

Pressespiegel der 2. Kulturmarken-Awards (2007)



Veranstaltungsort
Expert*innenjury
Bewerber*innen
Kulturmarke des Jahres

Kulturbrauerei Berlin
6 Juror*innen
62 Einreichungen
Phaeno (Wolfsburg)
Semperoper (Dresden)
Murkelbühne (Berlin)

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



BAHN



TOTAL

KULTURMARKE DES JAHRES 2007

Am 9. November 2007 vergibt die Agentur Causales an drei Kulturinstitutionen den Preis „Kulturmarke des Jahres 2007“. Die Auszeichnung erhalten Institutionen und Projekte aus der Kultur, die ihr Angebot mit professionellem Marketingmanagement verbinden. Die Sieger des Wettbewerbes erhalten das Prädikat „Kulturmarke des Jahres 2007“. Während einer feierlichen Veranstaltung im Maschinenhaus der Berliner Kulturbrauerei gibt die Jury vor 250 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Gewinner bekannt. Ein Kulturprogramm der bekannten Künstlerin Meret Becker bereichert die Preisverleihung.

----- INFO: www.causales.de

NEUE DESTINATIONEN KENNEN LERNEN

Die LMC GmbH veranstaltet mehrmals jährlich Famtrips. Diese Veranstaltungen werden in Kooperation mit Dienstleistern und Fremdenverkehrsbüros durchgeführt und sollen Verantwortlichen aus Marketing und Vertrieb die Möglichkeit geben, neue Destinationen für Incentives, Events oder Kongresse kennen zu lernen. Die nächste Reise geht vom 9. bis 11. November nach Gran Canaria, im Februar steht Mallorca auf dem Programm. Die Gruppengröße ist auf acht bis zwölf Teilnehmer beschränkt, übernachtet wird in 5 Sterne-Hotels.

----- INFO: www.l-mc.com

Kultur lokal

Schriftgröße Druckvorschau  Focus

Auszeichnung für Phaeno: „Kulturmarke des Jahres“

Preisverleihung in Berlin: Reisegutschein über 10.000 Euro ab Guthardt Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Freitagabend in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10.000 Euro dotierten Marketingpreis „Kulturmarke des Jahres 2007“ erhalten.



Großansicht 

Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Freitagabend in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10.000 Euro dotierten Marketingpreis „Kulturmarke des Jahres 2007“ erhalten. Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm Phaeno-Direktor Wolfgang Guthardt die Auszeichnung entgegen. Der zweite Preis ging nach Angaben der Veranstalter vom Samstag an die Semperoper aus

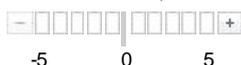
Dresden, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin belegte den dritten Platz. Der Hauptpreis wurde von der Deutschen Bahn gestiftet. Und so kam's, dass auf dem großen Scheck das Wort „Reisegutschein“ prangte. Das Phaeno musste sich übrigens gegen weitere starke Konkurrenz durchsetzen. Zu den nominierten Projekten gehören auch das Filmfestival achtung berlin - new berlin film award, die Europäische Jugendmesse Avanti, das Deutsche Meeresmuseum Stralsund, die Europäische Route der Backsteingotik, die freie Volksbühne Berlin, das Geschichtsfestival Historale und die Shakespeare Company Berlin. „Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger zeichnen sich durch eine starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und haben damit großes Potenzial für Investoren und Sponsoren aus der Wirtschaft“, sagte Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer der Agentur Causales anlässlich der Preisvergabe. Die Preisträger machten deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing hervorragend verknüpfen ließen.

Aktuelle Bewertung



0 / (0 votes)

Ihre Bewertung



Um eine Bewertung abzugeben, melden Sie sich bitte an oder geben Sie den angezeigten Code ein!

Geben Sie bitte die in der Grafik rechts angezeigten 4 Zeichen ein:



[Artikel versenden](#) | [Artikel kommentieren](#) | [Artikel drucken](#)

Weitere Meldungen

Datum Meldung

12.11.2007 [Japanische Fotografie in Wolfsburg](#)

12.11.2007 [Dramatiker Hübner im Interview](#)

11.11.2007 [Ein bisschen Mutmachen](#)

10.11.2007 [Harte Männer tanzen nicht](#)

09.11.2007 [Witz und Aberwitz](#)

09.11.2007 [Bon Jovi im Mai in Deutschland](#)

09.11.2007 [Anna Netrebko sang für SOS-Kinderdörfer](#)

08.11.2007 [Das Ding](#)



[Alle Meldungen anzeigen](#)

Causales vergibt ?Kulturmarke des Jahres 2007?

Achim Halfmann (CSR NEWS) · Monday, October 1st, 2007

Berlin > Am 9. November 2007 vergibt die Agentur Causales an drei Kulturinstitutionen den Preis ?Kulturmarke des Jahres 2007?. Die Auszeichnung erhalten Institutionen und Projekte aus der Kultur, die ihr Angebot mit professionellem Marketingmanagement verbinden. Die Sieger des Wettbewerbes erhalten das Prädikat ?Kulturmarke des Jahres 2007?.

