

Pressespiegel der 4. Kulturmarken-Awards (2009)



Veranstaltungsort

Expert*innenjury

Bewerber*innen

Kulturmarke des Jahres

Trendmarke des Jahres

Kulturmanager*in des Jahres

Admiralspalast Berlin

14 Juror*innen

85 Einreichungen

Bregenzer Festspiele (Bregenz, A)

48 Stunden Neukölln (Berlin)

Volkert Uhde, Radialsystem V (Berlin)

Karl Janssen, Duisburg Marketing GmbH (Duisburg)

P R E M I U M P A R T N E R

Deutsche Post DHL

DIE ZEIT

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Bregener Festspiele – DPA-Meldung

Freitag, 30.10.2009

dpa lsw

Nachrichtenagentur

Bregener Festspiele sind «Kulturmarke 2009»

Bregenz/Berlin (dpa/lsw) - Die Bregener Festspiele sind «Kulturmarke des Jahre 2009». Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem «konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt», wie die Festspielleitung am Freitag in Bregenz mitteilte. Die Festspiele hätten sich als «eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert». Der Preis wurde am Donnerstagabend in Berlin im Rahmen einer Gala überreicht. An dem Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten aus dem deutschsprachigen Raum beteiligt. Darunter waren auch die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien oder die Ruhrtriennale.

Mit der Auszeichnung werden seit 2006 die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum prämiert. Veranstalter ist die Berliner Agentur Causales, zu den Partnern gehört die Wochenzeitung «Die Zeit».

Das einmonatige Sommerkulturfestival in der österreichischen Bodenseestadt bietet Anspruchsvolles für ein breites Publikum. Im Mittelpunkt stehen dabei stets die Open-Air-Aufführungen auf der Seebühne. In der vergangenen Saison sahen 201 000 Zuschauer eine spektakuläre Neuinszenierung der Oper «Aida». Insgesamt zählten die Festspiele 260 000 Besucher, was einer Auslastung von 98 Prozent entsprach. (Internet: www.bregenerfestspiele.com) [Seebühne und Festspielhaus]: Platz der Wiener Symphoniker 1, A-6900 Bregenz d; (c) dpa - Deutsche Presse-Agentur GmbH

Datum: 30.10.2009

Dpa lsw (Deutsche Presseagentur)

Auflage: -

Kontakt: -

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1



Causales rollt den roten Teppich für die Helden der Kulturszene aus

Dieses Jahr wurde zum vierten Mal die Auszeichnung „Kulturmarke des Jahres“ vergeben

Die glücklichen Gewinner in der Kategorie „Kulturmarke des Jahres“ sind die Regensburger Festspiele. Im Oktober 2009 wurde die Kulturmarke des Jahres 2009 an die Regensburger Festspiele verliehen. Die Jury hat sich für die Regensburger Festspiele entschieden, weil sie die Regensburger Festspiele als „Kulturmarke des Jahres“ gewählt haben. Die Regensburger Festspiele sind eine der größten Festspielstätten in Deutschland. Sie bieten eine Vielzahl von Theaterstücken, Opern und Konzerten. Die Regensburger Festspiele sind auch ein wichtiger Bestandteil der Regensburger Kulturszene.

Schon über das Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien, ist die Regensburger Festspiele eine der größten Festspielstätten in Deutschland. Sie bieten eine Vielzahl von Theaterstücken, Opern und Konzerten. Die Regensburger Festspiele sind auch ein wichtiger Bestandteil der Regensburger Kulturszene.

gibt es in der Kategorie „Kulturmarke des Jahres“ 2009. Die Jury hat sich für die Regensburger Festspiele entschieden, weil sie die Regensburger Festspiele als „Kulturmarke des Jahres“ gewählt haben. Die Regensburger Festspiele sind eine der größten Festspielstätten in Deutschland. Sie bieten eine Vielzahl von Theaterstücken, Opern und Konzerten. Die Regensburger Festspiele sind auch ein wichtiger Bestandteil der Regensburger Kulturszene.

Bestenfalls die Regensburger Festspiele sind eine der größten Festspielstätten in Deutschland. Sie bieten eine Vielzahl von Theaterstücken, Opern und Konzerten. Die Regensburger Festspiele sind auch ein wichtiger Bestandteil der Regensburger Kulturszene.



Kulturmarke des Jahres 2009: Die Regensburger Festspiele

Die vergangene Spielzeit brachte den Regensburger Festspielen einen neuen Zuschauerrekord: Rund 250.000 Besucher sahen die Aufführungen der Sommerfestspiele 2009



Die Regensburger Festspiele sind eine der größten Festspielstätten in Deutschland. Sie bieten eine Vielzahl von Theaterstücken, Opern und Konzerten. Die Regensburger Festspiele sind auch ein wichtiger Bestandteil der Regensburger Kulturszene.

Die Regensburger Festspiele sind eine der größten Festspielstätten in Deutschland. Sie bieten eine Vielzahl von Theaterstücken, Opern und Konzerten. Die Regensburger Festspiele sind auch ein wichtiger Bestandteil der Regensburger Kulturszene.

Trendsetter aus dem Berliner Brennpunkt Neukölln

Mit innovativen Ideen und großem bürgerschaftlichen Engagement hat das Kulturzentrum Neukölln e.V. ein bürgerliches Kultur- und Kulturfestival ins Leben gerufen



Das Kulturzentrum Neukölln e.V. hat ein bürgerliches Kultur- und Kulturfestival ins Leben gerufen. Das Festival ist ein wichtiger Bestandteil der Neuköllner Kulturszene und bietet eine Vielzahl von Veranstaltungen, die die Neuköllner Kultur fördern und präsentieren.

Höchste Kreativität jenseits des Mainstream

Im September 2006 wurde das RADIALSYSTEM V von Folkert Ude und Jochen Sandig als ein neuer Ort kreativer und kultureller Entwicklung in Berlin eröffnet

Die Ude und Sandig sind die Gründer des RADIALSYSTEM V. Sie haben ein kreatives und kulturelles Zentrum in Berlin geschaffen, das eine Vielzahl von Veranstaltungen, Ausstellungen und Projekten anbietet. Das RADIALSYSTEM V ist ein wichtiger Bestandteil der Berliner Kulturszene und bietet eine Plattform für Künstler und Kreative.

Das RADIALSYSTEM V ist ein kreatives und kulturelles Zentrum in Berlin. Es bietet eine Vielzahl von Veranstaltungen, Ausstellungen und Projekten, die die Berliner Kultur fördern und präsentieren. Das RADIALSYSTEM V ist ein wichtiger Bestandteil der Berliner Kulturszene.

Das RADIALSYSTEM V ist ein kreatives und kulturelles Zentrum in Berlin. Es bietet eine Vielzahl von Veranstaltungen, Ausstellungen und Projekten, die die Berliner Kultur fördern und präsentieren. Das RADIALSYSTEM V ist ein wichtiger Bestandteil der Berliner Kulturszene.

Das RADIALSYSTEM V ist ein kreatives und kulturelles Zentrum in Berlin. Es bietet eine Vielzahl von Veranstaltungen, Ausstellungen und Projekten, die die Berliner Kultur fördern und präsentieren. Das RADIALSYSTEM V ist ein wichtiger Bestandteil der Berliner Kulturszene.

Erfolgreicher Visionär aus Duisburg

Seine Vorstellung von Duisburg als „Kulturhafen“ das Ruhrgebiets zeigt, wie viel Kraft der Kulturmanager in „junior“ Stadt steckt



Der Kulturmanager in „junior“ Stadt steckt. Seine Vorstellung von Duisburg als „Kulturhafen“ des Ruhrgebiets zeigt, wie viel Kraft der Kulturmanager in „junior“ Stadt steckt. Der Kulturmanager hat eine Vision für die Zukunft von Duisburg und hat sie in die Tat umgesetzt. Er hat eine Vielzahl von Projekten und Veranstaltungen initiiert, die die Duisburger Kultur fördern und präsentieren.

Die Jury		Die Nominierten	
Kulturmarke 2009 Regensburger Festspiele, Regensburg Trendmarke 2009 Kulturzentrum Neukölln e.V., Berlin Kulturmanager 2009 Wolfgang Ude, Duisburg		Kulturmarke 2009 Regensburger Festspiele, Regensburg Trendmarke 2009 Kulturzentrum Neukölln e.V., Berlin Kulturmanager 2009 Wolfgang Ude, Duisburg	

Förderer: Deutsche Post DHL, Arcotel, Skoda, Radisson, IB, Pilsner, etc.

weitere Informationen: www.kulturmarken.de

Datum: 17.12.2009

DIE ZEIT

Auflage: 506.000

Kontakt: 2.050.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

TROSCHE Immobilien
Die Fachmakler für Grundbesitz
Rudowitzer Weg 88 (nahe Conventy)
12305 Berlin-Neukölln
Telefon 030-745 70 88

TRYONAPT
IMMOBILIEN
SAHNENOSTKASSE 6A • 10831 MAHLDAW
TEL. 030-744 04 21 • MOBILE 0172-327 02 35
TEL. 030-747 47 10 • FAX 030-747 47 12
info@tryonapt-immobilien.de
www.tryonapt-immobilien.de

VIRGIL VERKAUF VERMIETUNG | SERVICE
KAPITZKY & HERBST MMH
Haus- & Grundbesitzmakler | Immobilien
Bismarckstraße 62/58 • 10965 Berlin
Tel. 030-494 70 60 • Fax 030-47 29
info@vkg-berlin.de
www.vkg-berlin.de

Vorreiter und Partner
Sachverständigen für Immobilienbewertung
HK - Hypo - MKC
Berchstraße 100 • 14855 Berlin (Cockpitzberg)
Tel. 030-30 10 50 0-0 • Fax 030-30 10 50 4-1
office@vorreiter-partner.de

Weber & Wernicke
Immobilien KG
Viktor
Hohfeldstraße 41
13467 Berlin
Tel. 030/76 90 40-33
www.weber-wernicke.de Fax 030/76 90 40-99

Ernst Wiese & Co. oHG
IMMOBILIEN
Hausverwaltung • Immobilien
Meinestraße 13 • 10719 Berlin
Tel. 030-883 28 94 • Fax 883 99 98
info@ernst-wiese.de

WILDMANER IMMOBILIEN CONSULTING
Sachverständigen für Grundbesitz
im gesamten Bundesgebiet - seit 10 Jahren
Kronenbühlstraße 68
10719 Berlin
Tel. 030-880 40 10
Fax 030-861 73 22
info@wildmaner.de • www.wildmaner.de

Wohnungs
Kerwollung
Konstanzer Straße 6 • 10707 Berlin
T. 030/880 33-630 • F. 030/880 48 73

HEINZ ZIGGEL
Grundstückverwaltung • Immobilien
Winkelstraße 67 • 12165 Berlin-Neukölln
Tel. 030/392 10 47 • Fax 399 61 34
E-Mail: info@ziggel-immobilien.de
www.ziggel-immobilien.de

www.ernst-wiese-berlin-brandenburg.de
www.ernst-wiese-berlin-brandenburg.de

Es war heiß und stickig im Kino Delphi. Die Gäste fächelten sich Luft zu und wollten nach der Premiere von „Romy“ nur noch schnell an die frische Luft. Aber es gab kein Entkommen. Die Macher des TV-Films der läuft am 11.11 um 20.35 in der ARD) debatten die Bühnenpräsentation nach Vorführung des Films unbarmherzig in die Länge. Von Frank Kleners Versprechern als Moderator mal ganz abgesehen ... Der Film jedoch ist gut gemacht, und Jessica Schwarz brilliert als Hauptdarstellerin. Schon als Kind hat sie Romy nachgemacht. Vor allem Kostümfilme wie „Mädchen in Uniform“ oder „Stiel“ hatten sie inspiriert. „Dann habe ich mir die Betttücher umgebunden und bin damit im Garten gewandert.“

Gut gesucht
Hilke Saul (Ex-„E-Work“, „Schlun- brunn“), Matthias Peschke und Christian Khalaf feinst Koch im „Schwarzstruben“? suchten lange nach einem Standort für ihr Lokal „Lucha“. Seit Donnerstag nutzen sie die Räume des einstigen „Shiro i Shiro“. Zur Party kamen 400 Gäste

Gut gestützt
Bislang war der Stützstrumpf vom glamourösen Einsatz in der Mode- welt weit entfernt. Wolfgang Joop hat das geändert und sich „Mutti beige Dinger“ vorgenommen. Er- gebnis: Die Strumpfkollektion „m3 legwear“, die der Designer am Potsdamer Platz vorstellte.

