Spitzenorchester und Solisten zu günstigen Preisen zu erleben (siehe Video). Ebenfalls stark engagiert hat sich das Migros-Kulturprozent in der
Datum: 29.10.2010	Art-tv.ch
Auflage: -	Kontakt: 51.522 Visitors monatlich

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



das klassikmagazin

Partner von **sozene**

aktuell | magazin | festspiele | archiv | abo | mediadaten

Suche

Ran an die Musik



Wege zur Klassik

Aktuell

aktuelle Ausgabe



aktuelle CD



Kožená zum Downloaden



gratis probelesen!

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

Aktuelle CD

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

→ Vorheriger Beitrag | → Nächster Beitrag

Allgemein

RUHR.2010 ist „Kulturmarke des Jahres 2010“

2. November 2010

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

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

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

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

Musik Metropole München



Bayerisches Staatsorchester



Münchner Philharmoniker



Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks



Tourismusamt München

Datum: 02.11.2010

Crescendo.de

Auflage: -

Kontakt: 88.594 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the homepage of 'crescendo das klassikmagazin'. The header includes the logo and navigation links: 'aktuell | magazin | festspiele | archiv | abo | mediadaten'. A search bar is on the left. The main content area features a large article titled 'Kulturmarken Award 2010' dated 7. Mai 2010. The article text states: 'Am 05. Mai 2010 startete der Wettbewerb um die Kulturmarke, den Kulturmanager und die Trendmarke des Jahres. Erstmalig werden in diesem Jahr in zwei neuen Wettbewerbskategorien die „Stadtmarke“ und der „Kulturinvestor des Jahres“ ausgezeichnet. Bis zum 31. Juli 2010 können sich Kulturanbieter, Marketing-Beauftragte aus Wirtschaft und Kultur sowie Städte und Gemeinden aus dem deutschsprachigen Raum bewerben. Ausgeschrieben wird der fünfte Kulturmarken-Award von der Agentur Causales, mit der freundlichen Unterstützung der Deutschen Post DHL und des ZEIT Verlages. Eine 18-köpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Wissenschaft ermittelt am 24. August 2010 in den Kategorien des Wettbewerbs jeweils 3 Nominierte. Zu den Kriterien gehören innovative Markenführungsstrategien, professionelles Markenmanagement und Stadtmarketing sowie herausragende Vermittlungsleistungen im Kulturmanagement und nachhaltige Investments in Kulturprojekte. Die Preisträger werden auf der Kulturmarken-Gala am 28. Oktober 2010 vor 600 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Informationen zur Bewerbung stehen online unter → www.kulturmarken.de bereit. Am 28. und 29. Oktober 2010 findet der KulturInvest Kongress, der Branchentreff für Kulturmanagement, -marketing und -investment, im Verlagsgebäude des Tagesspiegel Berlin statt. Weitere Informationen unter → www.kulturinvest.de

On the right side of the screenshot, there is a vertical banner for 'Metropole München' featuring the Bayerisches Staatsorchester, Münchner Philharmoniker, Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks, and Touriseumamt München.