Die Kulturmarken des Jahres werden von einer namhaften Jury ermittelt. Als Juroren wurden berufen: die PR-Leiterin der ZEIT, Silvie Rundel; der Designer Alexander Branczyk; der General Manager des Lindner Hotels in Berlin, Gisbert Kern; die Chefredakteurin von Promotion Business, Sabine Wegner; der Unternehmensberater Dirk Schütz und der Wissenschaftler Dr. Thomas Düllo. Erster Meilenstein für die Wahl ist ein Jurytreffen am 19. Oktober im Lindner Hotel am Kurfürstendamm in Berlin, in dem die Jury die zehn besten Bewerbungen für die Preisvergabe nominiert und aus den Nominierten drei Gewinner ermittelt.

Während einer feierlichen Veranstaltung am 9. November im Maschinenhaus der Berliner Kulturbrauerei gibt die Jury vor 250 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Gewinner bekannt. Ein Kulturprogramm der bekannten Künstlerin Meret Becker und den Gentlemen von Ars Vitalis bereichert die Preisverleihung.

Mit der Initiative ?Kulturmarke des Jahres? fördert die Berliner Agentur Causales das Marketingbewusstsein im Kulturbereich und damit Grundlagen für professionelles Kultursponsoring. Die Veranstaltung am 9. November soll darüber hinaus einen Dialog zwischen Vertretern aus Kultur, Politik, Wirtschaft und Medien ermöglichen.

Weitere Infos im Internet:

www.kulturmarken.de

.....branchen-news

■ **NEUE BESITZER:** Die zur französischen **Hachette-Gruppe** zählende Bahnhofsbuchhandlungskette **HDS Retail Deutschland GmbH** in Wiesbaden hat im Bahnhof der niedersächsischen Stadt Northeim eine Filiale eröffnet. Das Geschäft gehörte zuvor zum schweizerischen **Valora-Konzern**. Die Bahnhofsbuchhandlung in Wuppertal-Oberbarmen hat **HDS** von der **BB Hans-Peter Cremer** übernommen. Mit Wirkung zum 1. Januar 2008 wird der Presse-Grossist **Emil Dittmann** in Staufenberg bei Kassel die Belieferung der Einzelhändler in der Region Frankenberg/Bad Hersfeld übernehmen. Bislang betreute die **Presse-Vertriebs-Gesellschaft (PVG)** in Frankfurt/Main die Geschäfte dieser Region.

■ **DREAMTOWN LAS VEGAS:** Wie sich ein kleines Goldgräberkaff innerhalb von gut 100 Jahren zur wohl verrücktesten Stadt entwickeln konnte, ist nur eines der zahlreichen Themen des neuen "Merian"-Heftes "**Las Vegas**", das jetzt erschienen ist. Wichtige Information für alle Redaktionen: Die **Ganske Verlagsgruppe** stiftet für redaktionelle Gewinnspiele bis zu zehn kostenlose Exemplare dieses Heftes. Mehr unter: redaktion@merian.de



■ **WEITERES WACHSTUM ANGESTREBT:** Beim privaten Briefdienstleister **Pin Group AG** stehen die Weichen weiter auf Wachstum. Beim Bundeskartellamt läuft die Prüfung zum Erwerb der **Arriva GmbH** durch die Springer-Tochter. Arriva ist ein Unternehmen der Verlagshäuser "**Südkurier**" und "**Badische Zeitung**" und bietet ganz oder teilweise die Abholung und Zustellung von Post im südwestlichen Baden-Württemberg an.

■ **MILLIONEN-KORB:** Zugunsten der "Bild"-Hilfsorganisation "**Ein Herz für Kinder**" ist für 1 Mio. Euro der XXL-Strandkorb, in dem die Staatschefs beim G8-Gipfel in Heiligendamm für ein Gruppenfoto posierten, versteigert worden. Neuer Besitzer des 6,5 Meter breiten Strandkorbs ist **Reinfried Pohl**, Gründer und Chef der **Deutschen Vermögensberatung**. Gestiftet hatte die Landesregierung von MVP den Korb.

Ausstellungseröffnung über das Werk von Anne Burda und Rico Puhmann

Eine kreative Liaison im Dienst der Mode

Bei ihrem ersten Kontakt im Jahr 1956, in Deutschland interessierten sich nach den ersten Jahren des Aufbaus immer mehr Frauen wieder für die internationale Mode, standen beide noch am Anfang ihrer großen Karrieren. Die Offenburger Modeverlegerin **Aenne Burda** beauftragte den jungen Berliner Modegrafiker **Rico Puhmann** (1934 - 1996) mit Zeichnungen für ihr Modesonnenheft. Das war der Beginn einer kreativen Liaison im Zeichen der Mode. Bis in die siebziger Jahre des letzten Jahrhunderts zeichnete Puhmann für **Burda International** und **Burda Moden**. Auch noch, als er längst mit seiner Zweit-Karriere als Fotograf für Hochglanzmagazine in New York zu den Top-Lichtbildnern zählte. Verleger **Dr. Hurbert Burda** eröffnete jetzt am Stammsitz des Unternehmens in Offenburg die Ausstellung "**Lieber Rico - Aenne Burda und der Starfotograf Rico Puhmann**" gemeinsam mit dem Topmodel **Eva Padberg**. Bei der Vernissage feierten rund 150 Gäste den internationalen Modezeichner und -Fotografen. Die Ausstellung, die zugleich eine Hommage an Aenne Burda ist, zeigt über 50 Fotografien und handkolorierte Bilder sowie Briefe an die Verlegerin, die Puhmann seit 1956 regelmäßig für Burda Moden engagierte. "Die Entwürfe und Fotografien spiegeln eine wunderbare Zeit der Mode wieder, die meine Mutter und Rico Puhmann durch ihr Schaffen so geprägt haben", sagte Dr. Hurbert Burda.



