

Pressespiegel der 3. Kulturmarken-Awards (2008)



Veranstaltungsort
Expert*innenjury
Bewerber*innen
Kulturmarke des Jahres
Trendmarke des Jahres
Kulturmanager*in des Jahres

Kulturbrauerei Berlin
10 Juror*innen
96 Einreichungen
Schirn Kunsthalle Frankfurt (Frankfurt a. M.)
Deutsches Meeresmuseum OZEANEUM (Stralsund)
Markus Rindt, Dresdner Sinfoniker (Dresden)

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

DER SPIEGEL

Ausgewählte Presseberichte in den Printmedien,
sortiert nach Erscheinungsdatum

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

www.der-siebdruck.de 34. Jahrg. | 6/2008 ISSN 0178-2635

Der Siebdruck & Digitaldruck

Das europäische Magazin für Technik & Werbung

Award

Kulturmarke und Kulturmanager 2008

Die Agentur Causales und der KulturSPIEGEL, Deutschlands größtes Kulturmagazin, rufen zu einem Wettbewerb um die „Kulturmarke des Jahres 2008“ auf. Kulturinstitutionen und – Projekte im deutschsprachigen Raum können sich bis zum 15. August für die Auszeichnung bewerben. Darüber hinaus werden Bewerbungen für die Preiskategorien „Trendmarke 2008“ sowie für den „Kulturmanager 2008“ entgegen genommen. Die Gewinner wählt eine Expertenjury, die im Rahmen einer Gala am 7. November in der Berliner Kulturbrauerei die Preise verleiht. Mit der Auszeichnung, die bereits zum dritten Mal vergeben wird, fördert die Agentur Causales innovative Marketingideen und professionelle Markenführung in der Kulturlandschaft. „Ziel des Wettbewerbs ist es, das Marketingbewusstsein bei Akteuren im Kulturbereich zu stärken“, so Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer der Agentur Causales. „Auch Kultur braucht effizientes Marketing, um die Eigenwirtschaftlichkeit zu erhöhen und sich als interessanten Investitionsmarkt für die Wirtschaft ins Gespräch zu bringen.“ Der KulturSPIEGEL unterstützt den Wettbewerb als Medienpartner durch seine Präsenz in der Jury und stellt ein großes Mediapaket zur Bewerbung des Wettbewerbs und für die Gewinner zur Verfügung. Im vergangenen Jahr wurden die Experimentierlandschaft phäno aus Wolfsburg, die Dresdner Semperoper sowie die Berliner Muehlenbühne als „Kulturmarken des Jahres“ ausgezeichnet.

www.kulturmarken.de

www.causales.de

Datum: 06.2008	Der Siebdruck - Das europäische Magazin für Technik und Werbung
Auflagenhöhe: 4.500 (1 x pro Monat)	Kontakte: 11.250

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Kultur mit Markencharakter?

Zu einem Wettbewerb um die „Kulturmarke des Jahres 2008“ rufen die Agentur Causales und das deutsche Kulturmagazin Kultur-Spiegel auf. Kulturinstitutionen und -projekte im deutschsprachigen

Raum können sich bis zum 15. August für die Auszeichnung bewerben. Darüber hinaus werden Bewerbungen für die Preiskategorien „Trendmarke des Jahres 2008“ sowie für den „Kultur-

manager des Jahres 2008“ entgegen genommen. Die Gewinner wählt eine Expertenjury, die im Rahmen einer Gala am 7. November in der Berliner Kulturbrauerei die Preise verleiht.

[Kontakt > www.kulturmarken.de]

Datum: 06.2008

Wörkshop - Marketing, Messe, Event

Auflagenhöhe: 9.500
(6 x jährlich)

Kontakte: 23.750

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

BlachReport

TRENDS UND TENDENZEN IN DER LIVE-KOMMUNIKATION

20.08

AKTUELL _05

Expertenjury nominierte 30 Bewerber

Kulturmarken-Award 2008

Die Agentur Causales und der „KulturSpiegel“ haben zu einem Wettbewerb um die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum aufgerufen. 96 Projekte haben sich in den drei Kategorien Kulturmarke, Trendmarke und Kulturmanager des Jahres beworben. Eine zehnköpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur und Medien hat jeweils zehn Kulturprojekte in drei Kategorien nominiert, von denen jeweils ein Preisträger am 7. November 2008 auf einer Gala in der Berliner Kulturbrauerei ausgezeichnet wird.

In der Kategorie Kulturmarke des Jahres hat die Jury aus 42 Bewerbungen zehn Projekte nominiert: Das AVO-Musikfestival (Bonn), BMW – Oper für alle (München und Berlin), den Bushof Lötisch, den Dresdner Kreuzchor, die Musiklandschaft Kassel mit dem

Projekt Lust!?, das Museumsufer Frankfurt (Stadt Frankfurt), das Musikfestival young.euro.classic (Berlin), die Kunstzoo Schim mit dem Projekt Impressionistinnen (Frankfurt), die Theater Bremen und die Stiftung Neanderthal (Düsseldorf).

Nominiert für die Trendmarke des Jahres wurden C&O (Fotokunst Berlin), Europäische Route der Badsteiggotik, Globe-Berlin (Shakespeare-Company), Der Kulturkongress (SVV-Freiburg), Landesjugendtheater Baden-Württemberg, Musiktheater im Raum (Gelsenkirchen), das Cöcozum (Deutsches Meeresmuseum Stralsund), Omakillo Festival (Weimar), Otonoz – Agentur der Fotografen (Berlin) und ProWissen (Potsdam).

Zur Wahl für den Kulturmanager des Jahres stehen Thomas Gint (BMW-Kulturkommunikation), Dirk Grüning (Helmut Kulturprojekte), Prof. Dr. Herzogenrath (Kunststiftung Bremen), Hans-Georg Kaiser (Friedburger Barockorchester), Peter Langer (Donau-Festival Ulm), Claudia Lorenz (Kindermuseum FEZ-Berlin), Prof. Dr. Peter Rauer (Neue Nationalgalerie Berlin), Markus Rindt (Dresdener Sinfoniker), Petra Wenzel & Werner Lippert (NRW Forum Kultur und Wirtschaft) sowie Hans Völl (Denkmal an Berlin).

Auf der Preisverleihung zum Kulturmarken-Award am 7. November 2008 im Kesselhaus der Berliner Kulturbrauerei geben Vertreter der Jury vor 750 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Preisträger in den jeweiligen Kategorien bekannt.

— AVO und Kulturmarken

JAHRBUCH FÜR KULTURMARKETING UND KULTURSPONSORING ERSCHEINT ALS JUBILÄUMSAUSGABE

Kulturmarken 2009 - Das Jahrbuch für Kulturmarketing und Kultursponsoring erscheint bereits zum fünften Mal. Das Nachschlagewerk richtet sich mit Fachbeiträgen, Interviews, Porträts kulturfördernder Unternehmen und bedeutender Kulturstiftungen sowie einem umfangreichen Glossar an Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Politik.

Die Jubiläumsausgabe erscheint in einem repräsentativen Hardcover mit 224 Seiten. Herausgeber ist die Agentur Causales mit Unter-

stützung des KulturSPiegel. Fachbeiträge sowie Exklusiv-Interviews mit Kulturmanagern, Politikern und Unternehmern, wie Gitta Conrathmann (Vorsitzende der Enquete-Kommission Kultur des Deutschen Bundestages), Hans-Willy Brocks (Gründer der Europäischen Sponsoring-Börse ESÖ), Roland Blachof (Gründer des Fachverbandes für Sponsoring und Sonderveröffentlichungen), Daniel Wall (Vorstandsvorsitzender Wolf AG), Henry C. Brinker (Leiter Kommunikation & Marketing Hamburg-

Musik/Ettrichharmonie und Leuchtschelle) und von dem amerikanischen Marketingexperten Philip Kotler sind Bestandteil des Kompendiums. Namhafte Unternehmen wie BMW, Die Bahn, die Deutsche Bank, die KfW Bankengruppe, die Deutsche Post, die Deutsche Telekom, Varentel Europe und Die ZEIT präsentieren in Best-Practice-Beispielen ihre erfolgreichen Sponsoringstrategien und dokumentieren ihr gesellschaftliches Engagement.

— AVO und Kulturmarken

Datum: 20.08.2008

Blach Report - Trends und Tendenzen in der Live-Kommunikation

Auflagenhöhe: 1000

Kontakte: 2.500

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2008	
Seite 1 von 1 Frankfurter Rundschau vom 08.11.2008, Seite 32 Personalabteilung Ein Preis für Holleins Impressionistinnen Die Ausstellung "Impressionistinnen" in der Kunsthalle Schirn von Februar bis Juni war ein überwältigender Publikumserfolg. 185 000 Besucher wollten die Werke der Vertreterinnen der impressionistischen Bewegung sehen, von Marie Bracquemond bis Berthe Morisot. Schirn-Chef Max Hollein und seine Marketingleiterin Inka Drögemüller dürfen sich Monate danach noch einmal über den Erfolg der Schau freuen. In Berlin wurde sie jetzt mit dem Preis "Kulturmarke des Jahres 2008" ausgezeichnet. Der Gewinn ist mit 50 000 Euro in Form eines vom Spiegel-Verlag vergebenen Media-Paketes dotiert. Gewürdigt wurde die originelle, innovative Idee zur Ausstellung sowie die "konsequente und kreative" Umsetzung. ox	
Datum: 08.11.2008	Frankfurter Rundschau vom 08.11.2008, Seite 32
Auflagenhöhe: 150.816	Kontakte: 377.049

Pressespiegel

Agentur Causales Kulturmarken-Award 2008	
Seite 1 von 1 Nordkurier.de 08. 11. 2008. Ozeaneum ausgezeichnet Berlin/Stralsund (ddp). Der deutsche Kulturmarken-Award „Trendmarke des Jahres 2008“ geht an das Ozeaneum Stralsund ...	
Datum: 08.11.2008	www.nordkurier.de/index.php?objekt=nk.nachrichten.m-v
Auflagenhöhe: -	Kontakte: k. A.

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

OZ **MECKLENBURG-VORPOMMERN** Wochenzeitung, 8.11. November 2008 **7**

Ozeaneum ist Trendmarke 2008

Berlin (10/11/08) Das in diesem Jahr eröffnete Ozeaneum Stralsund ist die „Trendmarke des Jahres 2008“, Gemäßigt-Führer Michael Bunko freute sich – gestern Abend in Berlin bei der Verleihung dieser Auszeichnung, die die Originalität des neuen Museums vor allem sein innovatives Marketingkonzept würdigt.

Das Team der namhaften Ausarbeitung hatb sich gegen 85 Bewerber aus deutschsprachigen Kulturräumen durchgesetzt, sagte Jury-Mitglied Silvio Bantel von der „Wochenzeitung „Die Zeit“. Die Mitarbeiter des Ozeaneums machten in einem Augen-

der Weise die Menschen zugänglich auf eine Unterwasserwelt durch die riesigen Meere. Das Ozeaneum habe sich seit seiner Eröffnung zu einer ersten großen Kultur- und Bildungseinrichtung sowie zum „Hotspot“ entwickelt.

Zu den weiteren Preisträgern gehören die Schloss Kunsthalle Frankfurt/Main sowie die Leipziger Deutsche Staats- und Musikbibliothek. Die mit insgesamt 75.000 Euro dotierten Preise werden seit zwei Jahren von der Kultur-Agentur „Causales und dem Magazin „KulturSpekt“ vergeben.



Monumental. Das mit 2,7 Millionen Litern fassungsvermögen größte Becken des Ozeaneums.

www.zeitung-berlin.de www.zeitung-berlin.de Photo: dpa

Datum: 08./09.11.2008

Ostseezeitung Stralsund

Auflagenhöhe: 176.000

Kontakte: 440.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

Kulturmanager des Jahres

Wahl-Brandenburger Markus Rindt geehrt

Brandenburg (tms). Einem Brandenburger wurde der Titel „Kulturmanager des Jahres 2008“ samt kostbarer Kulturreise (5000 Euro) zuerkannt: Markus Rindt (41), gebürtiger Magdeburger und seit einiger Zeit bekennender Altstädter in Brandenburg an der Havel. Ausgezeichnet wurde er im Rahmen einer Gala in Berlin vor Tausend geladenen Gästen - und zwar als Leiter und Mitbegründer der Dresdner Sinfoniker. Während er, der studierte Hornist, in der Mittelmark eher bekannt ist als Gastmusiker der Brandenburger Symphoniker (deren festes Mitglied seine Gattin ist) und Jury-Mitglied beim Komponistenwettbewerb „Brandenburger Biennale“, so gilt er im Sächsischen als kulturelle Hausmar-



Markus Rindt

ke. Markus Rindt hatte die Dresdner Sinfoniker 1996 gemeinsam mit Sven Helbig gegründet und steht dem Orchester seit 2006 sowohl als künstlerischer Leiter wie auch als Geschäftsführer vor. Besonders Großprojekte wie die einzigartige Neuvertonung des Stummfilmklassikers „Panzerkreuzer Potemkin“ gemeinsam mit den Pet Shop Boys, oder der Liederzyklus „Mein Herz brennt“ nach Texten und Musik der Rockband Rammstein haben Aufsehen erregt. Zudem erhielt das Orchester immer wieder internationalen Beifall und 2004 den Echo Klassik. Im September 2008 feierten Rindt und die Dresdner Sinfoniker ihr 10-jähriges Jubiläum mit dem ersten Ferndirigat der Welt.

Datum: 08.11.2008	Brandenburger Wochenblatt
Auflagenhöhe: 26.000	Kontakte: 155.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 08.11.2008	Morgenpost, Rubik Kultur, Seite 17
Auflagenhöhe: 153.838	Kontakte: 1.884.595

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 08.11.2008	Dresdner Neueste Nachrichten
Auflagenhöhe: 28.000	Kontakte: 70.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

Jetzt wissen es auch die Anderen

Dresdner heimsen derzeit Preise um Preise ein. Endlich erfährt auch der Rest der Welt, dass wir hier Spitzenklasse sind.

Von Valeria Heisinges
HEINRICHSALLEHANGEN 9.08.

Der Text war schon länger geplant. Aber gestern Nachmittag platzte mitten in die Überlegung die nächste Nachricht vom nächsten Preis: Markus Rindt, Lei-

ter und Mitbegründer der Dresdner Sinfoniker, wurde gestern Abend in Berlin zum „Kulturmanager“ des Jahres 2008 ernannt. Den Preis hat auch nicht irgendwer ausgeschrieben, sondern immerhin eine Agentur und die Zeitschrift Kulturspiegel. Das ist auch richtig so, schließlich sind wir in Dresden ja auch nicht irgendwer, sondern wir sind: Buchhandlung des Jahres, Autor des Jahres, Museum des Jahres und seit zwei Wochen beste Popband Deutschlands. Da darf und sollte man ja auch mal ein bisschen stolz drauf sein dürfen können.