Preisverdächtig
Bereits zum vierten Mal wurde der Kulturmarken-Award vergeben. Zur großen Gala am Donnerstag im Admiralspalast kamen rund 1500 Gäste aus der Kultur-, Medien- und Agenturszene. Der Titel Kulturmar- nager des Jahres ging an Folkert Uhde vom Radialsystem V.

Preisverleihung
Folkert Uhde

Gast:
Christina Welz

Gewinner in der Kategorie „Trend- markte des Jahres“: Martin Steffens vom Projekt „48 Stunden Neukölln“

Datum: 01.11.2009

Welt am Sonntag

Auflage: 544.644

Kontakte: 1.361.610

causales

Pressespiegel

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2009	
Seite 1 von 1 ► Kulturnotizen Festspiele sind eine Marke Die Bregenzer Festspiele sind „Kulturmarke des Jahre 2009“. Die Jury der Berliner Agentur Causales begründete die Auszeichnung mit dem „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“. Die Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“. An dem Wettbewerb hatten sich 37 Institutionen aus beteiligt. Darunter waren die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien oder die Ruhrtriennale. Mit der Auszeichnung werden seit 2006 die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum prämiert.	
Datum: 02.11.2009	Schwäbische Zeitung
Auflagenhöhe: 179.750	Kontakte: 449.375

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Bregenzer Festspiele

© PMG Presse-Monitor Deutschland GmbH & Co. KG

Samstag, 31.10.2009

Stuttgarter Zeitung, Stuttgart Stuttgart

Bregenzer Festspiele

Auszeichnung als beste „Kulturmarke“

Die Bregenzer Festspiele sind „Kulturmarke des Jahres 2009“. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem „konsequenten Markenauftritt“, wie die Festspielleitung mitteilte. Die Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“. Der Preis wurde in Berlin bei einer Gala überreicht. An dem Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten aus dem deutschsprachigen Raum beteiligt, darunter auch die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien oder die Ruhrtriennale.

Mit der Auszeichnung werden seit 2006 die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum prämiert. Veranstalter ist die Berliner Agentur Causales, zu den Partnern gehört die Wochenzeitung „Die Zeit“.

Das einmonatige Sommerkulturfestival in der österreichischen Bodenseestadt bietet Anspruchsvolles für ein breites Publikum. Im Mittelpunkt stehen dabei stets die Open-Air-Aufführungen auf der Seebühne. In der vergangenen Saison sahen 201 000 Zuschauer eine spektakuläre Neuinszenierung der Oper „Aida“. Insgesamt zählten die Festspiele 260 000 Besucher, was einer Auslastung von 98 Prozent entsprach. *dpa*

// Infos unter www.bregenzerfestspiele.com

Tageszeitung

Datum: 31.10.2009

Stuttgarter Zeitung

Auflage: 24.266

Kontakt: 60.665

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Auszeichnung in Berlin

Festspiele sind Kulturmarke

BREGENZ/BERLIN (sz) - Die Bregenzer Festspiele sind in Berlin als „Kulturmarke des Jahres 2009“ ausgezeichnet worden. Die Jury hob in ihrer Begründung den „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“ hervor. 37 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum hatten sich an dem Wettbewerb beteiligt.

Mit dem Kulturmarken-Award werden seit 2006 jährlich die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum ausgezeichnet. Veranstalter ist die Berliner Agentur Causales, zu den Partnern gehört die deutsche Wochenzeitung „Die Zeit“. Unter den Bewerbern befanden sich bekannte Einrichtungen und Projekte wie die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien, die Kulturhauptstadt Linz 2009 oder die Ruhrtriennale.

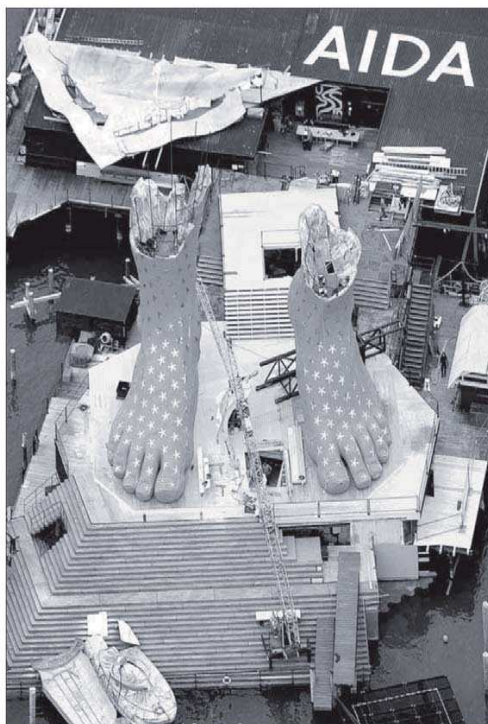
Die Bregenzer Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“, betonte die 14-köpfige Jury in ihrer Entscheidung. Zusammen mit der Werbeagentur „die3“ habe das Festival einen „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt geschaffen, der nicht nur die herkömmlichen Kommunikationskanäle bedient“. Auch „die Schärfung des künstlerischen Profils“ habe

zur „fantastischen Auslastung von 98 Prozent beigetragen“.

Der kaufmännische Direktor der Bregenzer Festspiele, Michael Diem, nahm die Auszeichnung in Berlin gemeinsam mit dem Leiter der Abteilung Kommunikation, Axel Renner, und „die3“-Agenturchef Andreas Gorbach entgegen. „Für den Erfolg der Bregenzer Festspiele ist neben hervorragender künstlerischer Qualität eine hohe Professionalität im gesamten Unternehmen verantwortlich“, betonte Diem.

Außergewöhnliche Aufgabe

Renner verwies in seiner Dankesrede vor 1500 geladenen Gästen auf die außergewöhnliche Aufgabenstellung der Bregenzer Festspiele: „Hochkarätige Kunst hervorzubringen, diese einem sehr breiten Publikum zu vermitteln und dieses dann auch noch nach Bregenz zu bringen. Nach Ansicht der Jury machen das die Festspiele im vergangenen Jahr im deutschsprachigen Raum am besten. Es freut einen sehr, Teil dieser Idee sein zu können.“ Der Kulturmarken-Award umfasst eine Außenwerbekampagne in Berlin im Wert von 25 000 Euro. Die Gewinner werden in einer Sonderveröffentlichung der Zeitschrift „Die Zeit“ und im Jahrbuch „Kulturmarken 2011“ vorgestellt.



„Aida“ stand dieses Jahr auf dem Programm der Seebühne Bregenz. Jetzt wurden die Festspiele als „Kulturmarke 2009“ ausgezeichnet. Foto: privat

Datum: 02.11.2009

Schwäbische Zeitung

Auflagenhöhe: 179.750

Kontakte: 449.375

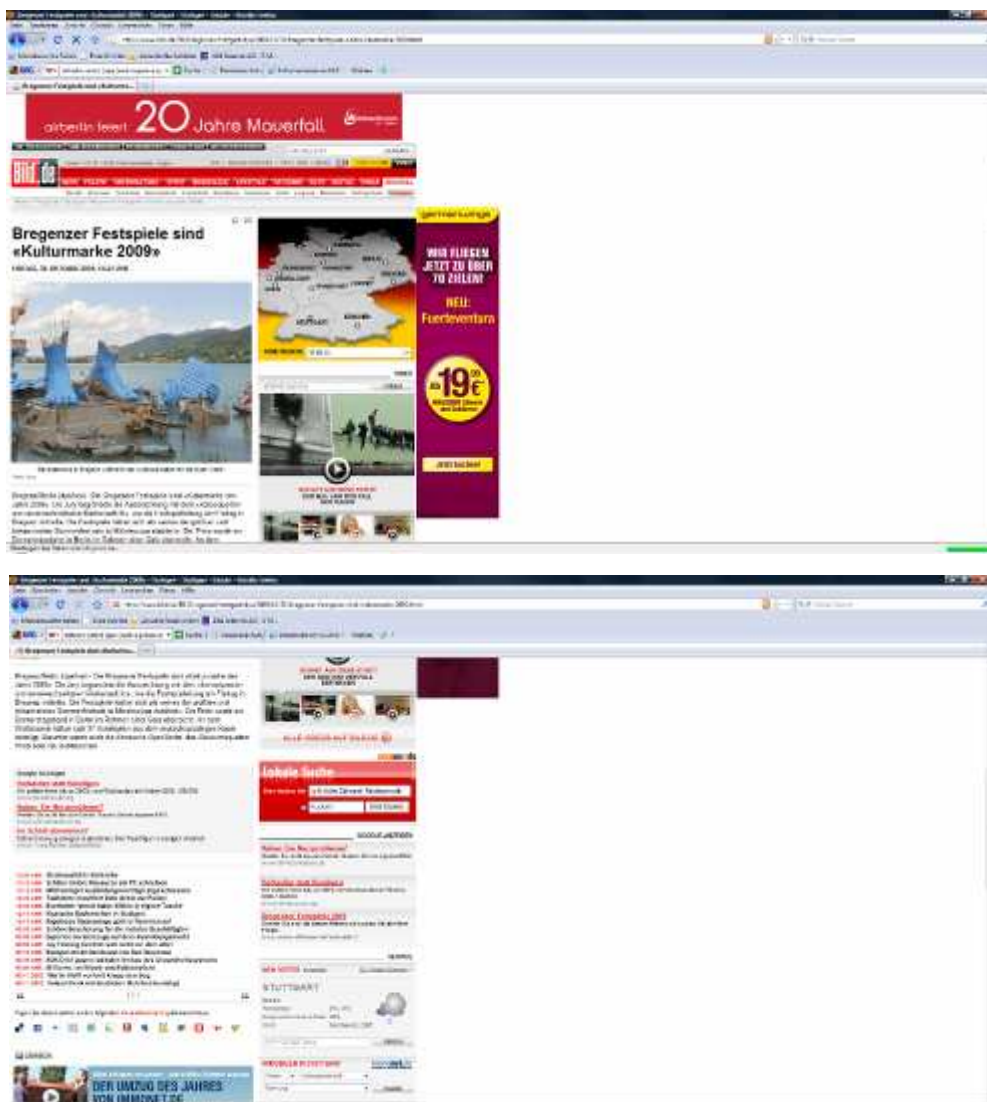
causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



causales

Seite 2 von 2

Bregenzer Festspiele sind «Kulturmarke 2009»

Freitag, 30. Oktober 2009, 14:21 Uhr

(Bild konnte nicht mit überliefert werden)

Die Seebühne in Bregenz während der Aufbauarbeiten für die Oper "Aida".