Datum: 07.05.2010

Crescendo.de

Auflage: -

Kontakt: 88.594 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

SUCHE KONTAKT START BEITRÄGE STELLENMARKT BÜCHER AUSBILDUNG KALENDER LINKS FORUM WERBUNG KM MAGAZIN 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 Network Schweiz  Alle Sparten Start > Alle Sparten > Alle Themenbereiche > Beiträge nächster Artikel: Kulturmanager, seid brav, sons... MELDUNG RUHR.2010 ist »Kulturmarke des Jahres 2010«  Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 28. Oktober in Berlin geehrt. Der Preis der Kulturmanagerin des Jahres ging an Silke Fischer von Märchenland e.V., überreicht von Dirk Schütz von Kulturmanagement Network. Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als »Kulturmarke des Jahres 2010« geehrt. Vor über 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, den Preis entgegen. Außerdem wurde der Kulturpalast Hamburg mit seinem Projekt HipHop Academy als »Trendmarke des Jahres 2010« ausgezeichnet. Silke Fischer, Direktorin des Deutschen Zentrums für Märchenkultur - MÄRCHENLAND e.V. bekam die Auszeichnung »Kulturmanagerin des Jahres 2010« verliehen. In den erstmalig ausgeschriebenen Kategorien »Kulturinvestor des Jahres 2010« und »Stadtmarke des Jahres 2010« empfingen der private Schweizer Kulturförderer Migros-Kulturprozent und die Hameln Tourismus und Marketing GmbH die Marketingpreise. Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL, des ZEIT Verlages und des Tanecssnial Drucken Versenden 2. November 2010 Stellenmarkt Neueste Angebote: - wiss. Mitarbeiter... - Bilanzbuchhalter/... - Registrar/in - Disponent/in Musi... - Leiter/in der Res... Weitere Angebote Preise & Abonnements Anzeige veröffentlichen Twitter & Facebook Folgen Sie uns Gefällt mir ANZEIGE INSTITUT FÜR KULTURKONZEPTE invent event Eventkommunikation Events inszenieren Erfahrungsräume für die BesucherInnen und produzieren Erinnerungen. 30. 11. Frühbucherbonus Zertifikatskurs, Praxisprojekt, 10 Module in 3 Semestern (März 2011 - Juni 2012) Institut für Kulturkonzepte, Wien ANZEIGE SPONSOREN	
Datum: 30.10.2010	Kulturmanagement.net
Auflage: -	Kontakt: Ø 21.500 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Sie sind nicht
eingeloggt.

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

Alle Sparten

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

Stiftung & Nonprofit

Musik & Bühne

Museum & Kunst

Medien & Literatur

Bildung & Öffentl. Sektor

KulturWirtschaft

Recherche

- Stellenmarkt
- Praktikumsbörse
- KM Magazin

Network Schweiz



Arts Management Network



112 Besucher und
1 Mitglied online

Alle Sparten

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

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

MELDUNG

Der Kulturmarken-Award 2010 ist gestartet!

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

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

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

[📅](#) 22.07.2010, Dirk Heinze

Quelle: Agentur Causales

Weiterführende Links: www.kulturmarken.de

Datum: 22.07.2010

Kulturmanagement.net

Auflage: -

Kontakt: Ø 21.500 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

**Sie sind nicht
eingeloggt.**

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

Alle Sparten

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

Stiftung & Nonprofit

Musik & Bühne

Museum & Kunst

Medien & Literatur

Bildung & Öffentl. Sektor

KulturWirtschaft

Recherche

- Stellenmarkt
- Praktikumsbörse
- KM Magazin

Network Schweiz



Arts Management Network



Alle Sparten

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

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

PORTRÄT

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



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

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

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

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

Weitere Informationen: www.maerchenland-ev.de

[📅](#) 03.11.2010, Dirk Heinze
Weiterführende Links: www.kulturmarken.de

Datum: 03.11.2010

Kulturmanagement.net

Auflage: -

Kontakt: Ø 21.500 Visitors

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



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

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

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

LEIPZIGER INTERNET ZEITUNG
MEHR NACHRICHTEN. MEHR LEIPZIG.

Startseite Politik Wirtschaft Leben Kultur Bildung Sport Interaktiv Dossiers Mediathek

Suchbegriff: LIZ-SUCHE:

LEIPZIGER TERMINE
Termine heute

Leben, Gesellschaft
Lichtfest Leipzig 2009: Zweimal Bronze, einmal Silber
Ralf Julike
07.11.2010

Hohe Auszeichnung für das Lichtfest Leipzig 2009: Mit der spektakulären Veranstaltung, mit der Leipzig an das historische Ereignis der Friedlichen Revolution im Herbst 1989 erinnerte, hat die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH als Veranstalter gemeinsam mit der Messtochter Fairnet beim Event-Award EVA den bronzenen Apfel gewonnen.

Anzeige
Die sichersten Wertpapiere gibt es immer noch im Handwerk
DAS HANDWERK
Die Wirtschaftsmacht von Nebenam

Leipziger Termine.