Nun leiden wir Dresdner ja im Allgemeinen nicht an Minderwertigkeitsgefühl. Eher wundern wir uns manchmal, dass nicht alle Welt unsere schöne Stadt überrennt, um unsere wunderbare Altstadt, die lebendige Neustadt, unsere tolle Lage in der Landschaft und die Umgebung sowieso zu bestaunen. Wenn wir Dresdner als Tourist nach Dresden kommen würden, wir wären jedenfalls von all der Pracht überwältigt und würden ganz sicher überhaupt nicht mehr wegfahren. Und wenn, dann kämen wir bestimmt immer wieder zurück.

Einige leise Zweifel bleiben uns noch. In München sind sie zum Beispiel wirtschaftlich stärker und haben auch noch die Alpen vor der Haustür. Und in Hamburg gucken sie aufs Meer. Richtig hohe Berge haben wir nicht, und wir sehen nur die schöne Elbe. Im Gegensatz zu Hamburg und München sind wir aber Weltkulturerbe. Na ja. Jedenfalls noch. Und für die Zeit danach bereiten wir schlaue Dresdner uns schon vor. Ohne Tourismusgesellschaft machen wir unser eigenes Marketing. Im wahrsten Sinne des Wortes: Hoch-Preis-Marketing.

Über sie freut sich Dresden, Sachsen und die Welt



DER KULTURMANAGER
Markus Rindt, Mitbegründer und Leiter der Dresdner Sinfoniker, wurde gestern vom Kulturspiegel zum Kulturmanager des Jahres 2008 gewählt.



DIE BAND
Die Band Polarkreis 18 belegt mit „Allein, Allein“, ihrem Hit aus dem Film „Krabat“, seit zwei Wochen Platz Eins der deutschen Singlecharts.



DIE BUCHHÄNDLER
Die Buchhandlung Loschwitz von Susanne Dagen und Michael Bormann wurde vom Fachblatt „Buchmarkt“ zur Buchhandlung des Jahres gekürt.



DAS MUSEUM
Das Dresdner Kupferstichkabinett kürte die deutsche Sektion des internationalen Kunstkritikerverbandes AICA zum Museum des Jahres.



DER AUTOR
Der in Dresden geborene Autor Uwe Tellkamp gewann mit seinem Dresden-Roman „Der Turm“ den Deutschen Buchpreis 2008.

Foto: Frank, P. Gerd, Archiv, G&G

Datum: 08.11.2008	Sächsische Zeitung
Auflagenhöhe: 298.624	Kontakte: 764.560

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 08.11.2008

Mainzer Rhein Zeitung

Auflagenhöhe: 9.982

Kontakte: 24.955

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

Kulturpreis für Ozeaneum

Stralsund/vpb. Das Ozeaneum Stralsund hat am 7. November im Rahmen einer feierlichen Gala in der Berliner Kultur-Brauerei die Auszeichnung „Trendmarke des Jahres 2008“ erhalten. Vor über 1.000 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm der Geschäftsführer des Ozeaneums, Dr. Harald Benke mit Markus J. M. Bloching die Ehrung entgegen. Die von der Kultursponsoring-Agentur Causales in Kooperation mit Deutschlands größtem Kultur-Magazin, dem KulturSPIEGEL, vergebenen Marketingpreise sind mit Leistungen im Wert von insgesamt über 75.000 Euro dotiert. 96 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die innovativste Marketingkommunikation. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Marketingarbeit und das Angebot für Sponsoren.

Datum: 09.11.2008

Blitz am Sonntag, Stralsund

Auflagenhöhe: 43.000

Kontakte: 109.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

OZEANEUM IST „TRENDMARKE DES JAHRES 2008“

Auszeichnung am Freitag Abend in Berlin



(zus) Hafeninsel. Das Ozeaneum Stralsund hat am Abend des 7. November 2008 im Rahmen einer feierlichen Gala in der Berliner Kulturbrauerei die Auszeichnung „Trendmarke des Jahres 2008“ erhalten. Vor über 1000 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm der Geschäftsführer des Ozeaneums, Dr. Harald Benke mit Markus J. M. Bloching die Ehrung entgegen. Die Laudatio hielt Silvie Rundel von der ZEIT. Darüber hinaus wurden am Abend die Schirm Kunst-halle Frankfurt als „Kulturmarke des Jahres 2008“ und Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker als „Kulturmanager des Jahres 2008“ geehrt. Die von der Kultursponsoring-Agentur Causales

in Kooperation mit Deutschlands größtem Kultur-Magazin, dem KulturSPIEGEL, vergebenen Marketingpreise sind mit Leistungen im Wert von insgesamt über 75.000 Euro dotiert.

96 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 neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Marketingarbeit und das Angebot für Sponsoren. Die Preisträger wählte eine zehnköpfige Expertengjury. Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum und großartige Leistungen im Kulturmanagement. Die Preisträger zeichnen sich durch eine besonders starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und bieten damit ein großes Potenzial für die Zusammenarbeit mit Sponsoren. Aber auch die große Anzahl an Bewerbungen von hervorragenden Projekten macht deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing gewinnbringend verknüpfen lassen“ sagte Eva Neumann, Geschäftsführerin der Agentur Causales anlässlich der Preisvergabe.

Photo: Johannes-Maria Scholke

Datum: 09.11.2008	Zeitung am Strelasund
Auflagenhöhe: k. A.	Kontakte: k. A.

KULTUR

Berliner Morgenpost | Montag, 10. November 2008 | Les

RandNotiz

AUSSTELLUNGSHÄUSER BRAUCHEN EIN KONZEPT

Marketing im Museum

Die Schirn in Frankfurt ist zweifellos eine tolle Kunsthalle. Doch nicht etwa für eine gute Ausstellungspolitik hat sie nun eine Auszeichnung erhalten, sondern als „Kulturmarke des Jahres 2008“. Mit Kunst hat das weniger zu tun, sondern viel mit Management. Nicht der Museumschef nahm den Preis entgegen, sondern die Marketing-Lady des Hauses.

Deutschlandweit hatten 96 Bewerber am Wettbewerb um die innovativste Marketingkommunikation teilgenommen. Das zeigt nur, wie sich die Arbeit an den Museen in den letzten Jahren grundlegend verändert hat. Die Subventionen sind knapp, die Ausstellungskassen fast leer – die Häuser müssen selbst werben, vor allem – mit sich werben. Schnöde gesagt geht es um Marktfähigkeit, Originalität und Sponsorenangebote. Worte, die lange fremd waren im deutschen Museumsbetrieb und heute längst Voraussetzung sind für morgen. Auch die Staatlichen Museen zu Berlin ziehen da jetzt mit.



Von Gabriela Waldo

E

Eine neue Biog

■ Von Ilja Richter

Berlin – Adolf Hitler empfand aus der Nähe betrachtet als heilich, strich ihn aber nie von seiner „Führer-Schutzliste“. Jos Goebbels setzte ihn auf die Liste jener „Mischehen“, die von der Abholung zu verschonen seien. Seine Frau galt im Terminus der Rassen als „Halbjüdin“, seine Schwiegermutter hingegen als „Volljüdin“. Belacht im Rampenlicht – beäugt im Fadenkreuz Franz Theodor Schmitz, oder Der Mann, der Theo Lingens

Der niedersächsischen Klustadtte in den frühen Zwanzigerjahren entronnen, hat die „Komiker aus Versehen“, wie sich selbstkritisch einmal nannte, zeit seines Lebens seine Ehre gemacht: Lingen. Denn hätte er gern Hannover als Hauptstadt angesehen. Ein Künstler

Datum: 10.11.2008

Quelle: Berliner Morgenpost, 10. 11. 2008

Auflagenhöhe: 153.838

Kontakte: 1.884.595

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

zertreihe für das Ensemble Modern. Der 65-jährige Intendant, seit 1998 in diesem Amt, denkt noch nicht an Ruhestand. jg

Die Schirn, eine gute Marke

Die Schirn Kunsthalle Frankfurt ist für ihr Marketing als „Kulturmarke des Jahres 2008“ ausgezeichnet worden. Die Marketingleiterin des Museums, Inka Drögemüller, nahm die Ehrung in Berlin entgegen. Nach Angaben der Kultursponsoringagentur Causales hatten sich 96 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum an dem Wettbewerb beteiligt. Den Titel des „Kulturmanagers des Jahres 2008“ gewann der Leiter der Dresdner Sinfoniker, Markus Rindt. Das Ozeanum Stralsund wurde als „Trendmarke des Jahres 2008“ ausgezeichnet. Die Kulturmarketingpreise werden von Causales gemeinsam mit dem Ma-

gazin „KulturSpiegel“ vergeben und sind mit insgesamt rund 75 000 Euro dotiert. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität, die Marktfähigkeit, die Originalität, die Marketingarbeit und das Angebot für Sponsoren. ddp

Schiffer ist gern mit dem Rad an Land

Der Frankfurter Reeder Anton Nauheimer bevorzugt als Fortbewegungsmittel nicht etwa das Schiff, er nimmt am liebsten das Fahrrad. „Ich fahre in Frankfurt fast nur mit dem Rad“, sagte der Geschäftsführer der Personenschiffahrts-Gesellschaft „Primus-Line“. Obwohl er natürlich einen Führerschein besitze, habe er zwei Fahrräder zu Hause stehen, die er abwechselnd „selbstverständlich auch mit in die U-Bahn nehme“. dpa

Datum: 10.11.2008

Frankfurter Rundschau vom 10.11.2008, Seite 16

Auflagenhöhe: 150.816

Kontakte: 377.040

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

Nachrichten

"Der Schwarm" bald als Film ++ Kuwahara ist bester Dirigent ++ Schirn ist "Kulturmarke 2008" ++ Beat-Poeten und Hippies in Köln



Datum: 10.11.2008	WELT KOMPAKT Nr. 219 (DWKBE-HP) vom 10.11.2008, Seite 22
Auflagenhöhe: 244.242	Kontakte: 610.605

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 10.11.2008

Ostfriesischer Kurier

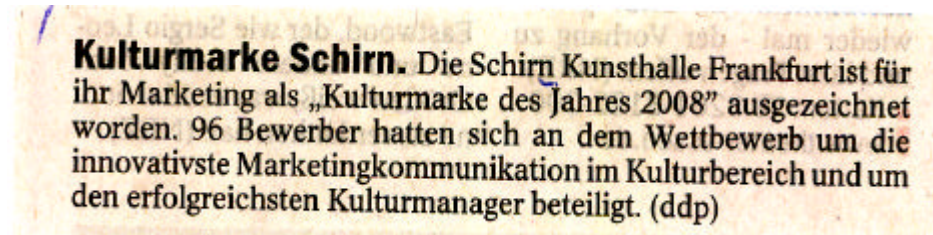
Auflagenhöhe: 15.583

Kontakte: 3.958

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 10.11.2008

Neue Ruhr Zeitung

Auflagenhöhe: 62.435

Kontakte: 156.087

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 10.11.2008

Mitteldeutsche Zeitung

Auflagenhöhe: 54.708

Kontakte: 114.270

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 10.11.2008	Main Echo
Auflagenhöhe: 34.792	Kontakte: 86.980

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 10.11.2008	Hamburger Morgenpost vom 10.11.2008, Seite 42
Auflagenhöhe:	Kontakte:

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 10.11.2008

Fuldaer Zeitung

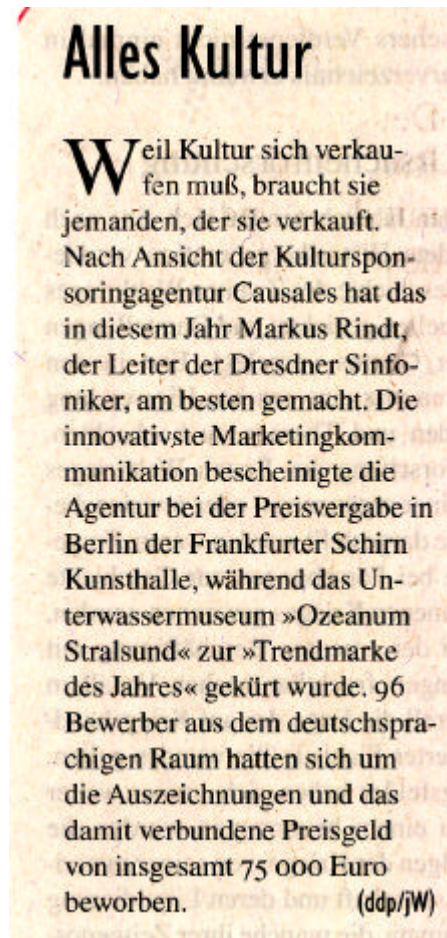
Auflagenhöhe: 36.066

Kontakte: 90.165

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 11.11.2008	Junge Welt
Auflagenhöhe: 20.000	Kontakte: 50.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 19.11.2008

Kronen Zeitung Kärnten

Auflagenhöhe: 80.080

Kontakte: 200.200

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

Kulturmarke des Jahres Schirn Kunsthalle Frankfurt

Die Schirn Kunsthalle Frankfurt hat am Abend des 7. November im Rahmen einer feierlichen Gala in der Berliner Kulturbrauerei die Auszeichnung „Kulturmarke des Jahres 2008“ erhalten. Vor über 1000 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm die Marketingleiterin der Schirn Kunsthalle Frankfurt, Inka Brögemüller, die Ehrung entgegen. Die Laudatio hielt die KultursPIEGEL-Redakteurin Anke Dörr. Darüber hinaus wurde am Abend das Özeane-

um Stralsund mit dem Preis „Trendmarke des Jahres 2008“ und Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker als „Kulturmanager des Jahres 2008“ geehrt. Die von der Kultursponsoring-Agentur Causales in Kooperation mit Deutschlands größtem Kultur-Magazin, dem KultursPIEGEL, vergebenen Marketingpreise sind mit Leistungen im Wert von insgesamt über 75.000 Euro dotiert.

www.kulturmarken.de

Mixed Media News 59



Datum: 12.2008

Marketeers and Pioneers, Dezember 2008, Nr. 3, S. 59

Auflagenhöhe: 30.000
(4 x jährlich)

Kontakte: 75.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Die feierliche Preisübergabe durch den KulturSPIEGEL an Preisträger aus den Kategorien Kulturmarke, Trendmarke und Kulturmanager des Jahres fand am 7. November 2008 im Kesselhaus der Berliner Kulturbrauerei statt. 32 Koch- und Restaurant-Auszubildende und Ausbilder des IB Ausbildungshotels am Kurfürstendamm hatten gut zu tun, die mehr als 700 Gäste mit Getränken und Fingerfood bis spät in die Nacht zu bewirten.