Foto: dpa

Bregenz/Berlin (dpa/lsw) - Die Bregenzer Festspiele sind «Kulturmarke des Jahre 2009». Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem «konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt», wie die Festspielleitung am Freitag in Bregenz mitteilte. Die Festspiele hätten sich als «eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert». Der Preis wurde am Donnerstagabend in Berlin im Rahmen einer Gala überreicht. An dem Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten aus dem deutschsprachigen Raum beteiligt. Darunter waren auch die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien oder die Ruhrtriennale.

Datum: 30.10.2009	Quelle: http://www.bild.de/BILD/regional/stuttgart/dpa/2009/10/30/bregenzer-festspiele-sind-kulturmarke-2009.html
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 500.000

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



Allgemein

Kulturmarken Award 2009

24. Juni 2009

Der Wettbewerb um die Kulturmarke, die Trendmarke und den Kulturmanager des Jahres 2009 ist am 22. Juni gestartet.

Kulturinstitutionen und -projekte im deutschsprachigen Raum können sich bis zum 15. September für die Auszeichnungen in den drei Kategorien bewerben. Ausgeschrieben werden die Wettbewerbe von der Agentur für Marketing und Kommunikation Causales, mit Unterstützung der Deutschen Post DHL.

Mit der Auszeichnung, die seit 2006 bereits zum vierten Mal vergeben wird, fördern die Veranstalter innovative Marketingideen und Markenführung, sowie professionelles Management in der Kulturlandschaft. Die Gewinner wählt eine Expertenjury, die im Rahmen der

causales

Seite 2 von 2

Kulturmarken-Gala am 29. Oktober im Berliner Admiralspalast die Auszeichnungen verleiht. Informationen zum Wettbewerb, zur Bewerbung und zur Gala können ab sofort unter www.kulturmarken.de abgerufen werden.

Die Kulturmarken-Gala findet während des internationalen Kongresses für Kulturmanagement, -marketing und -investments "KulturInvest" statt, der am 29. und 30. Oktober 2009 im Berliner Admiralspalast von der Europäischen Sponsoring-Börse und der Agentur Causales mit Unterstützung der Deutschen Post DHL veranstaltet wird. Zu den Kongressthemen gehören: Kulturpolitik, Kulturmanagement, Kulturmarketing, Public Marketing, Kulturförderung, Kulturförderung, Kultur als Investition in Standort und Tourismus, Corporate Social Responsibility, Corporate Cultural Responsibility, Kultur- und Public Sponsoring, Unternehmensmarketing durch Kultur, Kultur und Medien und Kulturwirtschaft.

Weitere Informationen unter www.kulturinvest.de

Datum: 24.06.2009	Crescendo – Das Klassikmagazin http://www.crescendo.de/blog/kulturmarken-award-2009/2965
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 88.594

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Kulturmarke 2009

BREGENZ Die Bregenzer Festspiele sind „Kulturmarke des Jahre 2009“. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“. Die Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“. An dem Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten beteiligt, darunter die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien oder die Ruhrtriennale. Mit der Auszeichnung werden seit 2006 die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum prämiert. /sw

Datum: 02.11.2009

Heilbronner Stimme

Auflagenhöhe: 100.608

Kontakte: 251.520

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1



Auszeichnung für Bregenzer Festspiele

Der kaufmännische Direktor der Bregenzer Festspiele, Michael Diem, der Leiter der Abteilung Kommunikation Axel Renner und „die3“-Agenturchef Andreas Gorbach konnten am Donnerstagabend in Berlin den Award „Kulturmarke des Jahres 2009“ entgegennehmen. Die Jury hob in ihrer Begründung den „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“ hervor.

Award werden seit 2006 jährlich die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum ausgezeichnet.

Der Kulturmarken-Award umfasst eine Außenwerbekampagne in Berlin im Wert von 25.000 Euro. Die Gewinner werden in einer Sonderveröffentlichung der Zeitschrift „Die Zeit“ und im Jahrbuch „Kulturmarken 2011“ vorgestellt.

Mit dem Kulturmarken-

Pressesprecher Axel Renner (2.v.r.), kaufmännischer Geschäftsführer Michael Diem (2.v.l.) und ein Team von die3 nahmen in Berlin die Auszeichnung entgegen.

Neue Vorarlberger Tageszeitung, 31. Oktober 2009, Seite 30

Zum eigenen Gebrauch nach §42a Urheberrechtsgesetz

Datum: 31.10.2009

Neue Vorarlberger Zeitung

Auflage: 113.000

Kontakte: 282.500

causales

Pressespiegel

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2009	
Seite 1 von 1 Bregenz/Berlin (dpa/lsw). Die Bregenzer Festspiele sind »Kulturmarke des Jahres 2009«. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem »konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt«. Die Festspiele hätten sich als »eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert«.. Die Festspiele hatten eine Auslastung von 98 Prozent. Bregenzer Festspiele: »Kulturmarke 2009«	
Datum: 31.10.2009	Offenburger Tageblatt
Auflage: 25.900	Kontakt: 64.750

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Festspiele erhielten "Kulturmarke des Jahres"

Die Bregenzer Festspiele sind mit der "Kulturmarke des Jahres 2009" ausgezeichnet worden. Damit setzten sie sich unter anderem gegen das Wiener Museumsquartier durch. Der Preis für Kulturmarketing wurde am Donnerstag in Berlin verliehen.

Gegen Wiener Museumsquartier durchgesetzt

Die Bregenzer Festspiele hätten sich als "eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert", betonte die 14-köpfige Jury in ihrer Entscheidung. Zusammen mit der Werbeagentur die3 habe das Festival einen "konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt geschaffen, der nicht nur die herkömmlichen Kommunikationskanäle bedient".

Mit der Auszeichnung setzten sich die Bregenzer Festspiele gegen das MuseumsQuartier Wien, das "red dot design museum" sowie die Ruhrtriennale und die Stiftung "Jedem Kind ein Instrument" durch.

Innovative Marketingideen ausgezeichnet

Der Award wird von einer Berliner Agentur nach Auswahl durch eine Expertenjury vergeben.

Ausgezeichnet werden Kulturveranstalter im deutschsprachigen Raum, die durch innovative Marketingideen und Markenführung sowie durch professionelles Management auffallen.

Der Sieger erhält die Möglichkeit, eine Außenwerbekampagne in Berlin im Wert von 25.000 Euro durchzuführen.

Datum: 30.10.2009

ORF online

Auflage: -

Page Visits/ Tag: 37419

causales

Pressespiegel

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2009	
Seite 1 von 1 BREGENZ. Die Bregenzer Festspiele sind „Kulturmarke des Jahre 2009“. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“. Die Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“. dpa	
Datum: 31.10.2009	Pforzheimer Zeitung
Auflage: 37.658	Kontakt: 94.145

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Bregenzer Festspiele sind »Kulturmarke«

BERLIN. Die Bregenzer Festspiele sind »Kulturmarke des Jahres 2009«. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem »konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt«. Die Festspiele hätten sich als »eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert«. Der Preis wurde am Donnerstagabend in Berlin im Rahmen einer Gala überreicht. An dem Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten aus dem deutschsprachigen Raum beteiligt. Darunter waren auch die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien oder die Ruhrtriennale. Mit der Auszeichnung werden seit 2006 die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum prämiert. Veranstalter ist die Berliner Agentur Causales, zu den Partnern gehört die Wochenzeitung »Die Zeit«.

Das einmonatige Sommerkulturfestival in der österreichischen Bodenseestadt bietet Anspruchsvolles für ein breites Publikum. Im Mittelpunkt stehen dabei stets die Open-Air-Aufführungen auf der Seebühne. In der vergangenen Saison sahen 201 000 Zuschauer eine spektakuläre Neuinszenierung der Oper »Aida«. Insgesamt zählten die Festspiele 260 000 Besucher, was einer Auslastung von 98 Prozent entsprach, (dpa)

Datum: 31.10.2009

Reutlinger Generalanzeiger

Auflage: 42.403

Kontakt: 106.007

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Auszeichnung

Bregenzer Festspiele etablieren sich als Kulturmarke

BREGENZ (sz) - Die Bregenzer Festspiele sind in Berlin als „Kulturmarke des Jahres 2009“ ausgezeichnet worden. Die Jury hob den „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“ hervor. 37 Bewerber hatten sich am Wettbewerb beteiligt, darunter renommierte Einrichtungen wie Ruhrtriennale und Museumsquartier Wien.

Mit dem Kulturmarken-Award werden seit 2006 jährlich die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum ausgezeichnet. Veranstalter ist die Berliner Agentur Causales, zu den Partnern gehört die deutsche Wochenzeitung „Die Zeit“.

Unter den Bewerbern befanden sich bekannte Einrichtungen und Projekte wie die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien, die Kulturhauptstadt Linz 2009 oder die Ruhrtriennale, heißt es im Bericht der Bregenzer. Sie hätten sich damit als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“. Das habe die 14-köpfige Jury betont. Zusammen mit der Werbeagentur „die3“ habe das Festival einen „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt geschaffen, der nicht nur die herkömmlichen Kommunikationskanäle bedient“.

Auch „die Schärfung des künstlerischen Profils“ habe zur „fantastischen Auslastung von 98 Prozent beigetra-



Axel Renner (Zweiter von rechts) freut sich mit seiner Crew von den Bregenzer Festspielen über den Kulturmarken-Award 2009 im Admiralspalast in Berlin.
Foto: pr

gen“. Der kaufmännische Direktor der Bregenzer Festspiele, Michael Diem, nahm die Auszeichnung am Donnerstagabend in Berlin gemeinsam mit dem Leiter der Abteilung Kommunikation, Axel Renner, und „die3“-Agenturchef Andreas Gorbach entgegen. „Für den Erfolg der Bregenzer Festspiele ist neben hervorragender künstlerischer Qualität eine hohe Professionalität im gesamten Unter-

nehmen verantwortlich“, betonte Michael Diem.

Renner verwies in seiner Dankesrede vor 1500 geladenen Gästen auf die außergewöhnliche Aufgabenstellung der Bregenzer Festspiele: „Hochkarätige Kunst hervorzubringen, diese einem sehr breiten Publikum zu vermitteln und dieses dann auch noch nach Bregenz zu bringen. Nach Ansicht der Jury machten das die Fest-

spiele im vergangenen Jahr im deutschsprachigen Raum am besten. Es freut einen sehr, Teil dieser Idee sein zu können.“

Der Kulturmarken-Award umfasst eine Außenwerbekampagne in Berlin im Wert von 25 000 Euro. Die Gewinner werden in einer Sonderveröffentlichung der Zeitschrift „Die Zeit“ und im Jahrbuch „Kulturmarken 2011“ vorgestellt.