Dr. Hurbert Burda erklärt, Eva Padberg lauscht gespannt

Die Agentur **Causales** zeichnete in Berlin die "Kulturmarke des Jahres 2007" aus

Experimentierlandschaft Phaeno ist der Gewinner

Die Überraschung war perfekt, als **Hans-Walter Conrad**, Geschäftsführer der Berliner Agentur **Causales**, den Gewinner des mit 10.000 Euro dotierten Marketingpreises "**Kulturmarke des Jahres 2007**" nannte. Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm der Direktor der **Experimentierlandschaft Phaeno** aus Wolfsburg, **Dr. Wolfgang Guthardt**, die Auszeichnung entgegen. Der zweite Preis ging an die **Semperoper** aus Dresden, das Kinder- und Jugendtheater **Murkelbühne** aus Berlin belegte den dritten Platz. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Öffentlichkeitsarbeit und das Angebot für Sponsoren. In der Jury: **Silvie Rundel** (Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit "Die Zeit"), **Alexander Branczyk** (Designer), **Gisbert Kern** (General Manager Lindner Hotel Berlin), **Sabine Wegner** (Chefredakteurin "Promition Business"), **Dirk Schütz** (Unternehmensberater) und **Dr. Thomas Düllo** (Wissenschaftler). Den Hauptpreis von 10.000 Euro stiftete die **Deutsche Bahn AG**, unterstützt wurde der Wettbewerb auch vom **Lindner Hotel Berlin**, von **Total Deutschland**, **Coca-Cola**, **Berliner Pilsner**, **Skoda**, **Rotkäppchen** und dem **World for 2-Verlag**.



.....Impressum

medien aktuell GmbH, Verlagsgruppe vid, Verlags-
Informationsdienste GmbH & Co. KG, Post-
fach 1523, 40741 Langenfeld, Bahnhofstr. 39,
40764 Langenfeld, Telefon (02173) 39986-0, Fax
(02173) 39986-26, E-Mail: info@medien-aktuell.de

Herausgeber: RA Hans-JM. Mantuffel
Chefredakteur:
Paul Schrubben (Zeitungen & Zeitschriften),
(02173) 39986-32, schrubben@medien-aktuell.de

Redaktion:
Erling Eichholz (Funk & Fernsehen),
(02173) 39986-34, eichholz@medien-aktuell.de
Günther von der Kammer (Werbung & PR),
(02173) 39986-35, kammer@medien-aktuell.de

Mitarbeiter:
Dieter Brückmeyer, Margareta Heddenich, Probst, Palmer, Still

Anzeigenleitung:
Hans-Jürgen Linz, (02173) 39986-33, litz@medien-aktuell.de
Gültig ist Anzeigenpreisliste Nr. 16 vom 1. September 2007.

Ab-/Leser-service:
Ingrid Schindler, (02173) 39986-30, service@medien-aktuell.de

Vertrieb/Anzeigenverwaltung:
Thomas Kluge, (02173) 39986-20, kluge@medien-aktuell.de

medien aktuell erscheint zweimal pro Woche (Montag als
Print, Mittwoch als E-Mail-Ausgabe).

Der Abonnementpreis beträgt mit/ohne Ausgaben:
36,- Euro/Jahres-Abopreis (Print + MvSt)
Geschäftsführer: Hans-JM. Mantuffel, www.medien-aktuell.de

Causales verleiht „Kulturmarke des Jahres 2007“

Am 9. November vergibt die Berliner Agentur *Causales* an drei Kulturinstitutionen den Preis „Kulturmarke des Jahres 2007“. Die Auszeichnung erhalten Institutionen und Projekte aus der Kultur, die ihr Angebot mit professionellem Marketing-Management verbinden. Die Sieger des Wettbewerbes erhalten das Prädikat „Kulturmarke des Jahres 2007“.

Die Kulturmarken werden von einer namhaften Jury ermittelt. Als Juroren wurden berufen die PR-Leiterin der „ZEIT“, Silvie Rundel, der Designer Alexander Branczyk, der General Manager des *Lindner Hotels* in Berlin, Gisbert Kern, die Chefredakteurin von „Promotion Business“, Sabine Wegner, der Unternehmensberater Dirk Schütz und der Wissenschaftler Dr. Thomas Düllo. Erster Meilenstein für die Wahl ist ein Jurytreffen am 19. Oktober im Lindner Hotel am Kurfürstendamm in Berlin, in dem die Jury die zehn besten Bewerbungen für die Preisvergabe nominiert und aus den Nominierten drei Gewinner ermittelt.