Datum: 12.2008	ABZ Nachrichten, IB HOGA Berlin, Ausgabe 2/08, 17. JHG. S. 8
Auflagenhöhe: k. A.	Kontakte: k. A.

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Die Gewinner

▲ Josef Winkler
Die Jury pries seine „barock-expressive, rhythmische Prosa von dunkler Schönheit“ und verlieh ihm die wichtigste literarische Auszeichnung Deutschlands: den Georg-Büchner-Preis. Der scheue Kärntner schildert beklemmend eindringlich das Leiden seiner Helden an der unerträglichen Enge und Intoleranz der dörflichen Provinz und einen als vergiftend erlebten Katholizismus.



▲ Uwe Tellkamp
Die Jury soll sich schnell eingewesen sein, dass man an diesem Buch nicht vorbeikam: Im Roman „Der Turm“ führt der Autor in die bildungs-bürgerlichen Refugien sanften Protests der DDR und zeichnet ein verblüffendes Bild der Dresdner Vorwendezeiten. Dafür erhielt der den Deutschen Buchpreis und landete auf den Bestsellerlisten.



▲ Der Kinderwagen
Während die Autoindustrie Absatzinbrüche und Produktionsstopps meldet, stehen Kinderwagen hoch im Kurs: Erstmals seit achtzehn Jahren steigen die Geburtenzahlen wieder an. Ob zeitgeistiger Familiensinn dafür verantwortlich ist oder Ursula von der Leyens Eltern-geld? Eines ist unübersehbar: Kinder sind das ultimative Accessoire des Neobürgertums.





▲ Katharina Wagner
Die Kabalen um den Grünen Hügel waren bühnenreif: Alte Familienfehden brachen auf, Alt trat gegen Jung, Enthusiasmus gegen Intellektualität, Popularitätsfantasien gegen noble Gipfelstürmerei an. Gewonnen hat Katharina Wagner, und wenn ihr auch Eva Wagner-Pasquier zur Seite steht, so wird sie es doch sein, die den Rampenservice erledigt. Und zwar ganz gelassen: Die Festspiele sind traditionell Jahre im Voraus ausverkauft.

▲ E-Book
Ein kleines elektronisches Lesegerät könnte das Gutenberg-Universum zum Wanken bringen: Gleich zwei Anbieter konkurrieren um User, die keine Bücher mehr schleppen und doch immer genug Lesestoff dabei haben wollen. Anfang 2009 gehen die Geräte auf den deutschen Markt, zum Schrecken der Buchhändler. Dereinst, unken Bibliophile melancholisch, werden wir also keine beeindruckenden Bücherwände bei Freunden mehr bestaunen können, und Bibliotheken werden verschwinden.



▲ Die Schirn
Mit der „Kulturmarke des Jahres 2008“ wurde die Schirn Kunsthalle Frankfurt geehrt – für die Marketingkampagne anlässlich der ungewöhnlichen Ausstellung „Impressionistinnen“. Mit einem innovativen Corporate Design und Sprüchen wie „Renoir, au revoir“ zogen die Ausstellungsmacher unter der Leitung von Max Hollein 185 000 Besucher in die Schau. Dass auch traditionell inhaltsgetriebene Kulturtempel sich verstärkt aufs Marketing konzentrieren, ist wichtiger denn je. Der lange Schatten der Finanzkrise lässt manchen Museums-mann um die Stetigkeit staatlicher Fördermittel und noch mehr um die Gaben privater Sponsoren bangen. Kanzlerin Angela Merkel versicherte zwar anlässlich des soeben gefeierten zehnjährigen Jubiläums des Staatskulturministeriums, dass die Bundesmittel nicht zur Debatte ständen – ein Staat ohne Kultur könne leicht in Barbarei zurückfallen. Dennoch hat sich gerade in Museumskreisen herumgesprochen, dass hohe Zuschauerzahlen sowohl der Reputation als auch der Kasse zugutekommen.



128 Cicero

12/2008

Datum: 12.2008	Cicero - Magazin für politische Kultur, Ausgabe 12/08, S. 128
Auflagenhöhe: 40.000	Kontakte: 12.197

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 12.2008

Capital contacts - Der Lebensstil des Internationalen
Deutschland, Ausgabe Nr. 12, 12/2008, S. 75

Auflagenhöhe: 20.000

Kontakte: 50.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

AKTUELL _05

Schirn Kunsthalle Frankfurt

Kulturmarke des Jahres 2008

Die Schirn Kunsthalle Frankfurt am Main hat im Rahmen einer feierlichen Gala in der Berliner KulturBrauerei die Auszeichnung „Kulturmarke des Jahres 2008“ erhalten. Vor über 1.000 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm die Marketingleiterin der Schirn Kunsthalle Frankfurt, Inke Drögemüller, die Ehrung entgegen. Die Laudatio hielt die KulturSPIEGEL-Redakteurin Anke Dürr. Darüber hinaus wurde das Ozeaneum Stralsund mit dem Preis „Trendmarke des Jahres 2008“ und Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker als „Kulturmanager des Jahres 2008“ geehrt. Die von der Kultursponsoring-Agentur Causales in Kooperation mit dem KulturSPIEGEL vergebenen Marketingpreise sind mit Leistungen im Wert von insgesamt über 75.000 Euro dotiert.

96 Bewerber aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben sich an dem Wettbewerb um die innovativste Marketingkommunikation im Kulturbereich und den erfolgreichsten Kulturmanager beteiligt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Marketingarbeit und das Angebot für Sponsoren. Die Preisträger wurden von einer zehnköpfige Expertengruppe ausgewählt.

INFO: www.kulturmarken.de

Datum: 12.2008	Blach Report - Trends und Tendenzen in der Live-Kommunikation, Ausgabe 24/08, S. 3
Auflagenhöhe: 1.000	Kontakte: 2.500

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1

MV-NACHRICHTEN

OZEANEUM ist „Trendmarke des Jahres 2008“

Das Ozeaneum Stralsund hat im Rahmen einer feierlichen Gala in der Berliner KulturBrauerei die Auszeichnung „Trendmarke des Jahres 2008“ erhalten. Dr. Harold Benke, Geschäftsführer des Ozeaneums, und Markus J. M. Bloching nahmen die Ehrung entgegen. Die Laudatio hielt Silvie Rundel von der ZEIT.



Darüber hinaus wurden am Abend die Schirn Kunsthalle Frankfurt als „Kulturmarke des Jahres 2008“ und Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker als „Kulturmanager des Jahres 2008“ geehrt. Die von der Kultursponsoring-Agentur Causales in Kooperation mit Deutschlands größtem Kultur-Magazin, dem KulturSPIEGEL, vergebenen Marketingpreise sind mit Leistungen im Wert von insgesamt über 75.000 Euro dotiert. 96 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 neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Marketingarbeit und das Angebot für Sponsoren. Die Preisträger wählte eine zehnköpfige Expertenjury. Die „Trendmarke des Jahres“ zeichnet sich für ihr perspektivisches Potenzial ihrer Marketingarbeit aus. Voraussetzungen sind unter anderem Alleinstellungsmerkmal, unverwechselbares Erscheinungsbild, Kontinuität und Qualität. Wie die Kulturmarke hat auch die Trendmarke die Ziele, Kundenvertrauen zu gewinnen und Kunden zu binden. Das OZEANEUM wurde von der Agentur Causales für sein professionelles und ausführliches Marketingkonzept, das im Rahmen der Neuausrichtung und des Neubaus erstellt wurde, und die damit verbundene professionelle Marketingarbeit ausgezeichnet.

Agentur Causales, www.causales.de

Datum: 12.2008	WIR Zeitschrift für Industrie- & Handelskammer zu Rostock, 19. Jahrgang, Dezember, Heft 10/2008, S. 2
Verbreitete Auflage: 27.267	Kontakte: 68.167



Das Meeresmuseum Ozeaneum in Stralsund wurde zur "Trendmarke des Jahres 2008" gekürt.

KULTUR – EIN WICHTIGER FAKTOR IM BEREICH PUBLIC MARKETING

Kulturelle Veranstaltungen sind nach wie vor ein wichtiges Element im Bereich Stadtmarketing. Das verdeutlicht auch der jüngst verliehene "Kulturmarken-Award" (www.kulturmarken.de). Neben der Schirn Kunsthalle Frankfurt, die als "Kulturmarke des Jahres 2008" ausgezeichnet wurde, erhielt das Ozeaneum in Stralsund den Preis "Trendmarke des Jahres 2008" (s. Seite 16). Ein Meeresmuseum wird zum kulturellen Trendsetter und somit auch zum Botschafter – nicht nur der kleinen Stadt an der Ostsee (ca. 58.300 Einwohner), sondern der ganzen Region.

Des Weiteren wurde Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker, als "Kulturmanager des Jahres 2008" geehrt. Die von der Berliner Kultursponsoring-Agentur Causales in Kooperation mit dem "Kulturspiegel" (Spiegel-Gruppe, Hamburg) vergebenen Marketingpreise sind mit Leistungen im Wert

von insgesamt über 75.000 Euro dotiert. 96 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum hatten sich an dem Kulturmarken-Wettbewerb beteiligt.

Datum: 12.2008	Public Marketing, Nr. 01, Dezember 08, S. 35
Auflagenhöhe: 2.000	Kontakte: 5.000

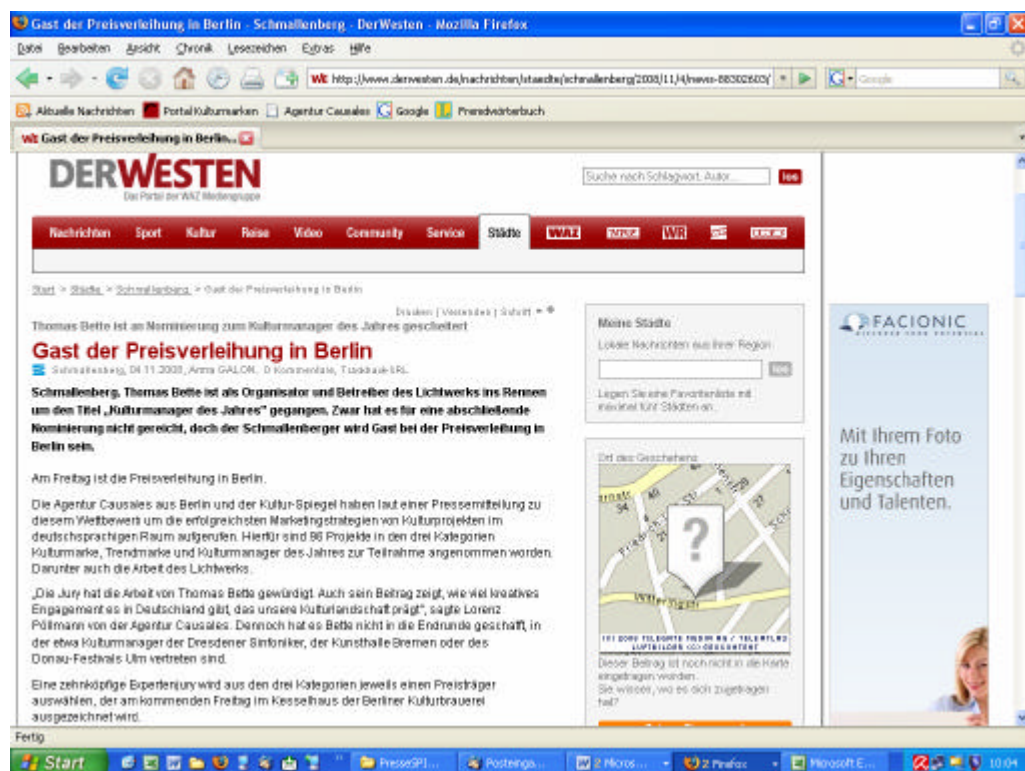
Ausgewählte Presseberichte in den Onlinemedien,
sortiert nach Erscheinungsdatum

Pressespiegel

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 04.11.2008

Der Westen

Auflagenhöhe: -

Kontakte: k. A.

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 6.11.2008	http://www.kulturnews.de/knde/news.php?id=00165&title=Der+Kommunikator
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 500.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 3



Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

http://www.kunstmarkt.com/pages/ogl/kunst/_id/49359/news_detail.html?_q=%20rendinmarke des Jahres 2008

Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis



Frachtwagen
Kabinettsschrank,
Niederlande, 18. Jh.
Am 20.11.2008 271.
Auktion: Europäisches
Kunstgewerbe &
Schmuck
© Van Hem
Kunstauctionen