Schwäbische Zeitung, 31. Oktober 2009, Seite 27

Zum eigenen Gebrauch nach §42a Urheberrechtsgesetz

Datum: 31.10.2009

Schwäbische Zeitung

Auflage: 179.750

Kontakt: 449.375

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2

„Kulturmarke des Jahres 2009“

Davon träumen einige Städte am See und ihre Institutionen, auch Konstanz, jene Stadt, die sich sogar kulturelles Oberzentrum nennen darf. Es geht um eine besondere Ehrung: Die Bregenzer Festspiele sind eben in Berlin als „Kulturmarke des Jahres 2009“ ausgezeichnet worden. Die 14-köpfige Jury hob in ihrer Begründung den „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“ hervor. Die Bregenzer Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“. 37 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum hatten sich an dem Wettbewerb beteiligt, darunter renommierte Einrichtungen wie die Ruhrtriennale oder - und das wird die Vorarlberger ganz besonders freuen, weiß man doch, dass die Metropoliten in Wien die „Ränder“ oft und gerne schmähen - das Museumsquartier Wien. Respekt, Ihr Bregenzer, auch von unserer Seite. Mit dem Kulturmarken-Award werden seit 2006 jährlich die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum ausgezeichnet. Veranstalter ist die Berliner Agentur Causales, zu den Partnern gehört die Wochenzeitung „Die Zeit“. Der Kulturmarken-Award umfasst eine Außenwerbekampagne in Berlin im Wert von 25 000 Euro. Die Gewinner werden in einer Sonderveröffentlichung der Zeitschrift „Die Zeit“ und im Jahrbuch „Kulturmarken 2011“ vorgestellt. Merke: Bregenz ist erfolgreicher. Vielleicht sollten sich die „Macher“ des seit Jahren stagnierenden Internationalen Bodenseefestivals in Bregenz zum Anschauungsunterricht anmelden?
SIEGMUND KOPITZKI

Datum: 31.10.2009

Südkurier (Konstanz)

Auflage: 18.769

Kontakt: 46.922

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Nominiert

Eine Experten-Jury mit Fachleuten aus dem Bereich Wirtschaft, Kultur und Medien hat die Bregenzer Festspiele für den Kulturmarken-Award nominiert, der heute Abend in Berlin vergeben wird. Weiters auf der Liste der Nominierten sind das Wiener Museumsquartier, die Rd Dot GmbH, die Ruhr-Triennale und die Stiftung „Jedem Kind ein Instrument“.

(Foto: VN)



Datum: 29.10.2009

Vorarlberger Nachrichten

Auflage: 196.000

Kontakt: 490.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Hauptstadt-Präsenz gesichert

■ Die Bregenzer Festspiele sind „Kulturmarke 2009“. Der Auftritt hat überzeugt.

Berlin (VN-cd) Wer in Berlin unterwegs ist, wird demnächst auf Plakate der Bregenzer Festspiele stoßen. Die Werbung für die Opernrrarität „Die Passagierin“ von Weinberg und den Opernhit „Aida“ von Verdi – also für Produktionen, die im Sommer nächsten Jahres auf dem Programm stehen – hat einen schönen Grund, das Vorarlberger Kulturunternehmen hat nämlich wieder einen internationalen Preis eingieheimst. Ausgelobt von der Berliner Agentur „Cau-

sales“ und der Wochenzeitung „Die Zeit“, sollten die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturunternehmen im deutschsprachigen Raum prämiert werden.

Unverwechselbar

Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem „kon-

„Mit dem Preisgeld wird in Berlin für die Bregenzer Festspiele Werbung gemacht.“

PRESSESPRECHER AXEL RENNER

„sequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“ der Festspielmacher am Bodensee, die ihr Unternehmen als

„eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“ haben und im heurigen Jahr auf die Rekordbesucherzahl von 260.000 kamen. Mitbewerber waren etwa das Wiener Museumsquartier und die Ruhr-Triennale in Deutschland.

Der Preis ist mit 25.000 Euro dotiert. Die Summe ist zweckgebunden. Sie soll für die Werbung des Unternehmens aufgewendet werden. Wenn damit nicht gleich der Großteil der Plakatwände in Berlin „bespielt“ werden kann, geht die Festspielleitung davon aus, dass man ein deutlich sichtbares Zeichen setzen wird. Die Hauptstadt-Präsenz ist somit gesichert.



Direktor Michael Diem bei der Preisverleihung. (Foto: Festspiele)

Die Bregenzer Festspiele 2010 beginnen am 21. Juli mit der Oper „Die Passagierin“ von Weinberg. Am 22. Juli hat „Aida“ am See Premiere.

<http://vorarlberg.vol.at>

Preis für Festspiele: Mehr Bilder von der Preisverleihung in Berlin auf VOL

Datum: 31.10.2009

Vorarlberger Nachrichten

Auflage: s.o.

Kontakt: s.o.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Titelblatt



Datum: 31.10.2009

Vorarlberger Nachrichten

Auflage: s.o.

Kontakt: s.o.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2009	
Seite 1 von 1 Bregenz hat „Kulturmarke“ BREGENZ Die _Bregenzer Festspiele sind „Kulturmarke des Jahre 2009“. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“, wie die Festspieleleitung mitteilte. Die Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“. Der Preis wurde in Berlin überreicht. Am Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten Raum beteiligt, darunter auch die Ruhrtriennale. dpa	
Datum: 31.10.2009	Westfälischer Anzeiger
Auflage: 14.444	Kontakt: 36.110

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

WIESBADENER KURIER

Festspiele Bregenz: „Kulturmarke 2009“

BREGENZ/BERLIN (dpa). Die Bregenzer Festspiele sind „Kulturmarke des Jahre 2009“. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“.

Die Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“.

Der Preis wurde am Donnerstagabend in Berlin im Rahmen einer Gala überreicht.

An dem Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten aus dem deutschsprachigen Raum beteiligt.

Darunter waren auch die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien oder die Ruhrtriennale.

Datum: 31.10.2009

Wiesbadener Kurier

Auflage: 12.749

Kontakt: 31.872

causales

Pressespiegel

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2009	
Seite 1 von 1 Berlin, 02.11.2009, 15:42 MusikWoche Events Kulturmarken-Awards vergeben Strahlende Preisträger (stehend, v.l.n.r.) Folkert Uhde, Michael Diem (kaufmännischer Geschäftsführer Bregenzer Festspiele) und Karl Janssen sowie (sitzend) Dr. Martin Steffens (Projektleiter 48 Stunden Neukölln) (Bild: Eventpress Foto Berlin) Strahlende Preisträger (stehend, v.l.n.r.) Folkert Uhde, Michael Diem (kaufmännischer Geschäftsführer Bregenzer Festspiele) und Karl Janssen sowie (sitzend) Dr. Martin Steffens (Projektleiter 48 Stunden Neukölln) (Bild: Eventpress Foto Berlin) Die Bregenzer Festspiele sind im Berliner Admiralspalast in einer feierlichen Gala im Rahmen des Kongresses KulturInvest am 29. Oktober als "Kulturmarke des Jahres" ausgezeichnet worden. Weitere diesjährige Preisträger der Kulturmarken-Awards sind das Kulturnetzwerk Neukölln und sein Kunst- und Kulturfestival "48 Stunden Neukölln" als "Trendmarke des Jahres" sowie Karl Janssen, Kulturdezernent der Stadt Duisburg, und Folkert Uhde, Leiter der Berliner Spielstätte Radialsystem V, als "Kulturmanager des Jahres". 85 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum hatten sich an dem Wettbewerb um die innovativste Marketingkommunikation im Kulturbereich und den erfolgreichsten Kulturmanager beteiligt. Eine vierzehnköpfige Expertenjury ermittelte daraus die Preisträger. Die Agentur Causales veranstaltete den Wettbewerb mit Unterstützung der Deutschen Post DHL und des Zeit Verlags. Quelle: MusikWoche	
Datum: 02.11.2009	MusikWoche http://www.mediabiz.de/musik/news/kulturmarken-awards-vergeben/281618
Auflagenhöhe: 4.050	Kontakte: 12.450

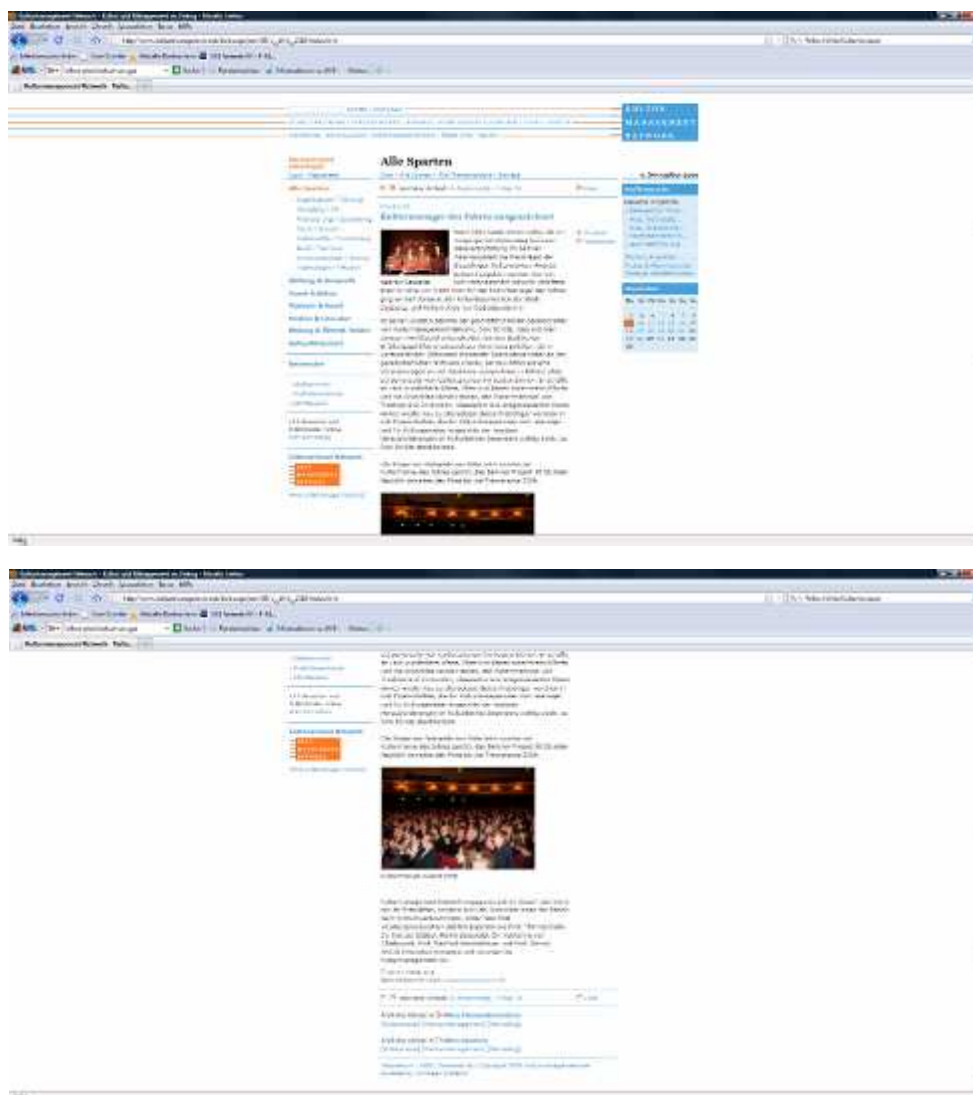
causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 3



Seite 2 von 3

Meldung

Kulturmanager des Jahres ausgezeichnet



Agentur Causales

Rund 1500 Gäste waren dabei, als am vergangenen Donnerstag bei einer Galaveranstaltung im Berliner Admiralspalast die Preisträger der diesjährigen Kulturmarken-Awards bekannt gegeben wurden. Der von Kulturmanagement Network gestiftete Preis in Höhe von 5.000 Euro für den Kulturmanager des Jahres ging an Karl Janssen, den Kulturdezernenten der Stadt Duisburg, und Folkert Uhde von Radialsystem V.