Während einer feierlichen Veranstaltung am 9. November im Maschinenhaus der Berliner Kulturbrauerei gibt die Jury vor 250 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Gewinner bekannt. Ein Kulturprogramm der bekannten Künstlerin Meret Becker und den Gentlemen von *Ars Vitalis* bereichert die Preisverleihung.

Mit der Initiative „Kulturmarke des Jahres“ fördert die *Causales* das Marketingbewusstsein im Kulturbereich und damit Grundlagen für professionelles Kultursponsoring. Die Veranstaltung am 9. November soll darüber hinaus einen Dialog zwischen Vertretern aus Kultur, Politik, Wirtschaft und Medien ermöglichen. Weitere Informationen unter www.kulturmarken.de.

Kulturprojekte für den Marketing-Preis Kulturmarke des Jahres 2007 nominiert

Professionelles Marketingmanagement im Kulturbetrieb führt langfristig zum Erfolg. Doch welche Kulturmarke hat die Strahlkraft und den Magnetismus zugleich, um Kulturmarke des Jahres 2007 zu werden? Eine namhafte Jury aus Wirtschaft, Kultur und Medien hat zehn bekannte Kulturprojekte für den Marketing-Preis nominiert, der am 9. November 2007 von der Agentur Causales an drei ausgewählte Projekte vergeben wird.

Zu den nominierten Projekten gehören: Das Filmfestival achtung berlin – new berlin film award, die Europäische Jugendmesse Avanti, das Deutsche Meeresmuseum

Stralsund, die Europäische Route der Backsteingotik, die Freie Volksbühne Berlin, das Geschichtsfestival Historiale, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne, die Experimentierlandschaft Phæno in Wolfsburg, die Dresdner Semperoper und die Shakespeare Company Berlin. Der Gewinner der Auszeichnung erhält von der Deutschen Bahn AG einen Wertgutschein in Höhe von 10 000 Euro. Darüber hinaus wird der Wettbewerb vom Lindner Hotel Berlin, Total Deutschland, Coca Cola, Berliner Pilsner und Rotkäppchen unterstützt.

Weitere Informationen:
www.kulturmarken.de

Phaeno als „Kulturmarke des Jahres 2007“ ausgezeichnet

2007-11-11 10:55:28



v.l.n.r.: Alexander Branczyk Jurymitglied & Geschäftsführer der xplicit GmbH, Eva Neumann Geschäftsführerin der Agentur Causales, 3. Preisträger Matthias Kubusch Leiter des Kinder und JugendTheaters Murkelbühne, 1. Preisträger Dr. Wolfgang Guthardt D
[\[Bild in Originalgröße öffnen\]](#)

(PA) Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Abend des 9. November im Rahmen eines festlichen Empfangs in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10.000 Euro dotierten Marketingpreis „Kulturmarke des Jahres 2007“ erhalten. Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm der Direktor des Phaeno, Herr Dr. Wolfgang Guthardt, die Auszeichnung entgegen. Die Laudatio hielt der Wissenschaftler Dr. Thomas Düllo. Der zweite Preis ging an die Semperoper aus Dresden, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin belegte den dritten Platz.

Der Hauptpreis im Wert von 10.000 € wurde in diesem Jahr von der Deutschen Bahn gestiftet. Darüber hinaus wurde der Wettbewerb vom Lindner Hotel Berlin, Total Deutschland, Coca Cola, Berliner Pilsner, Skoda, Rotkäppchen und dem World for 2 Verlag unterstützt.

Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Öffentlichkeitsarbeit und das Angebot für Sponsoren. Der Jury gehörten an: Silvie Rundel (Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Die ZEIT), Alexander Branczyk (Designer), Gisbert Kern (General Manager des Lindner Hotels in Berlin), Sabine Wegner (Chefredakteurin von Promotion Business), Dirk Schütz (Unternehmensberater) und Dr. Thomas Düllo (Wissenschaftler).

"Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger zeichnen sich durch eine starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und haben damit großes Potenzial für Investoren und Sponsoren aus der Wirtschaft. Die diesjährigen Preisträger machen deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing hervorragend verknüpfen lassen" sagte Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer der Agentur Causales anlässlich der Preisvergabe.

Pressekontakt: Agentur Causales, Lorenz Pöllmann, Tel: 030. 53 214-391, mobil: 0176-410 23 415, E- Mail: poellmann@causales.de, Diese Presseinformation kann unter <http://www.kulturmarken.de> abgerufen werden.

Veröffentlicht von PresseAnzeiger.de - <http://www.presseanzeiger.de>

Nachricht vom 11.11.2007 | 11:21

48 mal gelesen

Phaeno als "Kulturmarke des Jahres 2007" ausgezeichnet

Leser des Artikels: 48

Berlin (ots) - Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Abend des 9. November im Rahmen eines festlichen Empfangs in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10.000 Euro dotierten Marketingpreis "Kulturmarke des Jahres 2007" erhalten. Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm der Direktor



des Phaeno, Herr Dr. Wolfgang Guthardt, die Auszeichnung entgegen. Die Laudatio hielt der Wissenschaftler Dr. Thomas Düllo. Der zweite Preis ging an die Semperoper aus Dresden, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin belegte den dritten Platz.