Blick unterwegs / Sun
Guo
© Kunsthandel Hubertus
Hoffschild



Arbeits
© Kunsthandel Hubertus
Hoffschild

Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

rendinmarke des Jahres 2008

News vom 10.11.2008



Louis Corinth nun in
Regensburg



Kitty Kraus im Kunstverein
Heilbronn

Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

rendinmarke des Jahres 2008

News vom 10.11.2008



Kitty Kraus im Kunstverein
Heilbronn

Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

rendinmarke des Jahres 2008

News vom 10.11.2008



Kitty Kraus im Kunstverein
Heilbronn

Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

rendinmarke des Jahres 2008

News vom 10.11.2008



Kitty Kraus im Kunstverein
Heilbronn

Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

rendinmarke des Jahres 2008

News vom 10.11.2008



Kitty Kraus im Kunstverein
Heilbronn

Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

rendinmarke des Jahres 2008

News vom 10.11.2008



Kitty Kraus im Kunstverein
Heilbronn

Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

rendinmarke des Jahres 2008

News vom 10.11.2008



Kitty Kraus im Kunstverein
Heilbronn

Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

rendinmarke des Jahres 2008

News vom 10.11.2008



Kitty Kraus im Kunstverein
Heilbronn

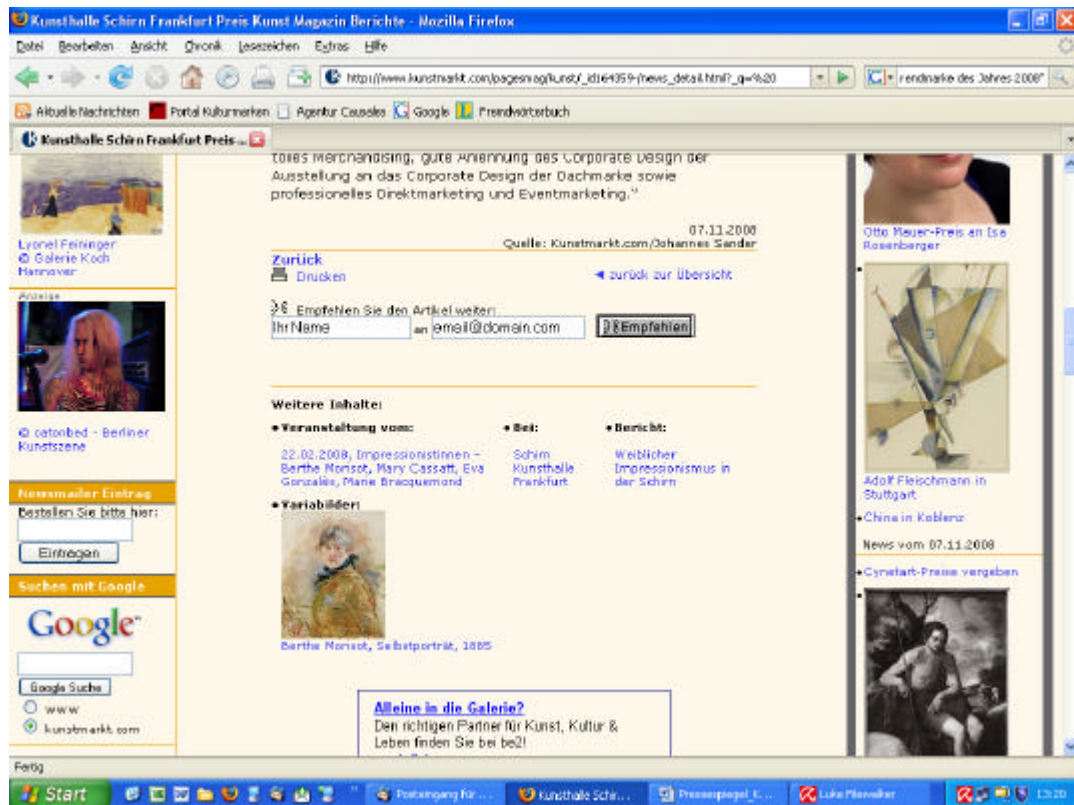
Kunsthalle Schirn Frankfurt Preis Kunst Magazin Berichte - Mozilla Firefox

rendinmarke des Jahres 2008

News vom 10.11.2008



Kitty Kraus im Kunstverein
Heilbronn



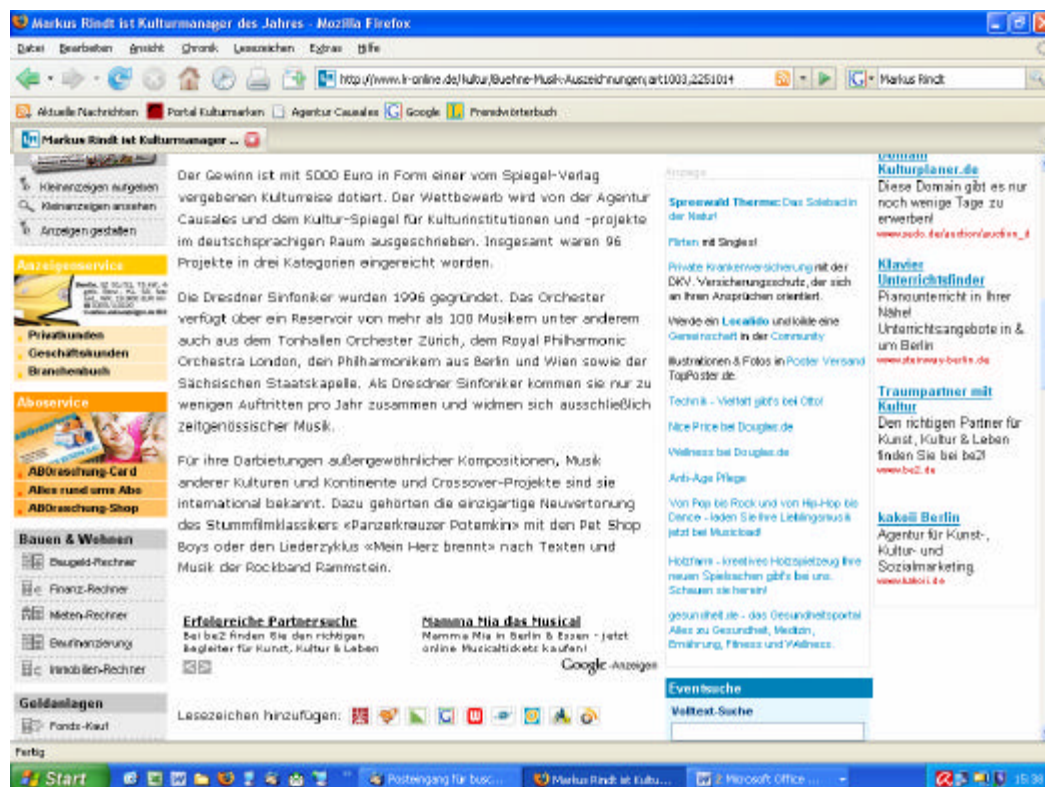
Datum: 7.11.2008	http://www.kunstmarkt.com/pagesmag/kunst/_id164359-/news_detail.html?_q=%20
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 10.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 2





Datum: 8.11.2008	http://www.lr-online.de/kultur/Buehne-Musik-Auszeichnungen;art1003,2251014
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 93.914

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 2





Datum: 7.11.2008	http://www.monstersandcritics.de/artikel/200845/article_111123.php/Markus-Rindt-ist-Kulturmanager-des-Jahres
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 26.000

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 2





Datum: 7.11.2008	http://www.pr-inside.com/de/ozeaneum-erhaelt-kulturmarken-preis-r902082.htm
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 46.443

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 8.11.2008

<http://prowi.hff-potsdam.de/>

Auflagenhöhe: -

Kontakte: k. A.



Datum: 08.11.2008

Quelle: http://www.sz-online.de/archiv/suchergebnis.asp?sid=F34DA4E4-8F...&site=1&sort_dir=DESC&expr_style=AND&klas=SZ&article_id=8316853

Auflagenhöhe: -

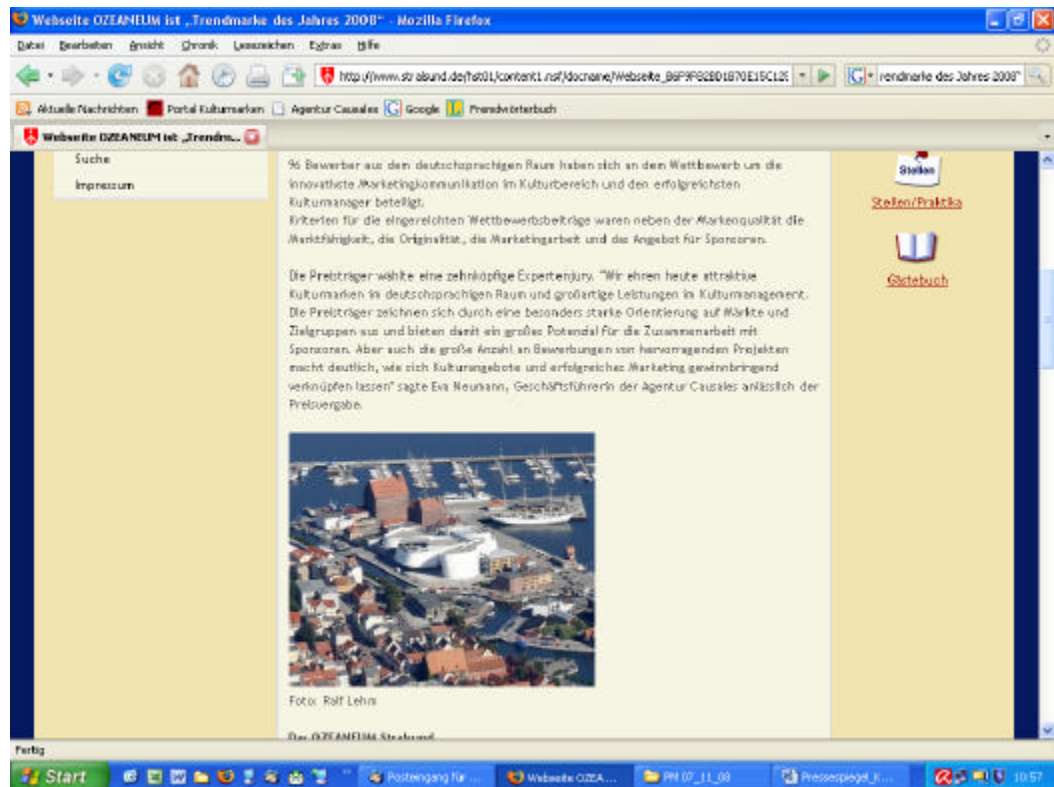
Kontakte: 1.361.960

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 5











Datum: 8.11.2008	http://www.stralsund.de/hst01/content1.nsf/docname/Webseite_B6F9F82BD1B70E15C12574FA002E9736?OpenDocument
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 4.726

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 3



Schirm mit Preis „Kulturmarke des Jahres 2008“ ausgezeichnet - Gutscheine - meinjournal.de - Mozilla Firefox

Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

http://www.meinjournal.de/pressenotizen/pressenotizen-schirm-mit-preis-2008/

AllesNeuigkeiten Portal Kulturmarken Agentur Causales Google Fremdwörterbuch

Schirm mit Preis „Kulturmarke des Jahres 2008“ ausgezeichnet

Für den 12. Schönecker Weihnachtsmarkt am 13. und 14.12.2008 im Ortsteil Kölkensleben sind ... [lesen...](#)

1. Vogelsberger Wildschoten 2008 endeten mit der Hubertusmesse in Burkhardt
In der mit Tannenzweigen geschmückten Kirche von Burkhardt hatten sich zum Abschluss der ... [lesen...](#)

Nöllner-Rossbach im Dorfneuerungsprogramm
Bielingmünd-Rossbach wird im Jahr 2009 in das ... [lesen...](#)

Teddybärenklub für Kittas und Grundschulen im HKE geöffnet
Kindern die Angst vor dem Krankenhaus nehmen durch die Unterstützung vom Fonds hessischer Arzneimittelhersteller ... [lesen...](#)

18. Dreiecker Rollenspieltreffen
Deutsche Rollenspiel-Szene trifft sich auch 2008 ... [lesen...](#)

Lebenshilfe-Basar am Sonntag 16.11.2008
Zum Traditionsbasar der Lebenshilfe am 16.11.2008 werden ... [lesen...](#)

Fit mit den Fünf Tälern
Leicht zu erlernende Übungen helfen, beweglich und gesund zu bleiben ... [lesen...](#)

[weitere regionale Nachrichten](#)

„Mit unseren Ausstellungen“, so Inka Drögemüller, „wollen wir ein breites Publikum ansprechen. Die Ausstellung „Impressionistinnen“ war mit 185.000 Besuchern die erfolgreichste Ausstellung der Schirm unter Leitung von Max Holten. Um das zu erreichen, haben wir Ausstellungsinhalte und Marketingkonzept in einer kreativen Weise miteinander verknüpft. Wir freuen uns deshalb sehr, dass wir den Preis für die beste Kulturmarke 2008 erhalten haben, da er für uns auch eine Bestätigung unserer langfristig praktizierten Marketingstrategien und -konzepte darstellt.“

Die Jury begründete ihre Entscheidung für die „Impressionistinnen-Kampagne“ der Schirm wie folgt:

„Insgesamt haben die innovative Idee, die weibliche Seite des Impressionismus darzustellen, und die konsequente und kreative Umsetzung dieser Idee überzeugt. Die Umsetzung beinhaltet viele wirkungsvolle und stimmige Elemente und Maßnahmen, angefangen beim Corporate Design über die Teaserkampagne mit Slogans wie „Renoir, Renoir, Au revoir“ als Reaktion auf das Ende der „Franzosen-Ausstellung“ in Berlin bis hin zu vielen feinen, sehr gut ausgearbeiteten Details wie dem von Helke Makatsch besprochenen Audioguide, dem Versand eines fiktiven Briefs aus der Feder der Malerin Berthe Morisot im Rahmen des Direktmarketings, der Einladung zu einem Frauentag und anderen guten Ideen. Die Kampagne zeichnete sich außerdem durch eine ausführliche Situationsanalyse aus, durch eine klare Zielsetzung und Zielgruppenbestimmung, vielfältige und kreative sowie sehr gut auf die Zielgruppe abgestimmte Maßnahmen, ein wirkungsvolles (neinandergreifendes) von Strategie und operativen Maßnahmen, ausführliches und professionelles Controlling, effektive Kooperationen, tolles Merchandising, gute Anlehnung des Corporate Design der Ausstellung an das Corporate Design der Dachmarke sowie professionelles Direktmarketing und Eventmarketing.“

Mitglieder der Jury
Mitglieder der Jury waren die leitende Redakteurin des KultursPIEGEL Marianne Wellershoff, die Leitende Öffentlichkeitsarbeit der ZEIT Silvie Kundel und die Chefredakteurin von Marketeer & Pioneers Sabine Wegner. Darüber hinaus zählten zu den Juroren: Prof. Dr. Andrea Hausmann von der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder), Henry C. Brinker, Leiter Marketing der Elbphilharmonie (Hamburg), Roland Bischof, Vorstandsmitglied im Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbformen e. V., und Hans-Willy Brookes, Geschäftsführer der Europäischen Sponsoring-Börse (ESB), sowie der Grafikdesigner Alexander Branczyk (Xplicit Gesellschaft für Kommunikation), der Kulturwissenschaftler Dr. Thomas Colla und der Geschäftsführer von Kulturmanagement Netzwerk Dirk Schütz.