In seiner Laudatio betonte der geschäftsführende Gesellschafter von Kulturmanagement Network, Dirk Schütz, dass sich Karl Janssen »wohltuend unterscheidet von den städtischen Erfüllungsgehilfen phantasieloser Kommunalpolitiker, die im vorausseilenden Gehorsam drohender Sparzwänge lieber an der gesellschaftlichen Software sparen, als zukunftsorientierte Veränderungen an der Hardware vorzunehmen.« Folkert Uhde sei seinerseits »ein Culturepreneur im besten Sinne«. Er schaffe es »auf wunderbare Weise, Altes und Neues zusammenzuführen und die Grundidee seines Hauses, das Zusammenspiel von Tradition und Innovation, klassischer und zeitgenössischer Kunst immer wieder neu zu übersetzen. Beide Preisträger vereinen in sich Eigenschaften, die für Kulturmanagerinnen und -manager und für Kulturgestalter angesichts der heutigen Herausforderungen im Kulturbetrieb besonders wichtig sind«, so Dirk Schütz abschließend.

Die Bregenzer Festspiele aus Österreich wurden zur Kulturmarke des Jahres gekürt, das Berliner Projekt 48 Stunden Neukölln erhielten den Preis für die Trendmarke 2009.



Kulturmarken Award 2009

Kulturmanagement Network engagierte sich in diesem Jahr nicht nur als Preisstifter, sondern auch als Ausrichter eines der Panels beim Kulturinvest-Kongress. Unter dem Titel »Culturepreneurship« stellten Experten wie Prof. Thomas Düllo, Dr. Narciss

causales

Seite 3 von 3

Göbbel, Martin Salzwedel, Dr. Katharina von

Chlebowski, Prof. Manfred Harnischfeger und Prof. Gernot Schulz innovative Konzepte und Lösungen im Kulturmanagement vor.

02.11.2009, D H

Weiterführende Links: www.kulturmarken.de

Datum: 02.11.2009	http://www.kulturmanagement.net/beitraege/prm/39/v__d/ni__1010/index.html
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 1.500

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 3



Nominierte für den Kulturmarken-Award stehen fest

Die Nominierten für den Kulturmarken-Award am 29. Oktober im Berliner Admiralspalast stehen fest. Die vierzehnköpfige Jury wählte in dieser Woche aus den insgesamt 85 Bewerbungen je fünf Nominierte in den drei Kategorien 'Kulturmarke', 'Trendmarke' und 'Kulturmanager des Jahres' aus.

Der Wettbewerb zeichnet die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten und die engagiertesten Kulturvermittler im deutschsprachigen Raum aus. Die Preise werden auf der Kulturmarken-Gala übergeben, die mit Unterstützung der Deutschen Post / DHL und des ZEIT Verlages stattfindet. Sie ist Höhepunkt des KulturInvest Kongress zu den Themen Kulturmanagement, Kulturmarketing und Kultursponsoring.

Folgende Projekte sind nominiert:

Für den Preis 'Kulturmarke des Jahres':

- Bregenzer Festspiele

causales

Seite 2 von 3

Museumsquartier Wien

- Red Dot GmbH & Co KG - RuhrTriennale
- Stiftung Jedem Kind ein Instrument.

In der Kategorie 'Trendmarke des Jahres':

- Junge Tonhalle Düsseldorf
- Kulturnetzwerk Neukölln mit seinem Projekt '48Stunden Neukölln'
- KeinBuch des mixtvision Verlags
- Platz des europäischen Versprechens
- stARTconference

Als 'Kulturmanager des Jahres' hat die Jury nominiert:

- Silke Fischer (Berliner Märchentage)
- Thomas Girst (Kulturkommunikation BMW Group)
- Karl Janssen (Kulturdezernent Duisburg) - Folkert Uhde (Radialsystem V)
- Falk Walter (Admiralspalast Kulturarena Veranstaltungs GmbH)

zurück (am) 02.10.2009

Datum: 02.10.2009	www.new-business.de Quelle: http://www.new-business.de/sponsoring/detail.php?rubric=SPONSORING&nr=591008#591008
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 1.733

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

Bregenzer Festspiele sind Kulturmarke 2009

BREGENZ/BERLIN (dpa). Die Bregenzer Festspiele sind „Kulturmarke des Jahres 2009“. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“, wie die Festspielleitung am Freitag in Bregenz mitteilte. Die Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“. Der Preis wurde in Berlin im Rahmen einer Gala überreicht. An dem Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten beteiligt. Darunter waren auch die Komische Oper Berlin, das Museumsquartier Wien oder die Ruhrtriennale. Mit der Auszeichnung werden seit 2006 die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum prämiert. Veranstalter ist die Berliner Agentur Causales, zu den Partnern gehört die Wochenzeitung „Die Zeit“. Das einmonatige Sommerkulturfestival bietet Anspruchsvolles für ein breites Publikum. Im Mittelpunkt stehen die Open-Air-Aufführungen auf der Seebühne.

Datum:

Giessener Anzeiger

Auflage: 32.792

Kontakt: 81.980

Kulturmarken-Award 2009

[illegible]

Information und Anmeldung: www.kulturinvest.de

Datum: 21.10.2009	www.berlinonline.de Quelle: http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2009/1021/berlinerwirtschaft/0102/index.html
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 200.000

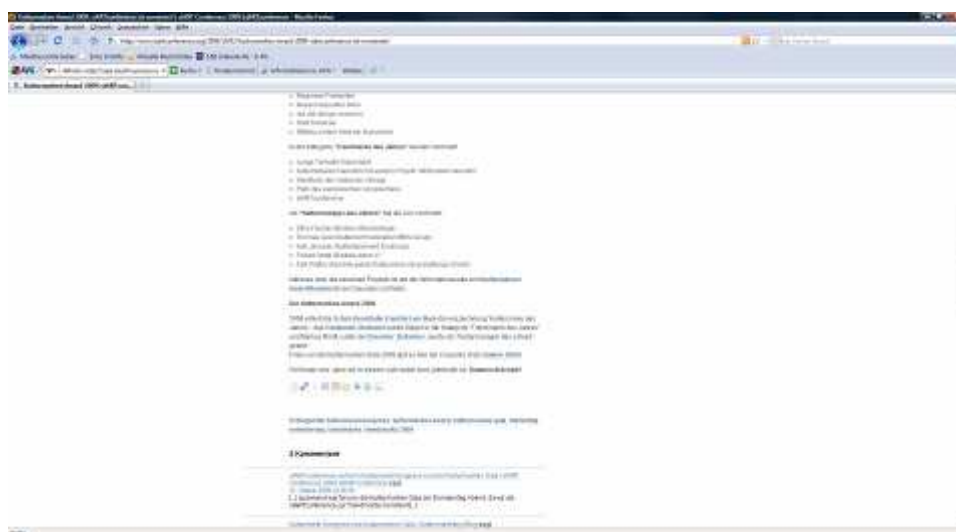
causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 3



Kulturmarken Award 2009: stARTconference ist nominiert!

02.10.2009

causales

Seite 2 von 3

von:

Karin Janner

2 Kommentare

kommentieren

trackback

Wir sind nominiert für den **Kulturmarken Award 2009** in der Kategorie **Trendmarke!!**

Der Kulturmarken Award findet 2009 zum vierten Mal statt.

Er wird von der Berliner Agentur Causales ausgerichtet, mit Unterstützung der Deutschen Post /

DHL und des ZEIT Verlages.

Die **Preisverleihung** findet am **29. Oktober** auf der Kulturmarken-Gala im Berliner Admiralspalast statt, die den Höhepunkt des Kulturinvest-Kongresses darstellt. Vertreter der Jury werden vor 1.500 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Preisträger in den jeweiligen Kategorien bekanntgeben.



Seit gestern stehen die Nominierten für den Kulturmarken-Award fest:

Die vierzehnköpfige Expertenjury wählte in dieser Woche je fünf Nominierte in den drei Kategorien "Kulturmarke", "Trendmarke" und "Kulturmanager des Jahres" aus.

Ziel des Wettbewerbes ist es, innovative Marketingideen und Markenführung, sowie professionelles Management in der Kulturlandschaft zu fördern.

causales

Seite 3 von 3

Für den Preis **“Kulturmarke des Jahres”** nominierte die Jury folgende Projekte:

- Bregenzer Festspiele
- Museumsquartier Wien
- red dot design museum
- RuhrTriennale
- Stiftung Jedem Kind ein Instrument.

In der Kategorie **“Trendmarke des Jahres”** wurden nominiert:

- Junge Tonhalle Düsseldorf
- Kulturnetzwerk Neukölln mit seinem Projekt “48Stunden Neukölln”
- KeinBuch des mixtvision Verlags
- Platz des europäischen Versprechens
- stARTconference

Als **“Kulturmanager des Jahres”** hat die Jury nominiert:

- Silke Fischer (Berliner Märchentage)
- Thomas Girst (Kulturkommunikation BMW Group)
- Karl Janssen (Kulturdezernent Duisburg)
- Folkert Uhde (Radialsystem V)
- Falk Walter (Admiralspalast Kulturarena Veranstaltungs GmbH)

Näheres über die einzelnen Projekte ist auf der Informationsseite zum Kulturmarken Award/Nominierte bei Causales zu finden.

Der Kulturmarken Award 2008

2008 erhielt die Schirn Kunsthalle Frankfurt am Main die Auszeichnung “Kulturmarke des Jahres”, das Ozeaneum Stralsund wurde Sieger in der Kategorie “Trendmarke des Jahres” und Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker, wurde als “Kulturmanager des Jahres” geehrt.

Fotos von der Kulturmarken-Gala 2008 gibt es hier bei Causales (Foto-Galerie 2008).