Nov./Dez.	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
			24	25	26	27	28
	29	30	01	02	03	04	05
	06	07	08	09	10	11	12
	13	14	15	16	10	17	18

Ihre Veranstaltung kostenlos bewerben

Alle Termine im Überblick:
Familie, Freier Eintritt, Kinder, OmU-Filme, Premieren, Preview

Anzeigen.

Leipziger Verkehrsbetriebe LVB (LVB) GmbH

AKTUELLE MELDUNGEN:

- easy.GO gewinnt Special-Award
- Mehr als 20.000 Sozialtickets verkauft
- Tram 11 - Wochenendsperrung in Schleuditz
- Bus 74, N8/N8E - Bauarbeiten Holzhauser Straße am Samstag
- Tram 3E, 7 - Gleisarbeiten in

SCHNELLER SERVICE:

Tickets & Abonnements Sie kennen das Ziel, wir den Weg dorthin.
→ **LVB-Online-Shop** → **Route planen**
→ **Tarifauskunft**

4. Sächsischer Klimakongress
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
Klima STADT Wandel

SCHWABENKREIS
JEDEN SONNTAG AUF www.i-iz.de
- Wenn's mal ruhiger ist
- Internet
- Fakten

Am Freitagabend, 5. November, wurden die Preise im Beisein von etwa 1.300 Gästen in Mannheim im Rosengarten verliehen. Der dritte Platz in der Kategorie

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

Datum: 07.11.2010

Leipziger Internetzeitung

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



ENGLISH STARTSEITE SITEMAP WERBUNG



Sie befinden sich hier: [Aktuelles](#)

Lichtfest Leipzig steht im Finale von zwei Awards

Entscheidung bei den Preisen EUROCIITIES und Kulturmarken fällt im Herbst

Leipzig, 04.09.2010

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



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

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

Zum Lichtfest Leipzig am 9. Oktober 2009 wurden unter starker Bürgerbeteiligung und gemeinsam mit einer Vielzahl von Partnern insgesamt 28 Projekte realisiert. Das Lichtfest umwandelte Wege wie Freizeitanlagen, Parks und Plätze in Orte der Begegnung und der Kreativität.

ADRESSEN

AKTUELLES

Archiv

Leserbriefe

ARBEIT & SOZIALES

BILDUNG & WISSENSCHAFT

EROTIK & INTIMES

ESSEN & TRINKEN

KUNST & KULTUR

PARTY & NIGHTLIFE

SHOPPING & LIFESTYLE

SPORT & FREIZEIT

STADTINFO & TOURISMUS

UNTERKÜNFTE & ÜBERNACHTUNG

VERANSTALTUNGEN & EVENTS

VERKEHR & UMWELT

WIRTSCHAFT & POLITIK

WOHNEN & BAUEN

SHOP



causales

Lichtfest Leipzig steht im Finale von zwei Awards

Entscheidung bei den Preisen EUROCITIES und Kulturmarken fällt im Herbst

„Die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH (LTM) steht mit ihrem Projekt "Lichtfest Leipzig" im Finale zweier Wettbewerbe - dem EUROCITIES und den Kulturmarken-Awards. Bei den Kulturmarken-Awards 2010 gingen 105 Bewerbungennamhafter Kulturanbieter, -investoren, -projekte und Stadtmarketingunternehmen ein. Eine Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien hat nun die 15 Finalisten für die Preisverleihung am 28. Oktober 2010 in Berlin ausgewählt.

Die LTM GmbH konkurriert in der Kategorie "Stadtmarke des Jahres" mit der Erfurt Tourismus & Marketing GmbH und der Hameln Marketing und Tourismus GmbH. Der Wettbewerb zeichnet erfolgreiche Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, engagierte Kulturvermittler und kreative Investitionsformen aus und findet zum vierten Mal statt.“