Elektroleitungen: Keine Verpflichtung des Vermieters zur regelmäßigen Generalspektion
[lesen...](#)

Reisebüro reiseeffieber
(11.11.2008)
RAUS AUS DEM SCHNÜDDCLWETTER!
LASTMINUTE IN DIE SONNE!!
Woche BEROSTAL CHICH KHAN,
Halbpension NUR 259 €
[lesen...](#)

Kreishandwerkerschaft Hanau
(11.11.2008)
100 Jahre Metzgerei
Bargel in Oathem
[lesen...](#)

Marek und Koch Steuerberater - Wirtschaftsprüfer
(11.11.2008)
Kinderfreibetrag ab 2009
[lesen...](#)

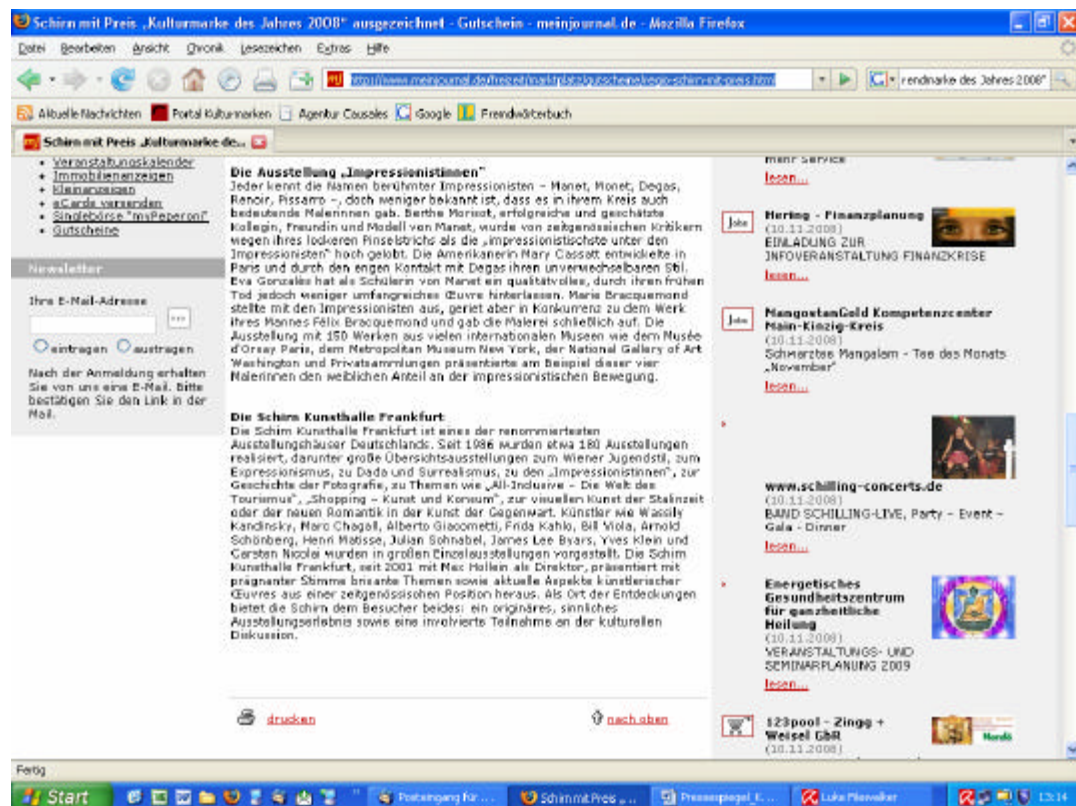
Lavendel
(10.11.2008)
Immer noch gültig! Eine
kuschelige
Aroma-Massage auf einer
beheizten Liege.
[lesen...](#)

www.bruehl-shop.de
(10.11.2008)
Der Bruehl-Shop bietet ab
sophot seinen Kunden noch

Start

Posteingang für ... Schirm mit Preis ... Presspiegel, E... Luke Pfeiffer

13.14



Datum: 10.11.2008	http://www.meinjournal.de/freizeit/marktplatz/gutscheine/region-schirm-mit-preis.html
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 2.500

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 1



Datum: 10.11.2008

http://www.stralsund.de/hst01/content1.nsf/docname/Webseite_45F3DA47EA7F8ED4C12574FD0033F818?OpenDocument

Auflagenhöhe: -

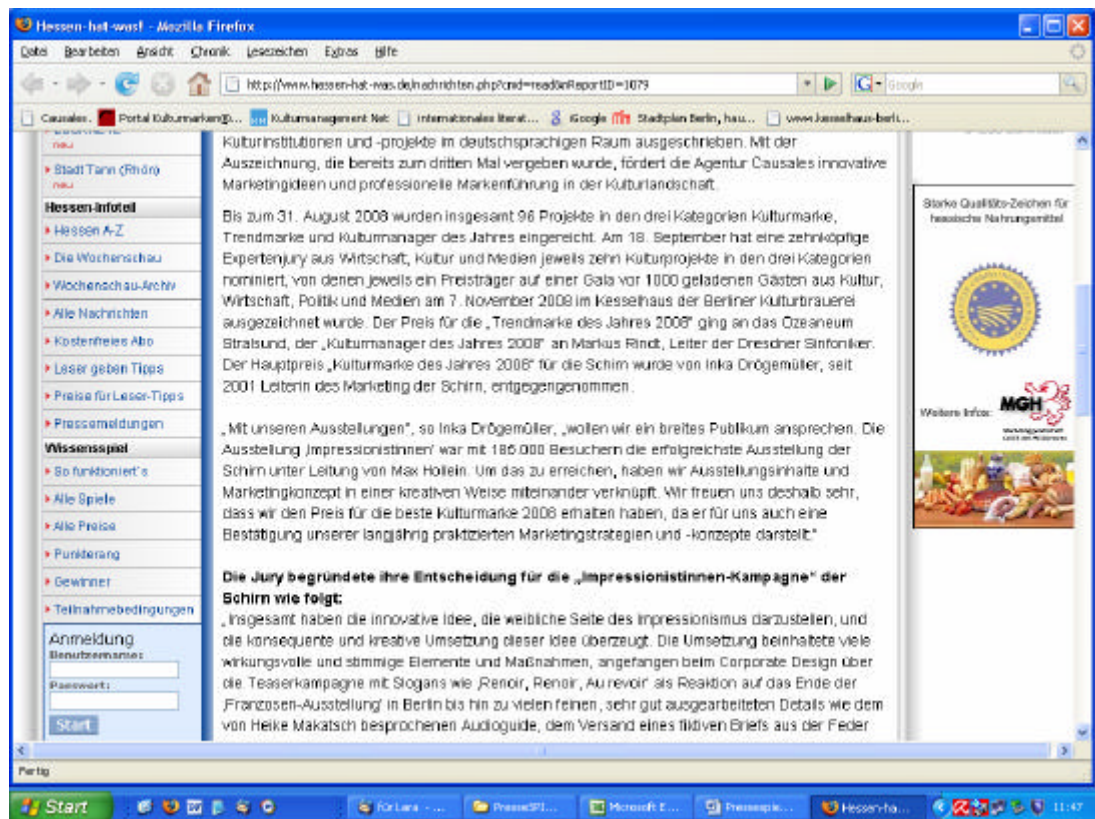
Kontakte: 6.987

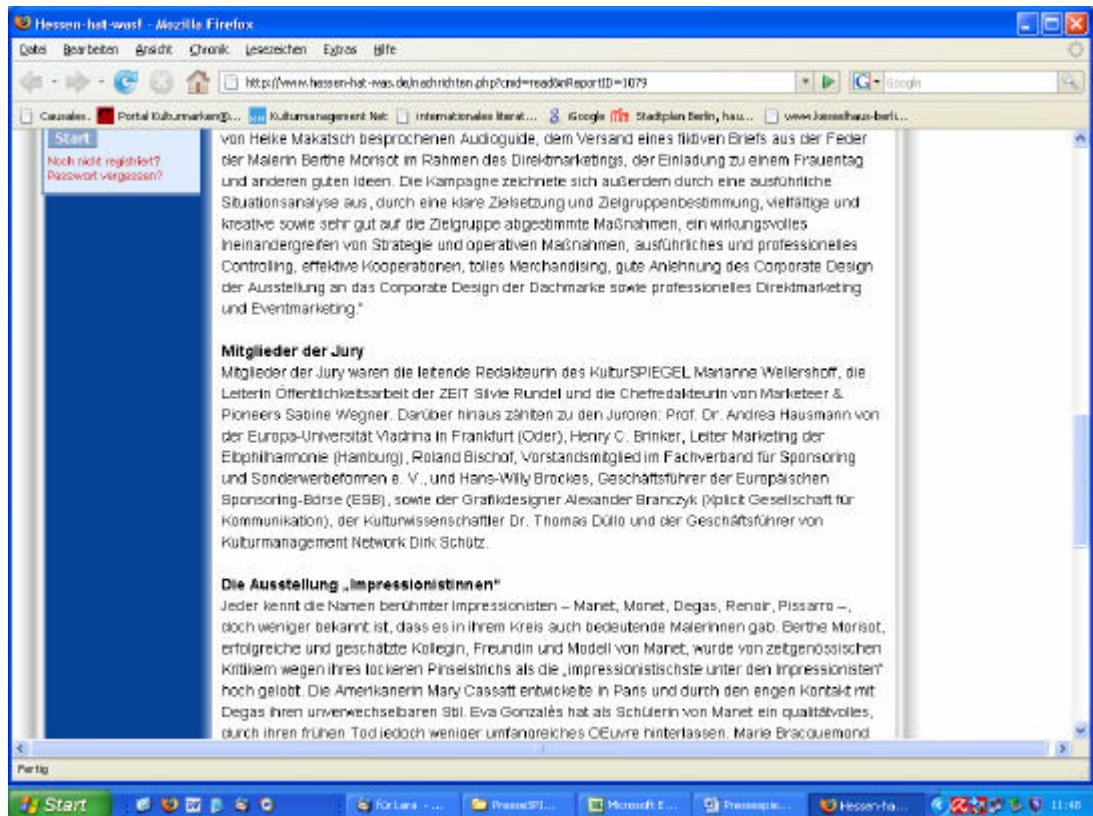
Agentur Causales

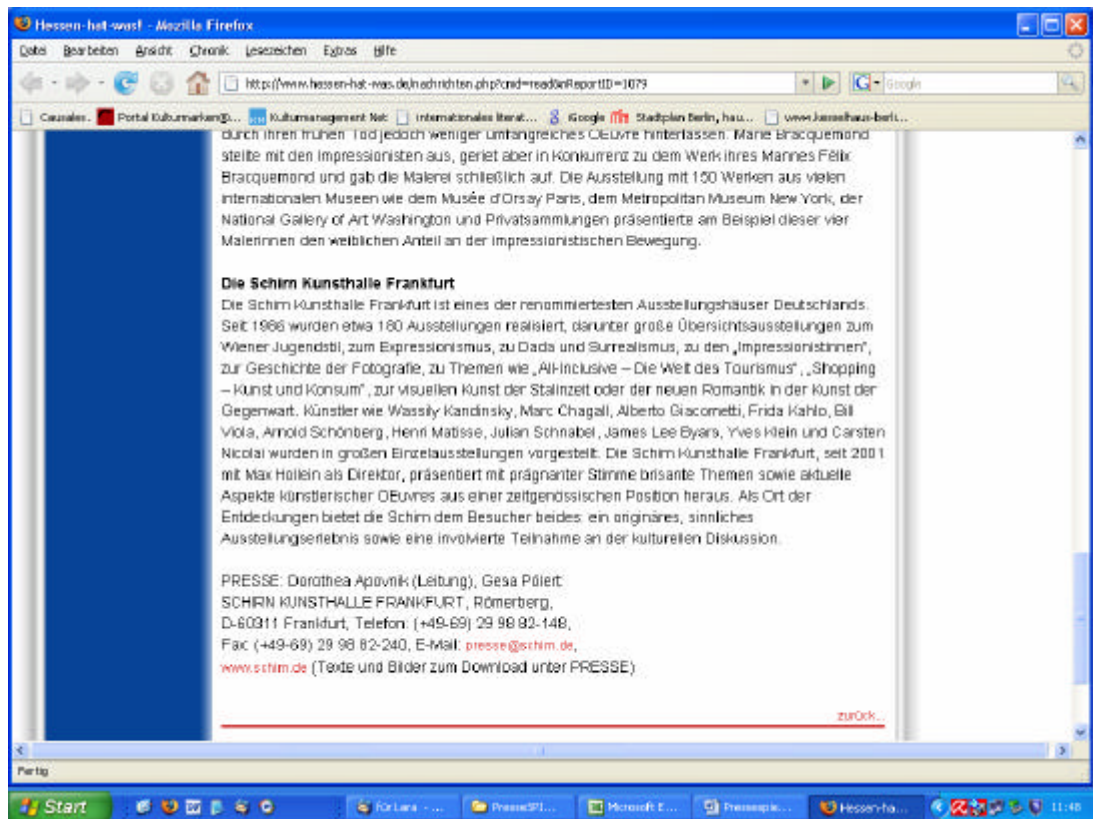
Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 4









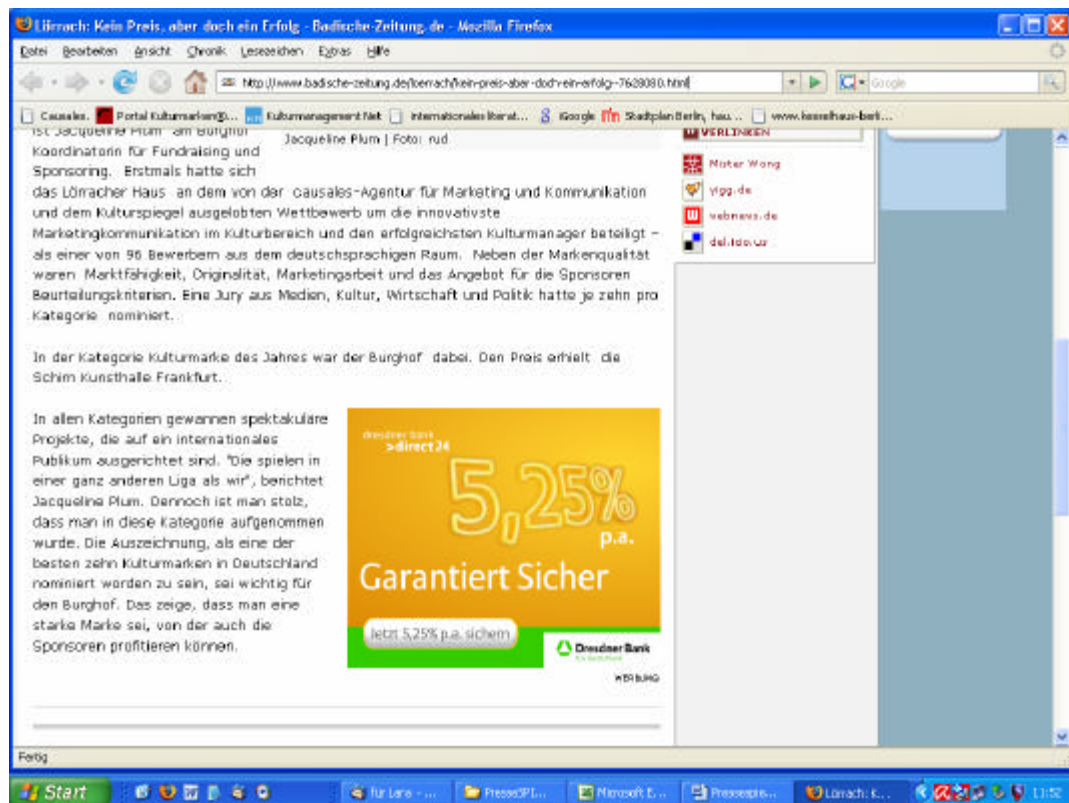
Datum: 10.11.2008	Hessen hat was
Auflagenhöhe: -	Kontakte: k. A.