Der Hauptpreis im Wert von 10.000 EUR wurde in diesem Jahr von der Deutschen Bahn gestiftet. Darüber hinaus wurde der Wettbewerb vom Lindner Hotel Berlin, Total Deutschland, Coca Cola, Berliner Pilsner, Skoda, Rotkäppchen und dem World for 2 Verlag unterstützt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Öffentlichkeitsarbeit und das Angebot für Sponsoren.

Der Jury gehörten an: Silvie Rundel (Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Die ZEIT), Alexander Branczyk (Designer), Gisbert Kern (General Manager des Lindner Hotels in Berlin), Sabine Wegner (Chefredakteurin von Promotion Business), Dirk Schütz (Unternehmensberater) und Dr. Thomas Düllo (Wissenschaftler).

"Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger zeichnen sich durch eine starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und haben damit großes Potenzial für Investoren und Sponsoren aus der Wirtschaft. Die diesjährigen Preisträger machen deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing hervorragend verknüpfen lassen" sagte Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer der Agentur Causales anlässlich der Preisvergabe.

Diese Presseinformation und Bildmaterial von der Veranstaltung kann unter www.kulturmarken.de abgerufen werden.

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, Lorenz Pöllmann, Tel: 030. 53 214-391, mobil: 0176-410 23 415, E- Mail: poellmann@causales.de

Autor: [news aktuell](#)

© news aktuell



Phaeno als Kulturmarke des Jahres ausgezeichnet

Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Abend des 9. November im Rahmen eines festlichen Empfangs in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10.000 Euro dotierten Marketingpreis »Kulturmarke des Jahres 2007« erhalten.

Foto: v.l.n.r.: Alexander Branczyk Jurymitglied & Geschäftsführer der xplicit GmbH, Eva Neumann Geschäftsführerin der Agentur Causales, 3. Preisträger Matthias Kubusch Leiter des Kinder und JugendTheaters Murkelbühne, 1. Preisträger Dr. Wolfgang Guthardt Direktor der PhænogGmbH & Martina Flamme-Jasper Marketingleiterin der PhænogGmbH, Silvie Rundel Jurymitglied & PR-Leiterin DIE ZEIT, Lorenz Pöllmann Projektleiter »Kulturmarke des Jahres« der Agentur Causales, Hans-Conrad Walter Geschäftsführer der Agentur Causales

Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm der Direktor des Phaeno, Herr Dr. Wolfgang Guthardt, die Auszeichnung entgegen. Die Laudatio hielt der Wissenschaftler Dr. Thomas Düllo. Der zweite Preis ging an die Semperoper aus Dresden, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin belegte den dritten Platz.

Der Hauptpreis im Wert von 10.000 € wurde in diesem Jahr von der Deutschen Bahn gestiftet. Darüber hinaus wurde der Wettbewerb vom Lindner Hotel Berlin, Total Deutschland, Coca Cola, Berliner Pilsner, Skoda, Rotkäppchen und dem World for 2 Verlag unterstützt.

Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Öffentlichkeitsarbeit und das Angebot für Sponsoren. Der Jury gehörten an: Silvie Rundel (Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Die ZEIT), Alexander Branczyk (Designer), Gisbert Kern (General Manager des Lindner Hotels in Berlin), Sabine Wegner (Chefredakteurin von Promotion Business), Dirk Schütz (Unternehmensberater, Kulturmanagement Network) und Dr. Thomas Düllo (Wissenschaftler).

»Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger zeichnen sich durch eine starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und haben damit großes Potenzial für Investoren und Sponsoren aus der Wirtschaft. Die diesjährigen Preisträger machen deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing hervorragend verknüpfen lassen« sagte Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer der Agentur Causales anlässlich der Preisvergabe.

14.11.2007

Quelle: Agentur Causales / kulturmarken.de

Weiterführende Links: www.causales.de, www.phaeno.de, www.kulturmarken.de

<http://www.kulturmanagement.net>

Copyright 2006 Kulturmanagement Network

© medien aktuell GmbH [medien aktuell](#) 41/07 08. Oktober 2007

Jury sucht "Kulturmarke des Jahres"

Die Berliner Agentur **CAUSALES** vergibt am 9. November wieder an drei Institutionen den Preis "Kulturmarke des Jahres 2007". Mit diesem Preis fördert **CAUSALES** das Marketingbewußtsein im Kulturbereich und damit die Grundlagen für ein professionelles Kultursponsoring. Die Jury trifft sich am 19. Oktober, nominiert die zehn besten Bewerbungen für die Preisvergabe und ermittelt daraus die drei Gewinner. In der Jury sitzen: Silvie Rundel, Leiterin PR "Die Zeit"; Alexander Branczyk, Designer; Gisbert Kern, Leiter Lindner Hotels in Berlin; Sabine Wegner, Chefredakteurin Promotion Business; Dirk Schütz, Unternehmensberater; Dr. Thomas Düllo, Wissenschaftler. Ein Kulturprogramm von Meret Becker und den Gentlemen von Ars Vitalis komplettiert die feierliche Preisverleihung am 9. November im Maschinenhaus der Berliner Kulturbrauerei.