Datum: 04.09.2010

LeipzigInfo.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

JOBS KONTAKT MEDIA-DATEN VERLAG IMPRESSUM  Benutzername LOGIN NEWS SZENE KAMPAGNEN EVENTS PRINTAUSGABE ABO SERVICE Suchbegriff oder Webcode SUCHE Marketing & Kommunikation Media & Medien Werbemittel & Produktion People Opinion Awards Wocheninterview Zu guter Letzt Twitter Werbewoche auf Star-TV	
 NEWS 29.10.2010 10:42 MARKETING & KOMMUNIKATION 0 KOMMENTARE KOMMENTAR HINZUFÜGEN PRINT EMPFEHLEN	Kulturinvestor des Jahres 2010: Migros-Kulturprozent Das Migros-Kulturprozent hat die Auszeichnung Kulturinvestor des Jahres 2010 gewonnen. Die erstmals verliehene Auszeichnung wurde am 28. Oktober 2010 im Rahmen der Kulturmarken-Awards 2010 in Berlin vergeben. Die Auszeichnung zum Kulturinvestor ist Teil des Wettbewerbs Kulturmarken-Award. Dieser zeichnet bereits zum vierten Mal die erfolgreichsten Marketing-Strategien von Kulturanbietern und Städten, die engagiertesten Kulturvermittler und kreativsten Investitionsformen in Kultur im deutschsprachigen Raum aus. Insgesamt haben sich 105 Bewerber namhafter Kulturanbieter, Kulturprojekte, Stadtmarketingunternehmen und Kulturinvestoren um einen Award bemüht. Die achteköpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien wählte die Preisträger in den fünf Kategorien Kulturmarke, Trendmarke, Kulturmanager, Stadtmarke sowie erstmals in der neu geschaffenen Kategorie Kulturinvestor des Jahres. Die Idee des Migros-Kulturprozent geht auf den Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler zurück. In seinem Sinn verpflichten sich der Migros-Genossenschafts-Bund und die Migros-Genossenschaften zu einem jährlichen Beitrag an das Migros-Kulturprozent. Dieser wird auf Grundlage des Umsatzes berechnet und auch bei rückläufigem Geschäftsgang im Detailhandel ausgerichtet. Dies garantiert die Kontinuität des Migros-Kulturprozent und wurde in den Statuten der Migros fest verankert. Tragende Säulen des Migros-Kulturprozent sind Aktivitäten und Institutionen in den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft. Sie umfassen die Klubschule Migros, die Eurocentres, das GDI Gottlieb Duttweiler Institute in
	 UMFRAGE Kann Markus Sömm das Vertrauen der Baz-Redaktion wieder gewinnen? Ja. Nein. TEILNEHMEN Basler Zeitung: Wagner verspricht journalistische Unabhängigkeit
Datum: 29.10.2010	WerbeWoche
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



Wir sind der außergewöhnlich persönliche
Derivate Daytrading Broker

[Produkte](#)
[Kontoeröffnung](#)
[Beratung](#)
[Börsenseminare](#)
[Service & Tools](#)
[News](#)
[Kurse](#)

[Börse](#)
[Wirtschaft](#)
[Politik](#)
[Sport](#)
[Vermischtes](#)

Startseite > News > Vermischtes > RUHR.2010 ist "Kulturmarke des Jahres 2010" / Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 28. O

KULTUR



RUHR.2010 ist "Kulturmarke des Jahres 2010" / Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 28. Oktober in Berlin geehrt

Bild: © presseportal.de

RUHR.2010 ist "Kulturmarke des Jahres 2010" / Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden am 28. Oktober in Berlin geehrt: Berlin (ots) - Sperrfrist: 28.10.2010 20:00 Bitte beachten Sie, dass diese Meldung erst nach Ablauf der Sperrfrist zur Veröffentlichung freigegeben ist. Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner ...

Donnerstag, 28.10.2010 | 20:05 Uhr

Berlin (ots) - Sperrfrist: 28.10.2010 20:00 Bitte beachten Sie, dass diese Meldung erst nach Ablauf der Sperrfrist zur Veröffentlichung freigegeben ist. Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner ...

Berlin (ots) -

Sperrfrist: 28.10.2010 20:00 Bitte beachten Sie, dass diese Meldung erst nach Ablauf der Sperrfrist zur Veröffentlichung freigegeben ist.