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 2





Datum: 10.11.2008	http://www.badische-zeitung.de/loerrach/kein-preis-aber-doch-ein-erfolg--7628080.html
Auflagenhöhe: 420.000 (print)	Kontakte: 110.000 (online)

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 2



Die Guten Nachrichten

ichrichten+++die guten

16. Causales verlieh die "Kulturmarke des Jahres 2008"

**Die Gewinner des Kulturmarken-Award wurden
am 7. November in Berlin geehrt**

Die Schirn Kunsthalle Frankfurt am Main hat am Abend des 7. November 2008 im Rahmen einer feierlichen Gala in der Berliner KulturBrauerei die Auszeichnung "Kulturmarke des Jahres 2008" erhalten. Vor über 1000 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm die Marketingleiterin der Schirn Kunsthalle Frankfurt, Inka Drögemüller, die Ehrung entgegen. Die Laudatio hielt die KulturSPIEGEL-Redakteurin, Anke Dürr.

Darüber hinaus wurde am Abend das Ozeaneum Stralsund mit dem Preis "Trendmarke des Jahres 2008" und Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker als "Kulturmanager des Jahres 2008" geehrt. Die von der Kultursponsoring-Agentur Causales in Kooperation mit Deutschlands größtem Kultur-Magazin, dem KulturSPIEGEL, vergebenen Marketingpreise sind mit Leistungen im Wert von insgesamt über 75.000 Euro dotiert. 96 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 neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Marketingarbeit und das Angebot für Sponsoren. Die Preisträger wählte eine zehnköpfige Expertenjury.

"Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum und großartige Leistungen im Kulturmanagement. Die Preisträger zeichnen sich durch eine besonders starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und bieten damit ein großes Potenzial für die Zusammenarbeit mit Sponsoren. Aber auch die große Anzahl an Bewerbungen von hervorragenden Projekten macht deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing gewinnbringend verknüpfen lassen" sagte Eva Neumann, Geschäftsführerin der Agentur Causales anlässlich der Preisvergabe.

Pressekontakt: Agentur Causales, Hans-Conrad Walter, Bötzwstraße 25, 10407 Berlin, Tel: 030-53-214-391, mobil: 0177-79-59-473, E-Mail: walter@causales.de, KulturSPIEGEL, Kommunikation, Anja zum Hingst, Brandstwierte 19, 20457 Hamburg, Tel: 040-3007-2320, E-Mail: anja_zum_hingst@spiegel.de, www.kulturmarken.de

Die Guten Nachrichten – Nr. 121 – 12. November 08

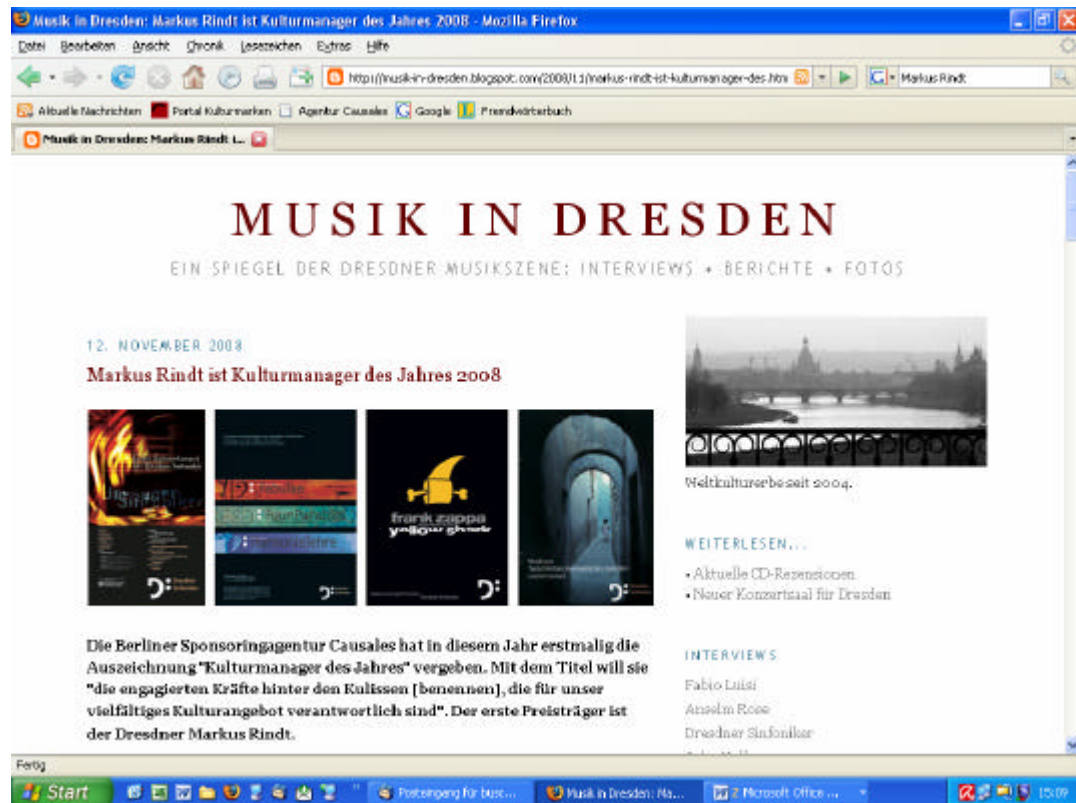
14

Datum: 12.11.2008	Die guten Nachrichten, Nr. 121, S. 14
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 2.000 (14-tägig)

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 3



Musik in Dresden: Markus Rindt ist Kulturmanager des Jahres 2008 - Mozilla Firefox

Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

http://musik-in-dresden.blogspot.com/2008/11/markus-rindt-ist-kulturmanager-des-jahres.html

Alte Nachrichten Portal Kulturmarken Agentur Causales Google Fremdwörterbuch

Musik in Dresden: Markus Rindt ist Kulturmanager des Jahres 2008

1967 in Magdeburg geboren, gründete Markus Rindt nach seinem Musikstudium zusammen mit Sven Helbig 1996 die „Dresdner Sinfoniker“ und setzte damit in Zeiten der Budgetkürzungen und Existenzunsicherheiten vieler Klangkörper ein ganz anderes Zeichen.

Durch das permanente, motivierende und kanalisierende Engagement von Markus Rindt und seinen Mitstreitern konnte aus der Idee ein Sinfonieorchester zu gründen, inzwischen ein Spitzenorchester mit Vertretern aus führenden europäischen Klangkörpern entstehen, die aus musikalischer Leidenschaft zusammenkommen und ein facettenreiches Programm von Schönbergs Zwölftonmusik bis hin zu Neuinterpretationen von Rammsteinsongs bieten.



In der Vergangenheit realisierte Markus Rindt zusammen mit den Pet Shop Boys die Neueinspielung der Filmmusik zu Sergej Eisensteins Revolutionsepope „Panzerkreuzer Potemkin“. Zum 10-jährigen Jubiläum der „Dresdner Sinfoniker“ organisierte er dieses Jahr das erste Ferndirigat der Welt, bei dem der Dirigent Michael Helmuth aus London per Video-Satellitübertragung das Orchester in Dresden vor vollem Haus

Günter "Baby" Sommer
Jörn Peter Hinkel
Jan Vogler
Wolfgang Schaller

FRÜHERE ARTIKEL

November 2008 (5)

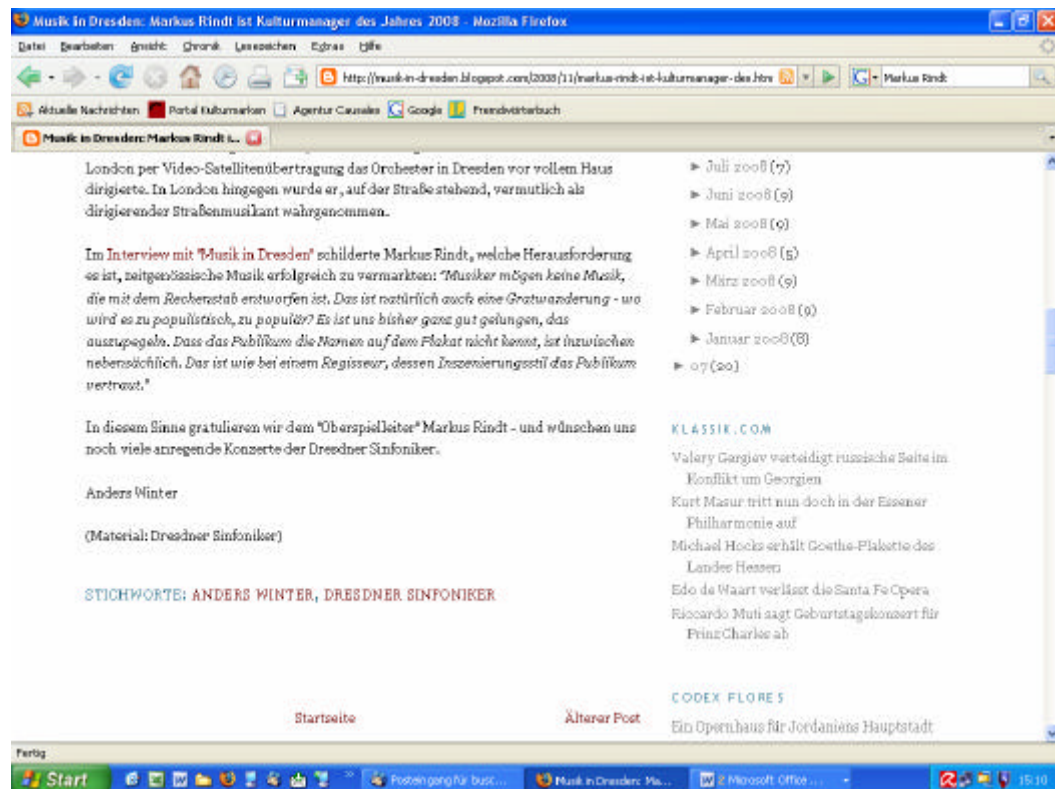
Markus Rindt ist Kulturmanager des Jahres 2008
Die Staatskapelle verabschiedet sich mit Schubert ...
"Spielerische Leichtigkeit ist so schwer: UMGESTÜRZT ...
Jaschauf des neuen Hochschulkonzertsais ist gelu...
Neuer Konzertsaal der Musikhochschule eingeweiht

October 2008 (21)
September 2008 (16)
August 2008 (5)
Juli 2008 (7)

Fertig

Start

Posteingang für bus... Musik in Dresden: Hg... Microsoft Office ...



Datum: 8.11.2008	http://musik-in-dresden.blogspot.com/2008/11/markus-rindt-ist-kulturmanager-des.html
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 2.666

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 3



SCHIRM MIT PREIS „KULTURMARKE DES JAHRES 2008“ AUSGEZEICHNET - Aktuelle Pressenews - Wechselausstellungen.de - Mozilla Firefox

http://www.wechselausstellungen.de/aktuelle-pressenews/schirm-mit-preis-kulturmarke-2008/

Aktuelle Nachrichten Portal Kulturmärkte Agentur Causalix Google Freundeskreisbuch

SCHIRM MIT PREIS „KULTURMARKE...

Der Schirm mit dem Preis „Kulturmarke des Jahres 2008“ ging an das Ozeaneum Stralsund, der „Kulturmanager des Jahres 2008“ an Marius Rindt, Leiter der Dresdner Einfoniker. Der Hauptpreis „Kulturmarke des Jahres 2008“ für die Schirm wurde von Inka Drögemüller, seit 2001 Leiterin des Marketing der Schirm, entgegengenommen.

„Mit unseren Ausstellungen“, so Inka Drögemüller, „wollen wir ein breites Publikum ansprechen. Die Ausstellung „Impressionistinnen“ war mit 185.000 Besuchern die erfolgreichste Ausstellung der Schirm unter Leitung von Max Hollein. Um das zu erreichen, haben wir Ausstellungsinhalte und Marketingkonzept in einer kreativen Weise miteinander verknüpft. Wir freuen uns deshalb sehr, dass wir den Preis für die beste Kulturmarke 2008 erhalten haben, da er für uns auch eine Bestätigung unserer langjährig praktizierten Marketingstrategien und -konzepte darstellt.“

„Die Jury begründete ihre Entscheidung für die „Impressionistinnen-Kampagne“ der Schirm wie folgt:

„Insgesamt haben die innovative Idee, die weibliche Seite des Impressionismus darzustellen, und die konsequente und kreative Umsetzung dieser Idee überzeugt. Die Umsetzung beinhaltet viele wirkungsvolle und stimmige Elemente und Maßnahmen, angefangen beim Corporate Design über die Teaserkampagne mit Slogans wie „Renoir, Renoir, Au revoir“ als Reaktion auf das Ende der „Franzosen-Ausstellung“ in Berlin bis hin zu vielen feinen, sehr gut ausgearbeiteten Details wie dem von Heike Makatsch besprochenen Audioguide, dem Versand eines fiktiven Briefs aus der Feder der Malerin Berthe Morisot im Rahmen des Direktmarketings, der Einladung zu einem Frauentag und anderen guten Ideen. Die Kampagne zeichnete sich außerdem durch eine ausführliche Situationsanalyse aus, durch eine klare Zielsetzung und Zielgruppenbestimmung, vielfältige und kreative sowie sehr gut auf die Zielgruppe abgestimmte Maßnahmen, ein wirkungsvolles Ineinandergreifen von Strategie und operativen Maßnahmen, ausführliches und professionelles Controlling, effektive Kooperationen, tolles Merchandising, gute Anlehnung des Corporate Design der Ausstellung an das Corporate Design der Dachmarke sowie professionelles Direktmarketing und Eventmarketing.“

Mitglieder der Jury

Mitglieder der Jury waren die leitende Redakteurin des KultursPIEGEL Marianne Wellershoff, die Leiterin Öffentlichkeitsarbeit der ZEIT Silvie Rundel und die Chefredakteurin von Marketeer & Pioneers Sabine Wagner. Darüber hinaus zählten zu den Juroren: Prof. Dr. Andrea Hausmann von der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder), Henry C. Brinker, Leiter Marketing der Elbphilharmonie (Hamburg), Roland Buchhof, Vorstandsmitglied im Fachverband für Sponsoring und Sonderverbeformen e. V., und Hans-Willy Brodies, Geschäftsführer der Europäischen Sponsoring-Börse (ESB), sowie der Grafikdesigner Alexander

KATEGORIEN

- Aktuelle Pressenews
- Aachhausenburg
- Baden-Baden
- Basel
- Berlin
- Bielefeld
- Bonn
- Bremen
- Chemnitz
- Düsseldorf
- Dresden
- Duisburg
- Frankfurt
- Freising
- Gießen
- Hamburg
- Hannover
- Karlsruhe
- Köln
- Kiel
- Kreis