Wir freuen uns, dass wir in diesem Jahr dabei sind, jetzt heißt es: **Daumen drücken!!**

Datum: 02.10.2009	www.startconference.org Quelle: http://www.startconference.org/2009/10/02/kulturmarken-award-2009-startconference-ist-nominiert/
Auflagenhöhe: -	Kontakte: k.A.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



Berlin, den 03.11.2009

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitstreiterinnen und Mitstreiter, eine der schönsten Veranstaltungen Berlins fand letzten Donnerstag statt: die ambitionierten Gründer und Gesellschafter von Causales, Eva Neumann und Hans-Conrad Walter, luden zur Kulturmarken- Preisverleihung ins goldglänzende Metropol in der

causales

Seite 2 von 2

Friedrichstrasse. Ausgezeichnet wurden zwei Bewerbungen aus der Hauptstadt. Als erfolgreicher Kulturmanager für sein Engagement beim Aufbau des innovativen Kulturortes an der Spree wurde **Folkert Uhde**, Leiter des „Radialsystem V“ ausgezeichnet. <http://www.radialsystem.de>

Das Projekt „48 Stunden Neukölln“ erhielt den Preis als Trendmarke des Jahres. www.48-stunden-neukoelln.de/2009/de Mit innovativen Ideen und großem bürgerschaftlichen Engagement hat das Kulturnetzwerk Neukölln e.V. ein bürgernahes Kunst- und Kulturfestival ins Leben gerufen. Angesichts des immer wieder zitierten schlechten Images des Bezirks hatten die Macher ein „Trotz alledem“ gerufen und mit Kreativität und Eigeninitiative alle zum kulturellen Austausch eingeladen. Natürlich: wenn der Preis verliehen wird, die Anerkennung da ist, erscheint immer alles folgerichtig, sind alle dabei und der Ruhm bringt viele Freunde – und hoffentlich auch noch mehr Unterstützer. Jeder aber weiß, wie schwer es ist, mit ungewöhnlichen Ideen gerade im Kulturbereich Mitstreiter zu finden, die ersten Küchentischrunden und Auseinandersetzungen zu überstehen und durchzuhalten. Schön dass es auch immer wieder Mitstreiter und Firmen gibt, die solche Aktivitäten finanziell befördern.

Aber nicht nur, weil zwei Berliner „Unternehmungen“ zu den Preisträgern gehören, war es ein wunderbarer Abend. Vor allem war der Raum voller Menschen, die sich mit ungewöhnlichen Ideen, mit Kulturwirtschafts-Projekten beschäftigen, die kommunikativ und offen sind und aus ganz unterschiedlichen sozialräumlichen Milieus entstammen: Kunstschaffende, Visionäre, Orchestergründer, Schüler und Sponsoren. Gerade im November ein glanzvoller Lichtblick und eine schöne Anregung, selbst aktiv zu sein.

Julia Witt

Datum: 03.11.2009	Die guten Nachrichten www.initiative-handwerk.de Quelle: http://www.initiative-handwerk.de/downloads/gute-narichten-141.pdf Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen: Gute Nachrichten Nr. 144
Auflagenhöhe: -	Kontakte: k.A.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 4



350 Besucher beim Kongress "kulturinvest" im Berliner Admiralspalast

Kultur-Sponsoring: Keine Angst vorm Streichkonzert

Seite 2 von 4

causales

Berlin/München – „Es ist doch viel einfacher und attraktiver für Kultur Werbung zu machen, als für ein Waschmittel“, sagt Designer und ADC-Vorstand Klaus Hesse. Stimmt. Nur: Der Kultur fehlt oft der Draht zur professionellen Werbung, es fehlt die Kohle und Kommerz ist für viele Kulturmanager einfach nur „pfui“. Das sollte sich, das muss sich ändern – denn es drohen Streichkonzerte quer durch alle Kulturdisziplinen. Beim 1. großen Sponsoring-Kongress „kulturinvest“ in Berlin, zeigten kreative Marketingexperten, wie man der Kultur Flügel verleihen kann.



Die Veranstalter: Hans-C. Walter (Causales) und Hans-Willy Brockes (ESB)



ADC-Session kreativ: Designer Klaus Hesse, ADC-GF Susann Schronen und Lutz Engelke (Triad, u.a. 24h Berlin)



Stellte Bonner Beethoven-Haus vor: Prof. Manfred Harnischfeger



Carmen Hermeling (Pro Musica, Hannover), Andrea Zehetbauer (ZS comm. + art, Wien)

causales



Julia Frohne (Ruhr.2010) mit Cornelia M. Müller (Bund), Nicola Schlitzer (Ruhr.2010)



Musik-Experten: Christian Reimann (music networkx), und Rammstein-Betreuer Felix Schramm (Universal)



Beate Gradmann (Axel Springer) und Tell Muenzing (Performance Consultants)



Kreatives Paar: Benjamin Baader (s&f) mit Ehefrau Dr. Sophie Gerlach (Expertin für Kunstgeschichte)



Roland Bischof und Anna Thiel (presented by) mit Martin Mitschke (Sponsoringverband)

causales

Seite 4 von 4



Im Team für Ruhr.2010: Dr. Ronald Seeliger mit Director Marketing Katharina Langsch



Kultursponsoring attraktiv: Silvie Rundel (Zeit) mit Kathrin Finger (ADC)

Datum: 8.11.2009	http://headline-1.de/
Auflagenhöhe: k.A.	Kontakte: k.A.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 3



causales

Seite 2 von 3

Karl Janssen ist "Kulturmanager des Jahres 2009"

Duisburgs Dezernent Karl Janssen ist im Berliner Admiralspalast zum "Kulturmanager des Jahres 2009" gekürt worden. Im Rahmen des Wettbewerbs "Kulturmarken-Award", der von der Berliner Agentur Causales mit Unterstützung des ZEIT-Verlages und der Deutschen Post/DHL durchgeführt wurde, wurden am Donnerstag, 29. Oktober 2009, die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten, die engagiertesten Kulturvermittler und professionelles Management in der Kulturlandschaft prämiert



Kulturdezernent Karl Janssen freut sich über den Titel „Kulturmanager des Jahres 2009“.

Für den "Kulturmarken-Award" lagen der vierzehnköpfigen Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur und Medien letztlich 85 Vorschläge für die Kategorien "Kulturmanager des Jahres", "Kulturmarke des Jahres" sowie "Trendmarke des Jahres" vor. Karl Janssen wurde mit vier weiteren Bewerbern nominiert.

Mit der Auszeichnung Kulturmanager des Jahres würdigte die Jury insbesondere Karl Janssens Engagement und Wirken als Kulturmanager mit Verantwortung für die Bürgerinnen und Bürger, das kulturelle Erbe und die Entwicklung der Stadt Duisburg. Projekte wie "Duisburg - Hafen der Kulturhauptstadt", das Fotokunstprojekt "Here & There" wurden von der Jury berücksichtigt, aber auch die Vorreiterrolle der Duisburger Philharmoniker im interaktiven und multimedialen Web 2.0-Internet und seine Antriebs- und Moderationsrollen beim Ankauf der Sammlung Lehmbruck und der Erweiterung des Museums Küppersmühle haben die Juroren überzeugt. Neben Janssen wurde auch Folkert Uhde, Leiter des "Radialsystem V", mit dem Titel "Kulturmanager des Jahres" ausgezeichnet.

"Ich danke der Jury ganz herzlich für diese Auszeichnung meiner Arbeit in Duisburg. Kaum eine andere Aufgabe im Kulturmanagement verlangt so viele verschiedene Aspekte zu vereinen, wie die Arbeit für Kunst und Kultur für eine Stadt und insbesondere für ihre Bürgerinnen

Seite 3 von 3

causales

und Bürger. Somit nehme ich den Preis mit großer Freude entgegen und verstehe ihn gleichzeitig als Bestätigung meiner Arbeit und insbesondere auch der Arbeit meiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der Kulturinstitutionen in unserer Stadt. Die Auszeichnung ist für mich auch Auftrag und Ansporn", erklärte Karl Janssen nach der Verleihung des Preises in Berlin.

1500 geladene Gäste aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahmen an der Preisverleihung im Admiralspalast teil, die zugleich Höhepunkt von "KulturInvest", dem größten Kongress zum Thema Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring im deutschsprachigen Raum, war.

Video "Kulturmanager des Jahres 2009"

Datum: 10.11.2009	http://www.duisburg.de/news/102010100000292802.php
Auflagenhöhe: -	Kontakte: k.A.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



Kulturmanager des Jahres

Karl Janssen in Berlin ausgezeichnet

NRW Duisburg, 30.10.2009

Kulturdezernent Karl Janssen ist im Berliner Admiralspalast zum „Kulturmanager des Jahres 2009“ gekürt worden.

Im Rahmen des Wettbewerbs „Kulturmarken-Award“, der von der Berliner Agentur Causales mit Unterstützung des ZEIT-Verlages und der Deutschen Post/DHL durchgeführt wurde, wurden am Donnerstag, 29. Oktober 2009, die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten, die engagiertesten Kulturvermittler und professionelles Management in der Kulturlandschaft prämiert.

causales

Seite 2 von 2

Mit der Auszeichnung Kulturmanager des Jahres würdigte die Jury Janssens Engagement und Wirken als Kulturmanager mit Verantwortung für die Bürgerinnen und Bürger, das kulturelle Erbe und die Entwicklung der Stadt Duisburg. Projekte wie „Duisburg - Hafen der Kulturhauptstadt“, das Fotokunstprojekt „Here & There“ wurden von der Jury berücksichtigt, aber auch die Vorreiterrolle der Duisburger Philharmoniker im interaktiven und multimedialen Web 2.0-Internet und seine Antriebs- und Moderationsrollen beim Ankauf der Sammlung Lehmbruck und der Erweiterung des Museums Küppersmühle haben die Juroren überzeugt. Neben Janssen wurde auch Folkert Uhde, Leiter des „Radialsystem V“, mit dem Titel „Kulturmanager des Jahres“ ausgezeichnet.

„Kaum eine andere Aufgabe im Kulturmanagement verlangt so viele verschiedene Aspekte zu vereinen, wie die Arbeit für Kunst und Kultur für eine Stadt und insbesondere für ihre Bürgerinnen und Bürger“, nahm Janssen den Preis an, den er „gleichzeitig als Bestätigung meiner Arbeit und insbesondere auch der Arbeit meiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der Kulturinstitutionen in unserer Stadt“ versteht.

Datum: 30.10.2009	http://www.derwesten.de/nachrichten/staedte/duisburg/2009/10/30/news-138966211/detail.html
Auflagenhöhe: k.A.	Kontakte: 150.115

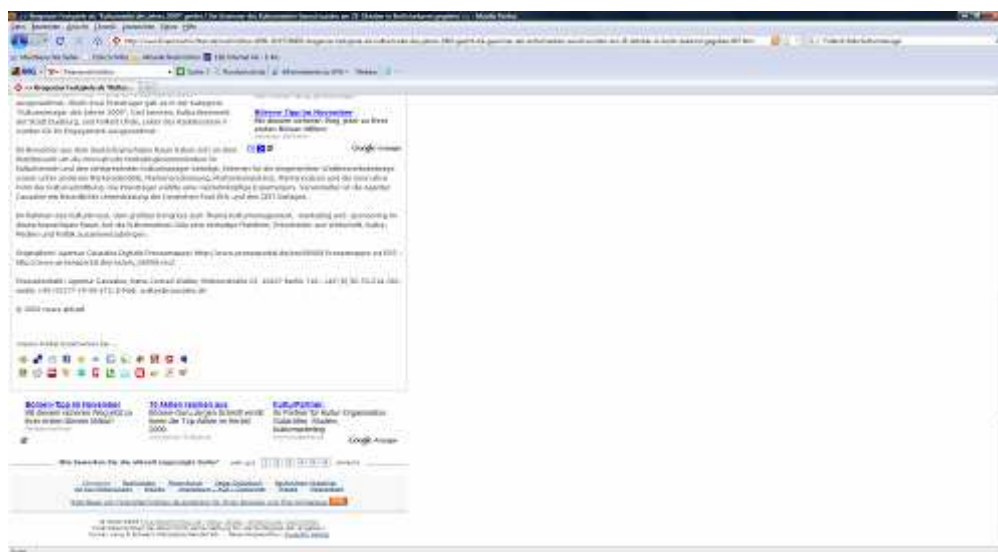
causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



causales

Seite 2 von 2

30.10.2009 08:25

Bregenzer Festspiele als "Kulturmarke des Jahres 2009" geehrt / Die Gewinner des Kulturmarken-Award wurden am 29. Oktober in Berlin bekannt gegeben

Berlin (ots) - Die Bregenzer Festspiele haben am Abend des 29. Oktober 2009 im Rahmen einer feierlichen Gala im Berliner Admiralspalast die Auszeichnung "Kulturmarke des Jahres 2009" erhalten. Vor über 1.500 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Axel Renner, Kommunikationsdirektor der Bregenzer Festspiele, die Ehrung entgegen. Außerdem wurde am Abend das Kulturnetzwerk Neukölln mit seinem Projekt "48 Stunden Neukölln" mit dem Preis "Trendmarke des Jahres 2009" ausgezeichnet. Gleich zwei Preisträger gab es in der Kategorie "Kulturmanager des Jahres 2009": Karl Janssen, Kulturdezernent der Stadt Duisburg, und Folkert Uhde, Leiter des Radialsystem V wurden für ihr Engagement ausgezeichnet.