12.11.07

Phaeno als „Kulturmarke des Jahres 2007“ ausgezeichnet

Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Abend des 9. November im Rahmen eines festlichen Empfangs in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10.000 Euro dotierten Marketingpreis „Kulturmarke des Jahres 2007“ erhalten. Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm der Direktor des Phaeno, Herr Dr. Wolfgang Guthardt, die Auszeichnung entgegen. Die Laudatio hielt der Wissenschaftler Dr. Thomas Düllo. Der zweite Preis ging an die Semperoper aus Dresden, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin belegte den dritten Platz

Der Hauptpreis im Wert von 10.000 € wurde in diesem Jahr von der Deutschen Bahn gestiftet. Darüber hinaus wurde der Wettbewerb vom Lindner Hotel Berlin, Total Deutschland, Coca Cola, Berliner Pilsner, Skoda, Rotkäppchen und dem World for 2 Verlag unterstützt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Originalität, die Öffentlichkeitsarbeit und das Angebot für Sponsoren. Der Jury gehörten an: Silvie Rundel (Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Die ZEIT), Alexander Branczyk (Designer), Gisbert Kern (General Manager des Lindner Hotels in Berlin), Sabine Wegner (Chefredakteurin von Promotion Business), Dirk Schütz (Unternehmensberater) und Dr. Thomas Düllo (Wissenschaftler).

„Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger zeichnen sich durch eine starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und haben damit großes Potenzial für Investoren und Sponsoren aus der Wirtschaft. Die diesjährigen Preisträger machen deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing hervorragend verknüpfen lassen“ sagte Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer der Agentur Causales anlässlich der Preisvergabe.

Diese Presseinformation kann unter www.kulturmarken.de abgerufen werden.



ispo
SPORTSPONSORING
kongress

ESB Academy
Seminare & Lehrgänge
Deutschland
Österreich
Schweiz

event-manager.ch

sponsoring-manager.ch

Guerilla Marketing



«KULTURMARKE DES JAHRES 2007» WIRD AM 9. NOVEMBER VERLIEHEN

Berlin (ddp). Zehn Kulturprojekte konkurrieren am 9. November um den Marketingpreis «Kulturmarke des Jahres 2007». Zu den nominierten Projekten gehören nach Angaben der Veranstalter vo Dienstag das Filmfestival achtung berlin - new berlin film award, die Europäisch Jugendmesse Avanti, das Deutsche Meeresmuseum Stralsund, di Europäische Route der Backsteingotik, die Freie Volksbühne Berlin, das Geschichtsfestival Historiale, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne, die Experimentierlandschaft Phaeno in Wolfsburg, di Dresdner Semperoper und die Shakespeare Company Berlin.

Insgesamt drei Projekte werden ausgezeichnet. Der erste Sieger bekommt einen Wertgutschein der Deutschen Bahn in Höhe von 10 000 Euro.

Eine Expertenjury aus Wirtschaft, Kultur und Medien bewertet das Marketingmanagement der Kulturprojekte. Vergeben wird der Preis von der Agentur Causales. Die Preisverleihung ist am 9. November in der Kulturbrauerei in Berlin.

[Di, den 23.10.2007]

| [zurück](#) | [zum Kopf der Seite](#) | [Ebene höher](#) | [Sitemap](#) | [Impressum](#) |

HEUTE IM ZDFTHEATERKANAL

[Wie empfängt man den ZDFtheaterkanal?]

09:00: Richard Strauss: ...
 10:00: Zwölf Stüh...
 12:00: Der Falschspiel-Verd...
 12:30: Spiel des Lebens ...
 13:15: Ina Müller und ...
 14:00: Musikfestspiele ...
 15:30: Jorma Panula - Der ...
 16:15: Das Leben - ein ...
 17:00: Das Leben des ...
 19:00: Theaterlandschaften:...
 19:30: Michael Heicks im ...
 19:40: Sperling und das ...
 21:10: gero von boehm ...
 21:55: Bill Frisell 5tet
 23:05: Tracks

im ZDFtheaterkanal

Suche!

NACHRICHTENRUBRIK

- [▶ Ausschreibungen](#)
- [▶ Ausstellungen](#)
- [▶ Festivals](#)
- [▶ Kritik](#)
- [▶ Kulturpolitik](#)

AUS DER REDAKTION:

MARKUS SCHÄCHTER ZU "SCHÜLER SPIELEN SHAKESPEARE"



[-> VIDEO <-]

TV-TIPPS: 3SAT, ARTE UND ZDFTHEATERKANAL:

PEER GYNT



Mi, 21.11.07 20:15

in 3sat

Berliner Morgenpost.de

Experimentierlandschaft Phaeno «Kulturmarke des Jahres 2007»

Berlin (dpa/bb) - Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Freitagabend in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10 000 Euro dotierten Marketingpreis «Kulturmarke des Jahres 2007» erhalten. Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm Phaeno-Direktor Wolfgang Guthardt die Auszeichnung entgegen. Der zweite Preis ging nach Angaben der Veranstalter vom Samstag an die Semperoper aus Dresden, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin belegte den dritten Platz. Der Hauptpreis wurde von der Deutschen Bahn gestiftet.

erschienen am 10.11.2007 um 12:39 Uhr

© Berliner Morgenpost

unter den professionellen Fundraisern des Landes?