Perfekt

Start

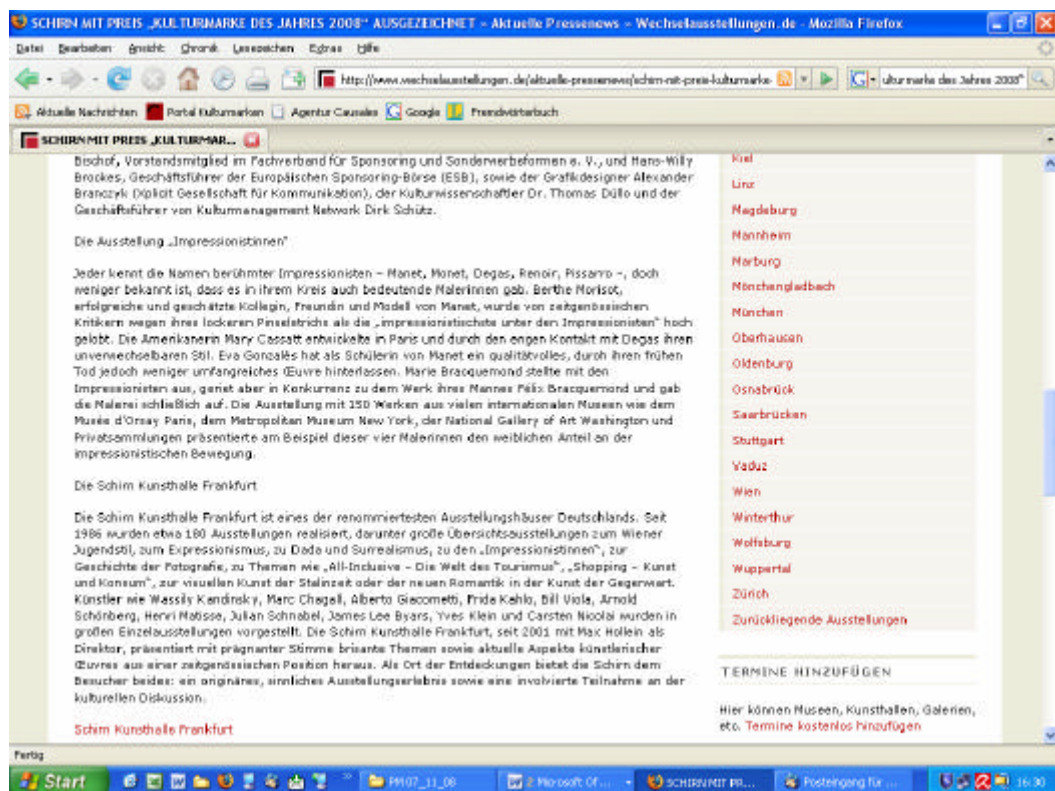
19.07.11_08

2. No. 07.01.08

SCHIRM MIT PR...

Posteingang für ...

14:30

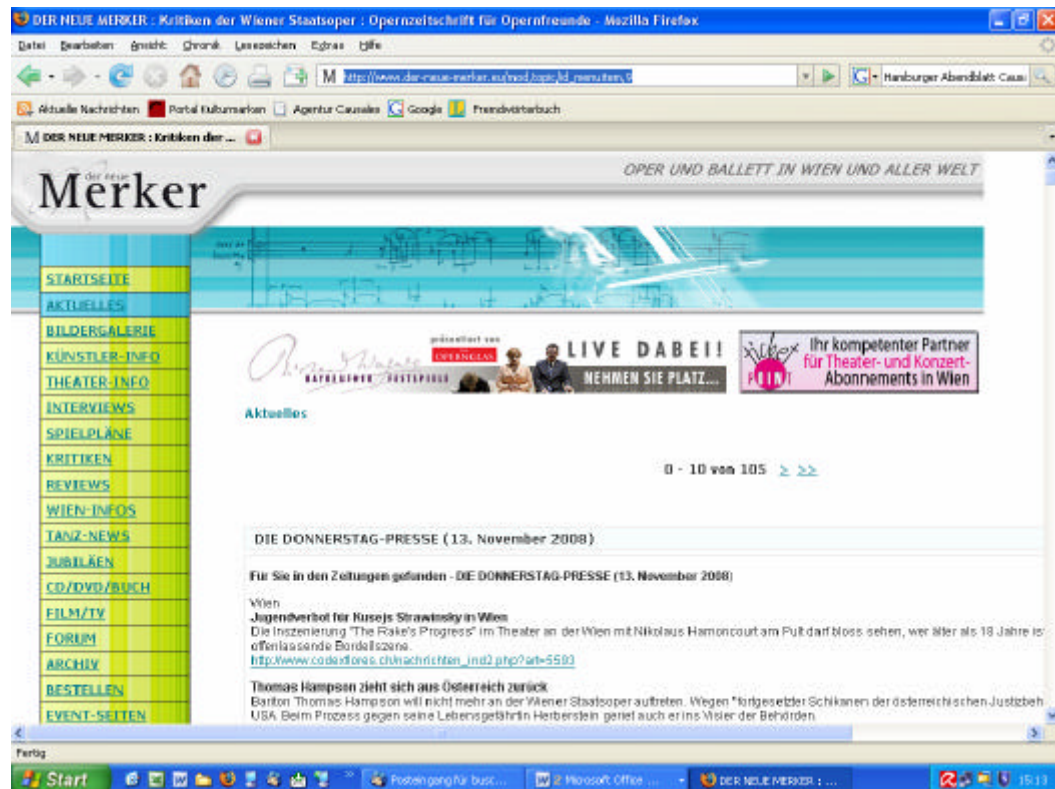


Datum: 8.11.2008	http://www.wechselausstellungen.de/aktuelle-pressenews/schirn-mit-preis-kulturmarke-des-jahres-2008-ausgezeichnet/
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 1.500

Agentur Causales

Kulturmarken-Award 2008

Seite 1 von 4



Seite 2 von 4

INFOS DES TAGES (13. November 2008)

Die Schirn Kunsthalle Frankfurt wurde am Freitag, den 7. November in Berlin im Rahmen einer Gala für ihr erfolgreiches Marketing mit dem Preis „Kulturmarke des Jahres 2008“ ausgezeichnet. Die Kunsthalle erhielt die Auszeichnung für die Kampagne zur Ausstellung „Impressionistinnen“, die sich den weiblichen Vertreterinnen der impressionistischen Bewegung gewidmet hatte und vom 22. Februar bis 1. Juni 2008 in Frankfurt gezeigt worden war. Der Gewinn ist mit 50.000 Euro in Form eines vom Spiegel-Verlag vergebenen Mediapaketes dotiert. Der Kulturmarken-Award 2008, in dessen Rahmen auch die „Trendmarke des Jahres 2008“ und der „Kulturmanager des Jahres 2008“ prämiert werden, wird von der Agentur Causales und dem KulturSPIEGEL für Kulturinstitutionen

und -projekte im deutschsprachigen Raum ausgeschrieben. Mit der Auszeichnung, die bereits zum dritten Mal vergeben wurde, fördert die Agentur Causales innovative Marketingideen und professionelle Markenführung in der Kulturlandschaft.

Bis zum 31. August 2008 wurden insgesamt 96 Projekte in den drei Kategorien Kulturmarke, Trendmarke und Kulturmanager des Jahres eingereicht. Am 18. September hat eine zehnköpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur und Medien jeweils zehn Kulturprojekte in den drei Kategorien nominiert, von denen jeweils ein Preisträger auf einer Gala vor 1000 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien am 7. November 2008 im Kesselhaus der Berliner Kulturbrauerei ausgezeichnet wurde. Der Preis für die „Trendmarke des Jahres 2008“ ging an das Ozeaneum Stralsund, der „Kulturmanager des Jahres 2008“ an Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker. Der Hauptpreis „Kulturmarke des Jahres 2008“ für die Schirn wurde von Inka Drögemüller, seit 2001 Leiterin des Marketing der Schirn, entgegengenommen.

„Mit unseren Ausstellungen“, so Inka Drögemüller, „wollen wir ein breites Publikum ansprechen. Die Ausstellung ‚Impressionistinnen‘ war mit 185.000 Besuchern die erfolgreichste Ausstellung der Schirn unter Leitung von Max Hollein. Um das zu erreichen, haben wir Ausstellungsinhalte und Marketingkonzept in einer kreativen Weise miteinander verknüpft. Wir freuen uns deshalb sehr, dass wir den Preis für die beste Kulturmarke 2008 erhalten haben, da er für uns auch eine Bestätigung unserer langjährig praktizierten Marketingstrategien und -konzepte darstellt.“

Die Jury begründete ihre Entscheidung für die „Impressionistinnen-Kampagne“ der Schirn wie folgt:

„Insgesamt haben die innovative Idee, die weibliche Seite des Impressionismus darzustellen, und die konsequente und kreative Umsetzung dieser Idee überzeugt. Die Umsetzung beinhaltet viele wirkungsvolle und stimmige Elemente und Maßnahmen, angefangen beim Corporate Design über die Teaserkampagne mit Slogans wie ‚Renoir, Renoir, Au revoir‘ als Reaktion auf das Ende der ‚Franzosen-Ausstellung‘ in Berlin bis hin zu vielen feinen, sehr gut ausgearbeiteten Details wie dem von Heike Makatsch besprochenen Audioguide, dem Versand eines fiktiven Briefs aus der Feder der Malerin Berthe Morisot im Rahmen des Direktmarketings, der Einladung zu einem Frauentag und anderen guten Ideen. Die Kampagne zeichnete sich außerdem durch eine ausführliche Situationsanalyse aus, durch eine klare Zielsetzung und Zielgruppenbestimmung, vielfältige und kreative sowie sehr gut auf die Zielgruppe abgestimmte Maßnahmen, ein wirkungsvolles Ineinandergreifen von Strategie und operativen Maßnahmen, ausführliches und professionelles Controlling, effektive Kooperationen, tolles Merchandising, gute Anlehnung des Corporate Design der Ausstellung an das Corporate Design der Dachmarke sowie professionelles Direktmarketing und Eventmarketing.“

Mitglieder der Jury

Mitglieder der Jury waren die leitende Redakteurin des KulturSPIEGEL Marianne Wellershoff, die Leiterin Öffentlichkeitsarbeit der ZEIT Silvie Rundel und die Chefredakteurin von Marketeer & Pioneers Sabine Wegner. Darüber hinaus zählten zu den Juroren: Prof. Dr. Andrea Hausmann von der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder), Henry C. Brinker, Leiter Marketing der Elbphilharmonie (Hamburg), Roland Bischof, Vorstandsmitglied im Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbeformen e. V., und Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer der Europäischen Sponsoring-Börse (ESB), sowie der Grafikdesigner Alexander Branczyk (Xplicit Gesellschaft für Kommunikation), der

Kulturwissenschaftler Dr. Thomas Düllo und der Geschäftsführer von Kulturmanagement Network Dirk Schütz.

Die Ausstellung „Impressionistinnen“

Jeder kennt die Namen berühmter Impressionisten – Manet, Monet, Degas, Renoir, Pissarro –, doch weniger bekannt ist, dass es in ihrem Kreis auch bedeutende Malerinnen gab. Berthe Morisot, erfolgreiche und geschätzte Kollegin, Freundin und Modell von Manet, wurde von zeitgenössischen Kritikern wegen ihres lockeren Pinselstrichs als die „impressionistischste unter den Impressionisten“ hoch gelobt. Die Amerikanerin Mary Cassatt entwickelte in Paris und durch den engen Kontakt mit Degas ihren unverwechselbaren Stil. Eva Gonzalès hat als Schülerin von Manet ein qualitativvolles, durch ihren frühen Tod jedoch weniger umfangreiches Œuvre hinterlassen. Marie Bracquemond stellte mit den Impressionisten aus, geriet aber in Konkurrenz zu dem Werk ihres Mannes Félix Bracquemond und gab die Malerei schließlich auf. Die Ausstellung mit 150 Werken aus vielen internationalen Museen wie dem Musée d'Orsay Paris, dem Metropolitan Museum New York, der National Gallery of Art Washington und Privatsammlungen präsentierte am Beispiel dieser vier Malerinnen den weiblichen Anteil an der impressionistischen Bewegung.

Die Schirn Kunsthalle Frankfurt

Die Schirn Kunsthalle Frankfurt ist eines der renommiertesten Ausstellungshäuser Deutschlands. Seit 1986 wurden etwa 180 Ausstellungen realisiert, darunter große Übersichtsausstellungen zum Wiener Jugendstil, zum Expressionismus, zu Dada und Surrealismus, zu den „Impressionistinnen“, zur Geschichte der Fotografie, zu Themen wie „All-Inclusive – Die Welt des Tourismus“, „Shopping – Kunst und Konsum“, zur visuellen Kunst der Stalinzeit oder der neuen Romantik in der Kunst der Gegenwart. Künstler wie Wassily Kandinsky, Marc Chagall, Alberto Giacometti, Frida Kahlo, Bill Viola, Arnold Schönberg, Henri Matisse, Julian Schnabel, James Lee Byars, Yves Klein und Carsten Nicolai wurden in großen Einzelausstellungen vorgestellt. Die Schirn Kunsthalle Frankfurt, seit 2001 mit Max Hollein als Direktor, präsentiert mit prägnanter Stimme brisante Themen sowie aktuelle Aspekte künstlerischer Œuvres aus einer zeitgenössischen Position heraus. Als Ort der Entdeckungen bietet die Schirn dem Besucher beides: ein originäres, sinnliches Ausstellungserlebnis sowie eine involvierte Teilnahme an der kulturellen Diskussion.

Datum: 13.11.2008	http://www.der-neue-merker.eu/mod,topic/id_menuitem,9
Auflagenhöhe: -	Kontakte: 1.375

Presseinformationen der Agentur Causales zum Wettbewerb „Kulturmarke des Jahres 2008“ und zum Kulturmarken-Award 2008

1. Pressemeldung vom 27. Mai 2008

Causales und KulturSPIEGEL schreiben Wettbewerb um die Kulturmarke und den Kulturmanager des Jahres 2008 aus

Die Agentur Causales und der KulturSPIEGEL, Deutschlands größtes Kulturmagazin, rufen zu einem Wettbewerb um die „Kulturmarke des Jahres 2008“ auf. Kulturinstitutionen und - Projekte im deutschsprachigen Raum können sich bis zum 30. August für die Auszeichnung bewerben. Darüber hinaus werden Bewerbungen für die Preiskategorien „Trendmarke des Jahres 2008“ sowie für den „Kulturmanager des Jahres 2008“ entgegen genommen. Die Gewinner wählt eine Expertenjury, die im Rahmen einer Gala am 7. November in der Berliner Kulturbrauerei die Preise verleiht. Informationen zum Wettbewerb und zur Bewerbung können ab sofort unter www.kulturmarken.de abgerufen werden.