85 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die innovativste Marketingkommunikation im Kulturbereich und den erfolgreichsten Kulturmanager beteiligt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren unter anderem Markenidentität, Markenerscheinung, Markenkompetenz, Markennutzen und die innovative Form der Kulturvermittlung. Die Preisträger wählte eine vierzehnköpfige Expertenjury. Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL und des ZEIT Verlages.

Im Rahmen des KulturInvest, dem größten Kongress zum Thema Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring im deutschsprachigen Raum, bot die Kulturmarken-Gala eine einmalige Plattform, Entscheider aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Politik zusammenzubringen.

Originaltext: Agentur Causales Digitale Pressemappe:
<http://www.presseportal.de/pm/68908> Pressemappe via RSS :
http://www.presseportal.de/rss/pm_68908.rss2

Pressekontakt: Agentur Causales, Hans-Conrad Walter, Böttzowstraße 25, 10407 Berlin, Tel.: +49 (0) 30-53-214-391, mobil: +49 (0)177-79-59-473, E-Mail: walter@causales.de

© 2009 news aktuell

Datum: 30.10.2009	http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2009-10/15336993-bregenzer-festspiele-als-kulturmarke-des-jahres-2009-geehrt-die-gewinner-des-kulturmarken-award-wurden-am-29-oktober-in-berlin-bekannt-gegeben-007.htm
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 40.000

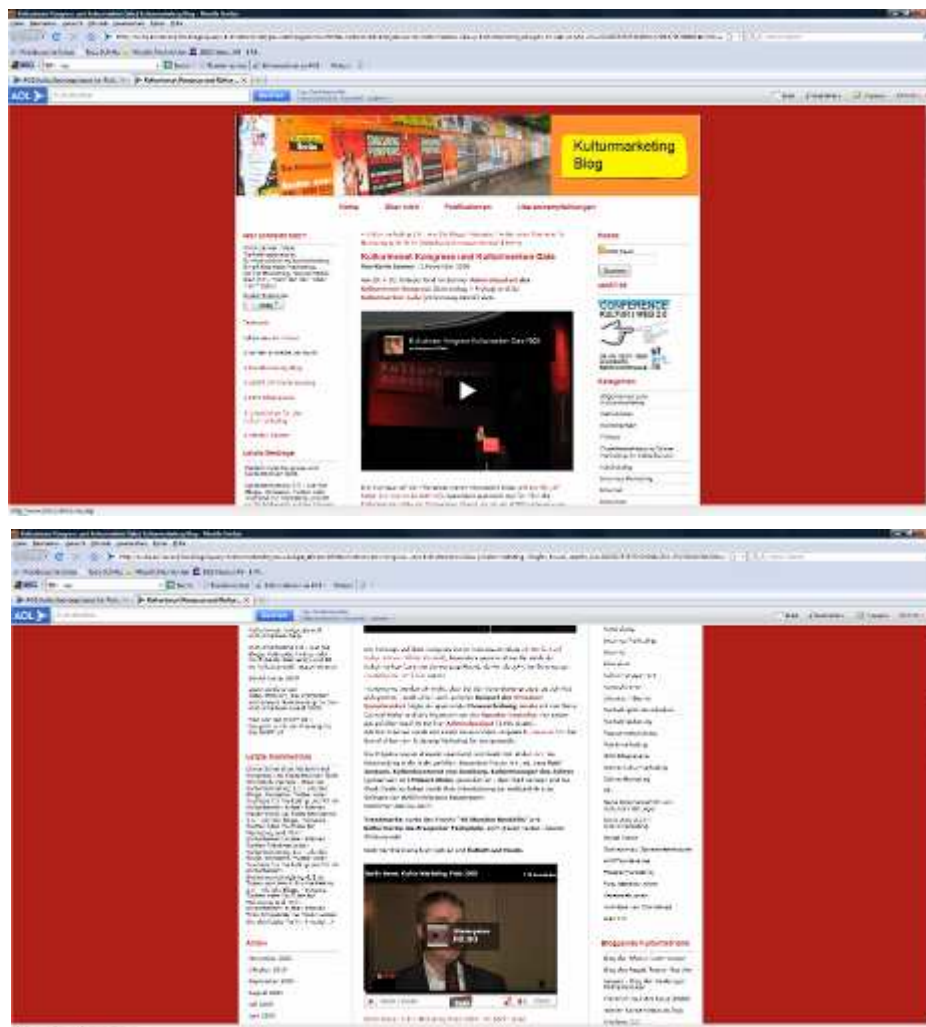
causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



Kulturinvest Kongress und Kulturmarken Gala

Von Karin Janner | 2.November 2009

Am 29. + 30. Oktober fand im Berliner Admiralspalast der Kulturinvest-Kongress (Donnerstag +

causales

Seite 2 von 2

Freitag) und die **Kulturmarken-Gala** (Donnerstag Abend) statt.

Die Vorträge auf dem Kongress waren interessant (dazu ein Bericht auf Kultur 2.0 von Ulrike Schmid), besonders spannend war für mich die Kulturmarken Gala am Donnerstag Abend, da wir als stARTconference zur Trendmarke nominiert waren.

Trendmarke wurden wir nicht, aber bei der Veranstaltung dabei zu sein hat sich gelohnt - nach einem sehr schönen **Konzert der Dresdner Symphoniker** folgte die spannende **Preisverleihung**, moderiert von Heinz Conrad Walter und Eva Neumann von der **Agentur Causales**, vor einem gut gefüllten Saal im Berliner **Admiralspalast** (1.500 Gäste).

Alle Nominierten wurde mit einem kurzen Video vorgestellt, unseren Film hat Bernd Uhlen vom Duisburg Marketing für uns gemacht.

Die Projekte waren allesamt spannend, und bestimmt ist der Jury die Entscheidung nicht leicht gefallen. Besonders freuen wir uns, dass **Karl Janssen, Kulturdezernent von Duisburg, Kulturmanager des Jahres** (gemeinsam mit **Folkert Uhde**) geworden ist - denn Karl Janssen und die Stadt Duisburg haben durch Ihre Unterstützung der maßgeblich zum Gelingen der stARTconference beigetragen! Herzlichen Glückwunsch!

Trendmarke wurde das Projekt **“48 Stunden Neukölln”** und **Kulturmarke die Bregenzer Festspiele**, auch diesen beiden unseren Glückwunsch!

Nach der Preisverleihung gab es und **Buffett und Musik**.

Berlin News: Kultur-Marketing Preis 2009 - TV Berlin Video

Wir haben von der Konferenz und Gala **getwittert**, unterstützt wurden wir dabei von Ulrike Schmid, die auch etliche Fotos (z.B. 1, 2, 3) über Twitpic verschickt hat. Vielen Dank, Ulrike!

Wir freuen uns, dass wir dabei sein durften und danken den Veranstaltern Causales herzlich für die Einladung!

Datum: 02.11.2009	http://suche.aol.de/aol/idoidPage?query=Kulturmarken&type=web&pageNum=1&title=Kulturinvest+Kongress+und+Kulturmarken+Gala+ +Kulturmarketing+Blog&rs_it=web_serp&rs_cid=290369763835363694422501175179911038425&ru=http%3A%2F%2Fkulturmarketingblog.de%2Fkulturinvest-kongress-und-kulturmarken-gala%2F188
Auflagenhöhe: -	Kontakte: k.A.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



Kulturmarken Award 2009 ausgeschrieben

Der Wettbewerb um die Kulturmarke, die Trendmarke und den Kulturmanager des Jahres 2009 startet am 22. Juni. Kulturinstitutionen und -projekte im deutschsprachigen Raum können sich bis zum 15. September für die Auszeichnungen in den drei Kategorien bewerben. Ausgeschrieben werden die Wettbewerbe von der Agentur für Marketing und Kommunikation Causales mit Unterstützung der Deutschen Post DHL.

Mit der Auszeichnung, die seit 2006 bereits zum vierten Mal vergeben wird, fördern die Veranstalter innovative Marketingideen und Markenführung, sowie professionelles Management in der Kulturlandschaft. Die Gewinner wählt eine Expertenjury, die im Rahmen der Kulturmarken-Gala am 29. Oktober im Berliner Admiralspalast die Auszeichnungen verleiht.

Informationen zum Wettbewerb, zur Bewerbung und zur Gala können ab sofort unter www.kulturmarken.de abgerufen werden.

causales

Seite 2 von 2

Die Kulturmarken-Gala findet während des internationalen Kongresses für Kulturmanagement, -marketing und -investments "KulturInvest" statt, der am 29. und 30. Oktober 2009 im Berliner Admiralspalast von der Europäischen Sponsoring-Börse und der Agentur Causales mit Unterstützung der Deutschen Post DHL veranstaltet wird. Zu den Kongress-themen gehören: Kulturpolitik, Kulturmanagement, Kulturmarketing, Public Marketing, Kulturfinanzierung, Kulturförderung, Kultur als Investition in Standort und Tourismus, Corporate Social Responsibility, Corporate Cultural Responsibility, Kultur- und Public Sponsoring, Unternehmensmarketing durch Kultur, Kultur und Medien und Kulturwirtschaft.

 www.kulturmarken.de

Der ZDFtheaterkanal ist für externe Links nicht verantwortlich

[Mo, den 22.06.2009]

Datum: 22.06.2009	http://www.theater.de/news/kulturmarken-award-2009-ausgeschrieben/
Auflagenhöhe: -	Kontakte: k. A.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



„Kulturmarke des Jahres“: Die Bregenzer Festspiele

Die Bregenzer Festspiele haben am Abend des 29. Oktober 2009 im Rahmen einer feierlichen Gala im Berliner Admiralspalast die Auszeichnung „Kulturmarke des Jahres 2009“ erhalten. Vor über 1.500 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm Axel Renner, Marketingleiter der Bregenzer Festspiele, die Ehrung entgegen.



Copyright: YERO PHOTOGRAPHY

causales

Seite 2 von 2

Außerdem wurde am Abend das Kulturnetzwerk Neukölln mit seinem Projekt „48 Stunden Neukölln“ mit dem Preis „Trendmarke des Jahres 2009“ ausgezeichnet. Gleich zwei Preisträger gab es in der Kategorie „Kulturmanager des Jahres 2009“: Karl Janssen, Kulturdezernent der Stadt Duisburg, und Folkert Uhde, Leiter des Radialsystem V wurden für ihr Engagement ausgezeichnet.