Europas Kulturhauptstadt RUHR.2010 wurde am Abend des 28. Oktober 2010 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Berliner TIPI am Kanzleramt als "Kulturmarke des Jahres 2010" geehrt. Vor über 600 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, den Preis entgegen. Außerdem wurde der Kulturpalast Hamburg mit seinem Projekt HipHop Academy als "Trendmarke des Jahres 2010" ausgezeichnet. Silke Fischer, Direktorin des Deutschen Zentrums für Märchenkultur - MÄRCHENLAND e.V. bekam die Auszeichnung "Kulturmanagerin des Jahres 2010" verliehen. In den erstmalig ausgeschriebenen Kategorien "Kulturinvestor des Jahres 2010" und "Stadtmarke des Jahres 2010" empfingen das Schweizer Unternehmen Migros und die Hameln Tourismus und Marketing GmbH die Marketingpreise. Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL, des ZEIT Verlages und des Tagesspiegel.

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

Datum: 28.10.2010

Trading-house.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the Kleinzeitschrift website interface. At the top, the logo 'KLEINE ZEITUNG' is visible, along with the date '24. November 2010 14:53 Uhr' and the text 'Als Startseite'. Below the logo is a navigation bar with categories: STEIERMARK, POLITIK, WIRTSCHAFT, SPORT, CHRONIK, KULTUR (highlighted), KLEINE.tv, LIFESTYLE, INTERAKTIV, and IMM. Below this is a sub-navigation bar with 'Übersicht', 'Kopfhörer', 'TV', 'Kino', and 'Events & Tickets'. A news ticker at the top displays headlines like 'Federer traf Maradona', 'Schmied pocht auf "Bundesposition" zur Schule', and '155 Tote auf C'. The main content area is titled 'Home » Kultur & Medien'. Below this, there are navigation buttons for 'Voriger Artikel', 'Aktuelle Artikel: Kultur & Medien', and 'Nächster Artikel'. The article title is 'Ruhr.2010 ist "Kulturmarke des Jahres"', with a timestamp 'Zuletzt aktualisiert: 28.10.2010 um 20:02 Uhr' and a 'Kommentare' link. The article text describes the Ruhr region being named 'Culture Brand of the Year' 2010, highlighting its 'identity-establishing brand development' and 'extraordinary brand management'. It mentions that the award is given by a advertising agency and supported by the Deutsche Post DHL, the 'Zeit'-Verlag, and the 'Tagesspiegel'. It also notes that 105 institutions applied, including the Berlin Sinfonieorchester, the Salzburg Festival, and the Passionsspiele Oberammergau. A sidebar on the right offers options like 'Druckbare Version', 'Artikel per E-Mail versenden', 'Gefällt mir', and 'Link mit anderen teilen'. Below the sidebar, there is a section 'Mehr Kultur & Medien' with several article teasers.

KLEINE ZEITUNG 24. November 2010 14:53 Uhr | Als Startseite

STEIERMARK POLITIK WIRTSCHAFT SPORT CHRONIK **KULTUR** KLEINE.tv LIFESTYLE INTERAKTIV IMM

Übersicht Kopfhörer TV Kino Events & Tickets

« Federer traf Maradona 14:05 Schmied pocht auf "Bundesposition" zur Schule 14:04 155 Tote auf C » ||

Home » **Kultur & Medien**

◀ Voriger Artikel Aktuelle Artikel: Kultur & Medien Nächster Artikel ▶

Zuletzt aktualisiert: 28.10.2010 um 20:02 Uhr [Kommentare](#)

Ruhr.2010 ist "Kulturmarke des Jahres"

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

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

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

Quelle: APA

Mehr Kultur & Medien

- » ORF baut 150 Mitarbeiter bis 2012 ab
- » Finanzdirektor Grasl will "Stress Test" für ORF
- » Revolution in Sicht?
- » Zeig mir, wie du wohnst
- » Doktor Leidovitz oder der mit dem Freud spricht