Arthur Plotke: Wir sind im Moment ein Berufs- und Branchenverband. Ich gehe mal davon aus, dass wahrscheinlich gut die Hälfte der professionellen Fundraiser bei uns Mitglied ist. Das Thema nur Berufs- und/oder Branchenverband werden wir anhand einer Strategiesitzung neu beurteilen.

Fundraising aktuell online: Und ist dieser Anteil ausbaufähig oder wird es dabei bleiben?

Arthur Plotke: Er ist ausbaufähig, weil immer mehr Bereiche Fundraising betreiben: Hochschulen, Universitäten, Spitäler, Kliniken, politische Parteien, Kirchen, Museen, Theater und so weiter. Also auch dort gibt es mehr und mehr Leute, die das Fundraising betreiben, und ich denke, da ist wirklich noch Platz für viele neue Fundraiser.

Das Gespräch führte Dr. Christoph Müllerleile.

Zur Person:

Arthur Plotke (64) ist seit 2004 Geschäftsführer des Schweizerischen Fundraising Verbands. Er hatte das Mandat mit seiner Agentur betreut und beim Verkauf der Agentur in die freicom-Gruppe eingebracht. Plotke will

sich auf seine neue Aufgabe als Geschäftsführer der freicom Zürich konzentrieren und gibt daher zum Ende des Jahres die Geschäftsführung des Verbands ab.

Wettbewerbe

Phaeno ist „Kulturmarke des Jahres 2007“

Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Abend des 9. November im Rahmen eines festlichen Empfangs in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10.000 Euro dotierten Marketingpreis „Kulturmarke des Jahres 2007“ erhalten. Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm der Direktor des Phaeno, Dr. Wolfgang Guthardt, die Auszeichnung entgegen. Die Laudatio hielt der Wissenschaftler Dr. Thomas Düllo. Der zweite Preis ging an die Semperoper in Dresden; das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne in Berlin belegte den dritten Platz. Der Hauptpreis im Wert von 10.000 € wurde in diesem Jahr von der Deutschen Bahn gestiftet. Darüber hinaus wurde der Wettbewerb vom Lindner Hotel Berlin, Total Deutschland, Coca Cola, Berliner Pilsner, Skoda, Rotkäppchen und dem World for 2 Verlag unterstützt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Origina-



Bei der Preisverleihung in Berlin von links nach rechts: Alexander Branczyk, Jurymitglied & Geschäftsführer der xplicit GmbH, Eva Neumann, Geschäftsführerin der Agentur Causales, 3. Preisträger Matthias Kubusch, Leiter des Kinder und JugendTheaters Murkelbühne, 1. Preisträger Dr. Wolfgang Guthardt, Direktor der Phaeno gGmbH, Martina Flamme-Jasper, Marketingleiterin der phaeno gGmbH, Silvie Rundel, Jurymitglied und PR-Leiterin „DIE ZEIT“, Lorenz Pöllmann, Projektleiter „Kulturmarke des Jahres“ der Agentur Causales, Hans-Conrad Walter Geschäftsführer der Agentur Causales.

Newsticker

Experimentierlandschaft Phaeno «Kulturmarke des Jahres 2007»

Berlin (dpa/bb) - Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Freitagabend in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10 000 Euro dotierten Marketingpreis «Kulturmarke des Jahres 2007» erhalten. Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm Phaeno-Direktor Wolfgang Guthardt die Auszeichnung entgegen. Der zweite Preis ging nach Angaben der Veranstalter vom Samstag an die Semperoper aus Dresden, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin belegte den dritten Platz. Der Hauptpreis wurde von der Deutschen Bahn gestiftet.

erschienen am 10.11.2007 um 12:39 Uhr

© Welt

Anzeige



PRIVATER TOP-SCHUTZ

Rundum optimal abgesichert - mit dem VollMed Tarif der DKV schon ab günstigen € 191,28 im Monat!

[» Mehr Informationen](#)

- 3,9 % p.a. Tagesgeld für Firmen & Vereine! Kostenlos & täglich verfügbar. Fragen Sie Ihre Degussa Bank
- Zurich Connect. Die Kfz-Direktversicherung. Jetzt Ihr Auto ab 35 Cent am Tag versichern.
- Renten ETFs von iShares eignen sich hervorragend als Fundament einer Core Satellite Strategie.
- Für jeden Anlage-Typ das passende Produkt von AKZENT Invest. Machen auch Sie mehr aus Ihrem Geld.