85 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die innovativste Marketingkommunikation im Kulturbereich und den erfolgreichsten Kulturmanager beteiligt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren unter anderem Markenidentität, Markenerscheinung, Markenkompetenz, Markennutzen und die innovative Form der Kulturvermittlung. Die Preisträger wählte eine vierzehnköpfige Expertenjury. Veranstalter ist die Agentur Causales mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Post DHL und des ZEIT Verlages.

Im Rahmen des KulturInvest, dem größten Kongress zum Thema Kulturmanagement, -marketing und -sponsoring im deutschsprachigen Raum, bot die *Kulturmarken*-Gala eine einmalige Plattform, Entscheider aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Politik zusammenzubringen. (02/11/09)

Datum: 02.11.2009	http://www.stiftung-sponsoring.de/akteure-konzepte/auszeichnungen/bregenzer-festspiele-als-kulturmarke-des-jahres-2009-geehrt.html?s=Kulturmarken
Auflagenhöhe: 5.000	Kontakte: 12.500

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



Die Kulturmarke 2009 wird gesucht

26.6.2009

Prämiert werden innovative Marketingideen und Markenführung, sowie professionelles Management in der deutschsprachigen Kulturlandschaft.

Der Wettbewerb um die Kulturmarke, die Trendmarke und den Kulturmanager des Jahres 2009 startete am 22. Juni 2009. Kulturinstitutionen und -projekte im deutschsprachigen Raum können sich bis zum 15. September 2009 für die Auszeichnungen in den drei Kategorien bewerben. In den Kategorien Kulturmarke und Trendmarke sind öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturunternehmen, Institutionen und Projekte aus dem deutschsprachigen Raum zur Teilnahme aufgerufen. Für die Kategorie Kulturmanager werden ausschließlich Empfehlungen von Dritten entgegengenommen, die eine Auszeichnung vorschlagen. Ausgeschrieben werden die Wettbewerbe von der Agentur für Marketing und Kommunikation Causales, mit Unterstützung der Deutschen Post DHL.

In den Kategorien Kulturmarke und Trendmarke des Jahres werden möglichst komplexe Ein

causales

Seite 2 von 2

reichungen von Marketingkommunikationskonzepten mit erfolgreichen sowie zukünftigen Kampagnen, Imagebroschüren und Selbstdarstellungen erwartet. Für den Kulturmanager des Jahres sollten Kurzbegründungen mit entsprechenden Belegen auf einer Seite eingereicht werden.

Kulturmarken-Gala und Kongress

Mit der Auszeichnung, die seit 2006 bereits zum vierten Mal vergeben wird, fördern die Veranstalter innovative Marketingideen und Markenführung, sowie professionelles Management in der Kulturlandschaft. Die Gewinner wählt eine Expertenjury, die im Rahmen der Kulturmarken-Gala am 29. Oktober 2009 im Berliner Admiralspalast die Auszeichnungen verleiht. Darüberhinaus werden die Preisträger in einer ganzseitigen Anzeigensonderveröffentlichung der ZEIT vorgestellt. Die Kulturmarken-Gala findet während des internationalen Kongresses für Kulturmanagement, -marketing und -investments "KulturInvest" statt, der am 29. und 30. Oktober 2009 im Berliner Admiralspalast von der Europäischen Sponsoring-Börse und der Agentur Causales mit Unterstützung der Deutschen Post DHL veranstaltet wird.

Zu den Kongressthemen gehören: Kulturpolitik, Kulturmanagement, Kulturmarketing, Public Marketing, Kulturfinanzierung, Kulturförderung, Kultur als Investition in Standort und Tourismus, Corporate Social Responsibility, Corporate Cultural Responsibility, Kultur- und Public Sponsoring, Unternehmensmarketing durch Kultur, Kultur und Medien und Kulturwirtschaft.

Datum: 26.06.2009	http://www.marke.at/content/knowledgebase/brand_news/brandnews_detail.asp?bnid=218
Auflagenhöhe: k.A.	Kontakte: k. A.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2009	
Seite 1 von 1 Bregenzer Festspiele © PMG Presse-Monitor Deutschland GmbH & Co. KG Dienstag, 03.11.2009 500500 Schwarzwälder Bote, Horb Tageszeitung ► Die Bregenzer Festspiele sind »Kulturmarke des Jahres 2009«. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem »konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt«. An dem Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten aus dem deutschsprachigen Raum beteiligt.	
Datum: 03.11.2009	Schwarzwälder Bote
Gesamtauflage: 137.272	Kontakt: 343.180

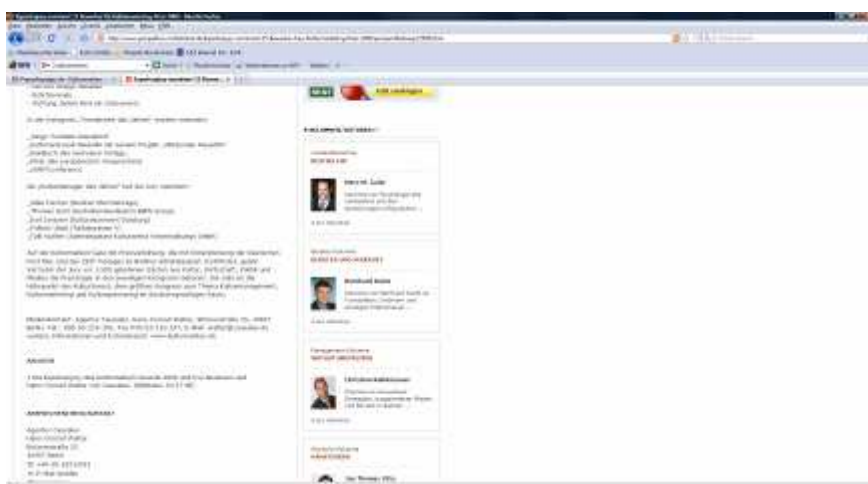
causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 2



Expertenjury nominiert 15 Bewerber für Kulturmarketing-Preis 2009

Die Nominierten für den Kulturmarken-Award stehen fest. 85 Bewerbungen namhafter Kulturanbieter und -projekte wurden zum Kulturmarken-Award eingereicht.

causales

Seite 2 von 2

(Perspektive Mittelstand) Berlin - Die vierzehnköpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur und Medien wählte in dieser Woche je fünf Nominierte in den drei Kategorien „Kulturmarke“, „Trendmarke“ und „Kulturmanager des Jahres“ aus. Der Wettbewerb zeichnet die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten und die engagiertesten Kulturvermittler im deutschsprachigen Raum aus und findet bereits zum dritten Mal statt. Die feierliche Preisübergabe ist am 29. Oktober auf der Kulturmarken-Gala im Berliner Admiralspalast.

Für den Preis „Kulturmarke des Jahres“ nominierte die Jury folgende Projekte:

- Bregenzer Festspiele
- Museumsquartier Wien
- red dot design museum
- Ruhrtriennale
- Stiftung Jedem Kind ein Instrument.

In der Kategorie „Trendmarke des Jahres“ wurden nominiert:

- _Junge Tonhalle Düsseldorf
- _Kulturnetzwerk Neukölln mit seinem Projekt „48Stunden Neukölln“
- _KeinBuch des mixtvision Verlags,
- _Platz des europäischen Versprechens
- _stARTconference

Als „Kulturmanager des Jahres“ hat die Jury nominiert:

- _Silke Fischer (Berliner Märchentage)
- _Thomas Girst (Kulturkommunikation BMW Group)
- _Karl Janssen (Kulturdezernent Duisburg)
- _Folkert Uhde (Radialsystem V)
- _Falk Walter (Admiralspalast Kulturarena Veranstaltungs GmbH)

Auf der Kulturmarken-Gala mit Preisverleihung, die mit Unterstützung der Deutschen Post DHL und des ZEIT Verlages im Berliner Admiralspalast stattfindet, geben Vertreter der Jury vor 1.500 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Preisträger in den jeweiligen Kategorien bekannt. Die Gala ist der Höhepunkt des KulturInvest, dem größten Kongress zum Thema Kulturmanagement, Kulturmarketing und Kultursponsoring im deutschsprachigen Raum.

Datum: 02.10.2009	http://www.perspektive-mittelstand.de/Expertenjury-nominiert-15-Bewerber-fuer-Kulturmarketing-Preis-2009/pressemitteilung/22538.html
Auflagenhöhe: -	Kontakte: k. A.

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1



30-10-2009

Kulturmarken

at, de // Die Bregenzer Festspiele wurden in Berlin zur "Kulturmarke des Jahres 2009" gekürt. Dieser Auszeichnung ging die Bewertung der Festspiele auf ihre Markenidentität, -erscheinung, -kompetenz und Markennutzen zuvor. Auch das MuseumsQuartier Wien gehörte zum Nominiertenkreis.

Datum: 30.10.2009

<http://www.atmedia.at/news/menschen-maerkte-marken/Kulturmarken/30-10-2009/7263/>

Kontakt:

Auflage: -

18.144 Unique Visits

45.748 Pageviews

causales

Pressespiegel

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2009	
Seite 1 von 1 BREGENZER FESTSPIELE „Kulturmarke 2009“ Die Bregenzer Festspiele sind „Kulturmarke des Jahres 2009“. Die Jury begründete die Auszeichnung mit dem „konsequenten und unverwechselbaren Markenauftritt“. Die Festspiele hätten sich als „eines der größten und bekanntesten Sommerfestivals in Mitteleuropa etabliert“. Der Preis wurde in Berlin im Rahmen einer Gala überreicht. An dem Wettbewerb hatten sich 37 Kandidaten aus dem deutschsprachigen Raum beteiligt, (dpa)	
Datum: 31.10.2009	Südkurier (Konstanz)
Auflage: 18.769	Kontakt: 46.922

causales

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2009

Seite 1 von 1

350 Top-Entscheider aus Kultur und Wirtschaft in Berlin

■ Beim KulturInvest-Kongress am 29. und 30. Oktober im Admiralspalast Berlin waren sich die 350 Top-Entscheider aus Kultur und Wirtschaft einig: Kultur und Wirtschaft sind heute kein Gegensatz mehr.

"Marketing ist ganz sicher immer wichtiger für die Kunst - und nicht nur für Events" sagte Prof. Dr. Christina Weiss, ehemalige Staatsministerin für Kultur und Medien. Die Erfolgsformel im Kulturmarketing-Sektor besteht aus systematischem Vorgehen, persönlichem Engagement und kreativen Gegenleistungen. Darüber hinaus wurden am Abend des 29. Oktober auf der Kulturmarken-Gala im Admiralspalast die Kulturmarken-Awards vor 1.500 Gästen aus Kultur, Politik, Wirtschaft und Medien verliehen. Die Bregenzer Festspiele erhielten die Auszeichnung "Kulturmarke des Jahres 2009". Außerdem wurde am Abend das Kulturnetzwerk Neukölln aus Berlin mit seinem Projekt "48 Stunden Neukölln" mit dem Preis "Trendmarke des Jahres 2009" ausgezeichnet.
www.kulturinvest.de

Datum: 31.10.2009

KM - Künstlermagazin

Auflage: 4.000

Kontakt: 10.000