Ruhr.2010 ist „Kulturmarke des Jahres“

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

causales

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

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

Quelle: APA

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

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



RUHR.2010 wird als Kulturmarke des Jahres 2010 ausgezeichnet

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

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

causales

Als Kulturhauptstadt RUHR.2010 hat sich das Ruhrgebiet bisher von seiner besten Seite gezeigt. Bis auf einige negative Eindrücke aus diesem Jahr, wie der Loveparade-Katastrophe im Sommer, zeigte sich das Programm als ein sehr vielfältiges, welches einen großen Teil der Revier-Bewohner und auch zahlreiche Touristen begeistern konnte. Besonders durch eine immerwährende Offenheit, dieses zeitlich so begrenzte Projekt stets zu verbessern, gelang es der RUHR.2010 GmbH, einen positiven Eindruck bei seiner Zielgruppe zu hinterlassen. In seiner Ansprache betonte Prof. Dr. Oliver Scheytt, wie außerordentlich dankbar er dem sehr qualifizierten und hoch motivierten Team von RUHR.2010 ist. „Entscheidend für unseren Erfolg war, dass wir so viele Partner aus der Kulturszene, in den Städten, in Wirtschaft und Bürgerschaft, für Europas neue Kulturmetropole RUHR motivieren konnten“ bemerkte er.	
Datum: 29.10.2010	Ruhrportal.de
Auflage: -	Kontakt: -

causales

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



Kulturmarke des Jahres

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

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

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

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Frankfurt-live.com

Frankfurter Sparkasse 1822

Archiv 2010

Kultur (Frankfurt)

Kultur (Rhein-Main)

Kultur (Streflichter)

Rhein-Main aktuell

Reisen

gesund + vital

Lifestyle

Gesellschaft

Wirtschaft

Frankfurter Stadtteile

MTK News

Aufgeblättert

Angeklickt

Archiv 2009

Archiv 2008

Archiv 2007

Archiv 2006

Artikel suchen

Suchen nach:

Kultur (Streflichter)



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

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

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

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

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

Datum: 29.10.2010

Frankfurt-live.com

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the homepage of the 'Gesellschaft FREUNDE DER KÜNSTE' (GFDK) website. The header is purple with the GFDK logo on the left and navigation links (HOME, KONTAKT, IMPRESSUM, SITEMAP) on the right. Below the header is a red navigation bar with links: AKTUELLES, STADTART, LEBENSART, EMPFEHLUNG, GALERIE, ÜBER UNS, ARCHIV. The main content area has a white background. A large headline reads: '01.11.10 06:34 VOR ÜBER 600 GELADENEN GÄSTEN Die Gewinner der Kulturmarken-Awards wurden in Berlin geehrt - RUHR.2010 ist "Kulturmarke des Jahres 2010"'. Below this is a social media share bar. The article text, by Hans-Conrad Walter, describes the award ceremony in Berlin. A sidebar on the right features a beer advertisement and a video section titled 'AKTUELLE VIDEOS' with a video thumbnail and title 'Fair Game ab 25.11. im Kino - hochspannender Politthriller vom Regisseur vo mehr ...'.

Gesellschaft FREUNDE DER KÜNSTE

HOME
KONTAKT
IMPRESSUM
SITEMAP

AKTUELLES | STADTART | LEBENSART | EMPFEHLUNG | GALERIE | ÜBER UNS | ARCHIV

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

Gefällt mir Registrieren, um sehen zu können, was deinen Freunden gefällt.

Von: Hans-Conrad Walter

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

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

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

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

Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben Markenidentität, Markenerscheinung, Markenkompetenz auch die kreative Form der Kulturvermittlung und Kulturinvestition. Die Preisträger wählte eine achtzehnköpfige Expertenjury aus.

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

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

Die pure Lebenslust.

DAS EINZIG WAHRE MUSEUM

Freunde der Künste

Gefällt mir 10

AKTUELLE VIDEOS
GFDK TV Online

Fair Game ab 25.11. im Kino - hochspannender Politthriller vom Regisseur vo mehr ...