Kulturmarke 2007

Prämierte Kulturprojekte

„Wir ehren heute attraktive Kulturmarken im deutschsprachigen Raum. Die Preisträger zeichnen sich durch eine starke Orientierung auf Märkte und Zielgruppen aus und haben damit großes Potential für Investoren und Sponsoren aus der Wirtschaft. Die diesjährigen Preisträger machen deutlich, wie sich Kulturangebote und erfolgreiches Marketing hervorragend verknüpfen lassen“, so Hans-Conrad Walter, Geschäftsführer von Causales, anlässlich der Preisverleihung „Kulturmarke des Jahres 2007“ am 9. November in Berlin.

Phæno, der Experimentierlandschaft aus Wolfsburg, gelang diese Verbindung nach Einschätzung der Juroren am besten, gefolgt von der Semperoper aus Dresden und dem Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin.

Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität Marktfähigkeit, Originalität, Öffentlichkeitsarbeit und das Angebot für Sponsoren. Der Hauptpreis im Wert von 10.000 Euro wurde von der Deutschen Bahn gestiftet.

www.kulturmarken.de



Für die KfW Bankengruppe ist Sponsoring ein wichtiger Teil ihres Förderelbstverständnisses. Schwerpunkte liegen im Public Sponsoring, d. h. in der Unterstützung gesellschaftlicher Themen, die eng mit dem Förderauftrag der KfW Bankengruppe verbunden sind. Weiterhin möchte sie mit ihren Engagements Impulse geben, zur Nachahmung anregen, Vorbild sein, gegebenenfalls neue Initiativen unterstützen. Kultursponsoring ist für die Bank ein aktives Kommunikationsmittel, das auf die Menschen zugeht. Indem es zugleich Marke und Markenwelt erlebbar macht, wird die wirksame Erfüllung des Förderauftrags der KfW verdeutlicht und belegt.

Eine Übersicht der geförderten Kulturprojekte unterstreicht den Anspruch von innovativer Kontinuität mit gesellschaftlicher Relevanz. An ihrem Hauptsitz in Frankfurt/Main unterstützt die Bank z. B. das Museum für Moderne Kunst (MMK) sowie die Oper Frankfurt. Dort fördert sie insbesondere das Projekt „Oper für Familien“, bei dem Familien-Opernabende zu erschwinglichen Preisen angeboten werden. Durch das gemeinsame Erlebnis einer Operaufführung soll im Familienkreis die Kommunikation über künstlerische Themen angeregt und an

Bereiche des kulturellen Lebens der Stadt Frankfurt – auch im Sinne der Förderung des Besuchernachwuchses – herangeführt werden. Aber auch das Stalburg Theater, eine atmosphärische Frankfurter Stadtteilbühne, deren Programm als „kultig und unverkrampft“ gilt, sowie das Naturmuseum Senckenberg können dank der KfW langfristig planen und das Kulturangebot der Stadt bereichern. Bei diesem Museum gab vor allem der Gedanke der Bildungsförderung den Ausschlag, sich als Hauptsponsor zu engagieren.

„Um ihren Aufgaben gerecht werden zu können, ist die KfW Bankengruppe stets auf der Suche nach Inspiration und Innovation. Mit Geld allein lassen sich Wirtschaft und Gesellschaft nicht effektiv und effizient fördern. Kultur und im Besonderen Kunst und Musik sind ein hervorragendes Mittel, um Werte wie Leistung und Kreativität, welche die KfW auch in ihrem Unternehmensleitbild hervorhebt, positiv zu besetzen“, unterstreicht von Brevren.

Als „Kulturmarke des Jahres“, dem „Kulturmarketing-Sponsoringpreis“ der Agentur Causales, landete die Experimentierlandschaft Phæno in Wolfsburg auf dem ersten Platz. Bis heute ließen sich mehr als 450.000

Besucher auf die vielfältigen und interaktiven Exponate aus Natur und Technik und das einzigartige Architekturerebnis ein. „Schüler, Manager, Arbeiter, Ästhetiker, Wissenschaftler, Architekten, alle kommen gleichermaßen auf ihre Kosten, frei nach dem Motto ‚phæno – Da staunst du‘“, hebt die Leiterin Kommunikation, Martina Flamme-Jasper, hervor.

Gerade die gebotene Themenbandbreite scheint wie geschaffen für eine Verknüpfung mit den jeweiligen unternehmerischen Leitbildern innerhalb des Sponsorenpoools. So spielen beispielsweise für die Volkswagen AG Designaspekte eine Rolle, die EnBW AG erkennt sich in der Auseinandersetzung mit Natur- und Energiewissenschaft wieder und die Sparkasse Gifhorn-Wolfsburg würdigt die Entwicklung der Standortqualität. Und das Schönste dabei: Es sind noch Sponsorenplätze frei. Das gilt auch (und nicht nur) für dutzende weitere „Kulturmarken“, die das Jahrbuch der Agentur Causales vorstellt. Unter dem Strich, so ein vorläufiges Fazit, stehen die Chancen, mit Kultursponsoring eine Win-Win-Situation zu erzielen am besten, wenn beide Parteien sich nicht davor fürchten, die gegenseitigen Potenziale offensiv zu kommunizieren, denn längst heiligt der gute Zweck die gezielt eingesetzten Mittel. **PB** WO