Mit der Auszeichnung, die bereits zum dritten Mal vergeben wird, fördert die Agentur Causales innovative Marketingideen und professionelle Markenführung in der Kulturlandschaft. „Ziel des Wettbewerbs ist es, das Marketingbewusstsein bei Akteuren im Kulturbereich zu stärken“, so Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer der Agentur Causales. „Auch Kultur braucht effizientes Marketing, um die Eigenwirtschaftlichkeit zu erhöhen und sich als interessanten Investitionsmarkt für die Wirtschaft ins Gespräch zu bringen.“ Der KulturSPIEGEL unterstützt den Wettbewerb als Medienpartner unter anderem durch seine Präsenz in der Jury. Er stellt darüber hinaus ein großes Mediapaket zur Bewerbung des Wettbewerbs und für die Gewinner zur Verfügung.

Im vergangenen Jahr wurden die Experimentierlandschaft phæno aus Wolfsburg, die Dresdner Semperoper sowie die Berliner Murkelbühne als „Kulturmarken des Jahres“ ausgezeichnet.

Medienkontakt: Agentur Causales, Walter & Neumann GbR, Projektleitung Lorenz Pöllmann, Bötzwstraße 25, 10407 Berlin, Tel: 030. 53 214-391, mobil: 0176-410 23 415, E- Mail: poellmann@causales.de , www.kulturmarken.de

2. Pressemeldung vom 16. Juli 2008

Expertenjury wählt Kulturmarke und Kulturmanager des Jahres 2008

Bewerbungen aus dem deutschsprachigen Raum sind noch bis zum 30. August möglich.

Die Agentur Causales und der KulturSPIEGEL, Deutschlands größtes Kulturmagazin, rufen zu einem Wettbewerb um die „Kulturmarke des Jahres 2008“ auf. Diesen Preis erhalten Einrichtungen aus der Kulturwirtschaft, die ihren kulturellen Auftrag mit professionellem Marketingmanagement verbinden. Darüber hinaus wird die „Trendmarke des Jahres 2008“ und der „Kulturmanager des Jahres 2008“ gesucht. Erster Schritt der Siegerfindung ist ein Jurytreffen am 18. September in Hamburg. Eine zehnköpfige Expertenjury nominiert in den drei Kategorien jeweils zehn Bewerber, von denen die besten am 7. November auf einer Gala in der Berliner Kulturbrauerei ausgezeichnet werden. Bewerbungen aus dem deutschsprachigen Raum sind noch bis zum 30. August einzureichen. Weitere Informationen zur Bewerbung unter www.kulturmarken.de.

Unter den Juroren sind Vertreter bedeutender Medien, wie die leitende Redakteurin des KulturSPIEGEL, Marianne Wellershoff, die Leiterin Öffentlichkeitsarbeit der ZEIT, Silvie Rundel und die Chefredakteurin von Promotion Business, Sabine Wegner. Außerdem in die Jury berufen sind: Prof. Dr. Andrea Hausmann von der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder), Henry C. Brinker, Leiter Marketing der Elbphilharmonie, Roland Bischof, Vorstandsmitglied im Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbformen e.V. und Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer der Europäischen Sponsoringbörse (ESB) sowie der Grafikdesigner Alexander Branczyk, der Kulturwissenschaftler Dr. Thomas Düllo und der Geschäftsführer von Kulturmanagement.net, Dirk Schütz.

Mit dem Wettbewerb fördern die Agentur Causales und der KulturSPIEGEL das Marketingbewusstsein bei Akteuren im Kulturbereich. „Professionelles Marketing in der Kulturlandschaft ist die notwendige Basis für langfristige Investitionen durch die Wirtschaft und wirkungsvolles Kultursponsoring. Mit der feierlichen Preisverleihung im November schaffen wir für Vertreter aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien ein neues Forum, um strategische Allianzen und Netzwerke aufzubauen“, so Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer der Agentur Causales.

Medienkontakt: Agentur Causales, Walter & Neumann GbR, Projektleitung Lorenz Pöllmann, Bötzwowstraße 25, 10407 Berlin, Tel: 030. 53 214-391, mobil: 0176-410 23 415, E- Mail: poellmann@causales.de , www.kulturmarken.de

Expertenjury nominiert 30 Bewerber für den Kulturmarken-Award 2008

Die Agentur Causales und der KulturSPIEGEL, Deutschlands größtes Kulturmagazin, haben zu einem Wettbewerb um die erfolgreichsten Marketingstrategien von Kulturprojekten im deutschsprachigen Raum aufgerufen. 96 Projekte haben sich in den drei Kategorien Kulturmarke, Trendmarke und Kulturmanager des Jahres beworben. Eine zehnköpfige Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur und Medien hat jeweils zehn Kulturprojekte in drei Kategorien nominiert, von denen jeweils ein Preisträger am 7. November 2008 auf einer Gala in der Berliner KulturBrauerei ausgezeichnet wird.

Die Jury v.l.n.r.: Marianne Wellershoff (Leitende Redakteurin KulturSPIEGEL), Eva Neumann (Causales), Hans-Willy-Brockes (Geschäftsführer ESB - Europäische Sponsoring-Börse), Alexander Branczyk (Geschäftsführer Xplicit Gesellschaft für Kommunikation), Henry C. Brinker (Direktor Marketing und Kommunikation Elbphilharmonie Hamburg), Roland Bischof (Vorstand FASPO - Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbeformen), Silvie Rundel (Leiterin Öffentlichkeitsarbeit Die ZEIT), Dirk Schütz (Geschäftsführer Kulturmanagement Network), Lorenz Pöllmann und Hans-Conrad Walter (Causales). Nicht im Bild: Dr. Thomas Düllo, Sabine Wegner, Prof. Dr. Andrea Hausmann

In der Kategorie „Kulturmarke des Jahres“ nominierte die Jury aus 42 Bewerbungen folgende zehn Projekte: Das Musikfestival AVO SESSION Basel, BMW - Oper für alle (München und Berlin), den Burghof Lörrach, den Dresdner Kreuzchor, die Museumslandschaft Kassel mit dem Projekt Lustik!?, das Museumsufer Frankfurt (Stadt Frankfurt a. M.), das Musikfestival young.euro.classic (Berlin), die Kunsthalle Schirn mit dem Projekt Impressionistinnen (Frankfurt a. M.), die Stiftung Neanderthal (Düsseldorf) und das Theater Bremen.

Folgende zehn Projekte wurden aus den 30 Bewerbungen als „Trendmarke des Jahres“ nominiert: C/O Berlin – International Forum For Visual Dialogues (Berlin), Europäische Route der Backsteingotik e.V. (Berlin), GLOBE-Berlin / Shakespeare-Company (Berlin), Der Kulturkongress ISW - Freiburg (Freiburg i.B.), Landesjugendorchester Baden-Württemberg (Stuttgart), Musiktheater im Revier (Gelsenkirchen), das OZEANEUM (Deutsches Meeresmuseum Stralsund), Omarillio Festival (Weimar), OSTKREUZ – Agentur der Fotografen (Berlin) und ProWissen e.V. (Potsdam).

Aus 24 Vorschlägen für den „Kulturmanager des Jahres“ hat die Jury nominiert: Thomas Girst (BMW-Kulturkommunikation), Dirk Grünig (Helmnot Kulturprojekte, Lichtenstein), Prof. Dr. Herzogenrath (Kunsthalle Bremen), Hans-Georg Kaiser (Freiburger Barockorchester), Peter Langer (Donau-Festival Ulm), Claudia Lorenz (Kindermuseum im FEZ-Berlin), Prof. Dr. Peter Raue (Neue Nationalgalerie Berlin), Markus Rindt (Dresdner Sinfoniker), Petra Wenzel & Werner Lippert (NRW Forum Kultur und Wirtschaft) sowie Hans Wall (Denk mal an Berlin e.V.).

Unter den Juroren sind Vertreter bedeutender Medien wie die leitende Redakteurin des KulturSPIEGEL, Marianne Wellershoff, die Leiterin Öffentlichkeitsarbeit der ZEIT, Silvie Rundel und die Chefredakteurin von Marketeer & Pioneers, Sabine Wegner. Darüber

hinaus sind in die Jury berufen: Prof. Dr. Andrea Hausmann von der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder), Henry C. Brinker, Leiter Marketing der Elbphilharmonie (Hamburg), Roland Bischof, Vorstandsmitglied im Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbeformen e.V. und Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer der Europäischen Sponsoring-Börse (ESB) sowie der Grafikdesigner Alexander Branczyk (Xplicit Gesellschaft für Kommunikation), der Kulturwissenschaftler Dr. Thomas Düllo und der Geschäftsführer von Kulturmanagement Network Dirk Schütz.

Auf der Preisverleihung zum Kulturmarken-Award am 7. November 2008 im Kesselhaus der Berliner KulturBrauerei geben Vertreter der Jury vor 750 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Preisträger in den jeweiligen Kategorien bekannt. Im vergangenen Jahr wurden die Experimentierlandschaft phæno aus Wolfsburg, die Dresdner Semperoper sowie die Berliner Murkelbühne als „Kulturmarken des Jahres“ ausgezeichnet.

Medienkontakt: Agentur Causales, Hans-Conrad Walter, Böttzowstraße 25, 10407 Berlin,
Tel.: 030-53-214-391, Fax 030-53-215-337, E-Mail: walter@causales.de ,
www.kulturmarken.de

4. Presseinformation vom 30. Oktober 2008

Kulturmarken-Award 2008 – präsentiert vom KulturSPIEGEL

Gala-Veranstaltung mit Preisverleihung in der Berliner KulturBrauerei

Am 7. November 2008 werden die Auszeichnungen „Kulturmarke“, „Trendmarke“ und „Kulturmanager“ des Jahres im Kesselhaus der Berliner KulturBrauerei verliehen. Zu der Gala, die von Bettina Rust moderiert wird, sind mehr als 1.000 Gäste aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien geladen.

Die von der Kultursponsoring-Agentur Causales und dem KulturSPIEGEL, Deutschlands größtem Kulturmagazin, ausgeschriebenen Preise sind mit insgesamt über 75.000 Euro dotiert. Gitta Connemann, MdB und Vorsitzende der Enquete Kommission „Kultur in Deutschland“, eröffnet die Veranstaltung. Künstlerische Collagen des Regisseurs Mike-Martin Robacki, des Dirigenten Christoph Hagel und des Ensembles der Berliner Murkelbühne runden den Abend ab.

96 Bewerber aus dem deutschsprachigen Raum haben sich an dem Wettbewerb um die innovativste Marketingkommunikation im Kulturbereich und den erfolgreichsten Kulturmanager beteiligt. Für die Preisverleihung wurden von einer zehnköpfigen Expertenjury 30 Bewerber nominiert. Im Jahr 2007 bekam die Experimentierlandschaft phæno aus Wolfsburg, die Dresdner Semperoper sowie die Berliner Murkelbühne das Prädikat „Kulturmarke des Jahres“.

Akkreditierungsanfragen für die Gala: Agentur Causales, Hans-Conrad Walter und Lorenz Pöllmann, Bötzwstraße 25, 10407 Berlin, Tel.: 030-53-214-391, Fax 030-53-215-337, E-Mail: award2008@causales.de. Weitere Informationen unter www.kulturmarken.de. Rubrik „Kulturmarken-Award“

Der Kulturmarken-Award wird unterstützt von Škoda Auto Deutschland, Apollinaris, ABZ Ausbildungszentrum, BIONADE, Berliner Pilsener, Blumencafé Berlin, Deutsche Bahn AG, Fritz-Kola, Handelsagentur „Weinroman“, Heimbs Café, IB Hotel Berlin, in't Veld 2.0 AG, Jägermeister, Rotkäppchen Sekt und der TLG IMMOBILIEN.

5. Presseinformation vom 7. November 2008

Schirn Kunsthalle Frankfurt ist die „Kulturmarke des Jahres 2008“

Die Gewinner des Kulturmarken-Award wurden am 7. November in Berlin geehrt

Die Schirn Kunsthalle Frankfurt am Main hat am Abend des 7. November 2008 im Rahmen einer feierlichen Gala in der Berliner KulturBrauerei die Auszeichnung „Kulturmarke des Jahres 2008“ erhalten. Vor über 1000 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien nahm die Marketingleiterin der Schirn Kunsthalle Frankfurt, Inka Drögemüller, die Ehrung entgegen. Die Laudatio hielt die KulturSPIEGEL-Redakteurin, Anke Dürr. Darüber hinaus wurde am Abend das Ozeaneum Stralsund mit dem Preis „Trendmarke des Jahres 2008“ und Markus Rindt, Leiter der Dresdner Sinfoniker als „Kulturmanager des Jahres 2008“ geehrt. Die von der Kultursponsoring-Agentur Causales in Kooperation mit Deutschlands größtem Kultur-Magazin, dem KulturSPIEGEL, vergebenen Marketingpreise sind mit Leistungen im Wert von insgesamt über 75.000 Euro dotiert.

96 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 neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Marketingarbeit und das Angebot für Sponsoren. Die Preisträger wählte eine zehnköpfige Expertenjury.

„Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum und großartige Leistungen im Kulturmanagement. Die Preisträger zeichnen sich durch eine besonders starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und bieten damit ein großes Potenzial für die Zusammenarbeit mit Sponsoren. Aber auch die große Anzahl an Bewerbungen von hervorragenden Projekten macht deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing gewinnbringend verknüpfen lassen“ sagte Eva Neumann, Geschäftsführerin der Agentur Causales anlässlich der Preisvergabe.

Pressekontakt: Agentur Causales, Lorenz Pöllmann, Bötzwowstraße 25, 10407 Berlin, Tel: 030-53-214-391, mobil: 0176-41-02-34-15, E-Mail: poellmann@causales.de. KulturSPIEGEL, Kommunikation, Anja zum Hingst, Brandstwierte 19, 20457 Hamburg, Tel: 040-3007-2320, E-Mail: anja_zum_hingst@spiegel.de. Diese Pressemeldung und Pressefotos sind auch online unter www.kulturmarken.de abrufbar.

Der Kulturmarken-Award wird unterstützt von Škoda Auto Deutschland, Apollinaris, ABZ Ausbildungszentrum, BIONADE, Berliner Pilsener, Blumencafé Berlin, Deutsche Bahn AG, Fritz-Kola, Handelsagentur „Weinroman“, Heimbs Café, IB Hotel Berlin, in't Veld 2.0 AG, Jägermeister, Rotkäppchen Sekt und der TLG IMMOBILIEN.