Alle Videos

Datum: 01.11.2010

Gesellschaft der Freunde der Künste.de

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

The screenshot shows the homepage of BACKSPIN ONLINE. The header features the site's name in large, bold letters. Below the header is a navigation bar with links to HOME, BACKSPIN FM, BACKSPIN TV, GAMES, GEWINNE, INTERVIEWS, MAGAZIN, MEDIA, NEWS, REVIEWS, STYLE, and TECHNIK. A search bar is also present. The main content area displays a news article titled "News: Hip-Hop-Academy zur Trendmarke 2010 gewählt". The article is written by Simon and dated 02 November 2010. It describes how the Hip-Hop-Academy Hamburg project, which offers a multi-stage training program for young talents, was selected as the Trendmarke 2010. The article mentions that the award was presented at the Kulturmarken-Gala in Berlin on October 28, 2010. To the left of the article is a sidebar with a section titled "The Return of The Mag" and a featured image of a magazine cover. To the right of the article are two promotional banners: one for "BACKSPIN STREETWEAR FASHION SHOP" and another for "1.000 STICKER UV-LACK OFFSETDRUCK 44€" from STICKERLOVE.COM. At the bottom right, there is a banner for "BACKSPIN MEDIA Praktikumsplätze für die Bereiche:".

Datum: 02.11.2010

Backspin.online

Auflage: -

Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010



Ruhr.2010 neue "Kulturmarke des Jahres"

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



Luftaufnahme Aida vorne
weitere Infos
© andereart



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

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

Datum: 28.10.2010	Presse.bregenzerfestspiele.com
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

Classissima | Meine Klassik

Willkommen

Erster Besuch?
Mitglied werden
Newsletter

Identification

E-Mail Adresse

Kennwort
 ☐ Angemeldet bleiben?

[Passwort vergessen?](#)

Weiterempfehlen

Classissima empfehle
Gästebuch
Banner

Google-Anzeigen

**Herzinfarkt
Vorwarnung**
Einer von Dreien stirbt,
bevor er ins Krankenhaus
kommt.
www.HerzProbleme.de

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

[HOME](#)

[AKTUELLES](#)

[VIDEOS](#)

[IM NETZ](#)

[KONTAKT](#)

[FAQ](#)

> Täglich alle Berichte aus allgemeiner und fachspezifischer Presse und Medien

Die besten und aktuellsten Informationsquellen
classissima

AKTUELLES

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

02. November - Crescendo

RUHR.2010 ist „Kulturmarke des Jahres 2010“

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

RUHR.2010 ist „Kulturmarke des Jahres 2010“

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

causales

terie, den engagiertesten Kulturvermittler und die kreativste Investitionsform in Kultur beteiligt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben Markenidentität, Markener-scheinung, Markenkompetenz auch die kreative Form der Kulturvermittlung und Kulturinvestition. Die Preisträger wählte eine achtzehnköpfige Expertenjury aus. „Wir sind stolz auf die tolle Aus-zeichnung „Kulturmarke des Jahres“. Damit wird ein langer und intensiver Weg belohnt. Außeror-dentlich dankbar bin ich dem sehr qualifizierten und hoch motivierten Team von RUHR.2010. Entscheidend für unseren Erfolg war, dass wir so viele Partner aus der Kulturszene, in den Städ-ten, in Wirtschaft und Bürgerschaft, für Europas neue Kulturmetropole RUHR motivieren konn-ten.“ so Prof. Dr. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, anlässlich der Preisver-leihung. Weitere Informationen finden Sie unter www.kulturmarken.de	
Datum: 02.11.2010	Classissima.de
Auflage: -	Kontakt: -

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2010

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

.destinet

DESTINATIONEN - ATTRAKTIONEN - TOURISMUSBERATUNG

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

RUHR.2010 ist "Kulturmarke des Jahres 2010"

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

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

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

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

www.causales.de

ARCHIV



Suchen...

Finden

CULTURE LOUNGE

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

IHRE TWEETS MIT DEM HASHTAG #DESTINET ERSCHEINEN HIER!
Destinet TwitterTicker



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



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

Datum: 02.11.2010

Destinet.de

Auflage: -

Kontakt: -