

Pressespiegel der 1. Kulturmarken-Awards (2006)



Veranstaltungsort
Sympathie-Umfrage im Internet
Bewerber*innen
Kulturmarke des Jahres

Scandlines-Repräsentanz Berlin
14.000 Abstimmungen
46 Einreichungen
Labyrinth Kindermuseum (Berlin)
Atze Musiktheater (Berlin)
Murkelbühne (Berlin)

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



Scandlines

Agentur Causales Agentur für Marketing und Kommunikation

Kulturmarke des Jahres 2006

Seite 1 von 1



„ATZE“ GEEHRT. Bei der Wahl zur „Kulturmarke des Jahres 2006“ entschied sich die Mehrheit der über 14000 Teilnehmer einer online-Umfrage der Agentur causales mit 34,2 Prozent für das Labyrinth-Kindermuseum in der Osloer Straße 12, das am gestrigen Mittwoch vom Sponsor Scandlines ein Paket im Wert von 5000 Euro erhielt. Den zweiten Platz (32,2 Prozent) belegte das „ATZE“ Theater- und Konzerthaus für Kinder in der Luxemburger Straße. Am Montag nahm Theaterleiter Thomas Sutter (Foto, mit Kerstin Jorns vom Sponsor Vattenfall sowie Eva Neumann und Hans Conrad von causales) den Preis – einen Scheck in Höhe von 2000 Euro – entgegen. „ATZE“ bietet seit Jahren mit großem Engagement ein erstklassiges Theaterangebot für Schulen und Familien, so Kerstin Jorns bei der Übergabe.

Foto: ATZE

Datum: 01. Februar 2007

Quelle: Nord-Berliner

Auflagenhöhe: 32.000

Kontakte: 96.000

Agentur Causales Agentur für Marketing und Kommunikation

Kulturmarke des Jahres 2006

Startseite Praktikumsbörse News	
 <p style="font-size: small;">Magazin der Berliner Sparkasse</p>	 <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> Geld & Finanzen Job & Karriere Stadt </div>
<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold;">Facts & Trends</div> <div style="background-color: #e0e0e0; padding: 10px; margin-top: 5px;"> <p>Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ LichtBlick-Chef ist Ökomanager des Jahres ▶ Kulturmarke des Jahres 2006 - Internetumfrage ▶ Das Konto immer in der Tasche ▶ 10.000 Euro für das Alter gewonnen ▶ Sparkassen-Sprecher goes 007 ▶ Als Wichtel auf Geschenkejagd ▶ Vorsorgen für nur 1,95 Prozent ▶ "Wer den Pfennig nicht ehrt" ▶ Vorteil: Günstig shoppen mit der SparkassenCard </div>	
<div style="background-color: #e0e0e0; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p>Kulturmarke des Jahres 2006 Agentur Causales startet Sympathie-Umfrage im Internet</p> <p>Marketingbewusstsein im Kulturbetrieb führe langfristig zum Erfolg, sagen Experten. Doch welche Kulturmarke hat die Strahlkraft und den Magnetismus zugleich, um Kulturmarke des Jahres 2006 zu werden? Die auf Kultursponsoring spezialisierte Berliner Agentur Causales, mit der auch die Berliner Sparkasse zusammenarbeitet, führt im Dezember 2006 auf ihrem Online-Portal www.kulturmarken.de eine Umfrage durch.</p> <p>Die von der Agentur betreute Kulturmarke mit den höchsten Sympathiewerten erhält von Causales das Prädikat Kulturmarke 2006 und als Preis von dem Touristikunternehmen Scandlines ein Sponsoringpaket im Wert von 5.000 Euro. Die Kulturmarke 2006 wird im Januar 2007 in der Scandlines-Repräsentanz in Berlin prämiert.</p> <p>Alle Teilnehmer an der Online-Umfrage können nach einer persönlichen Sympathie-Analyse der auf dem Portal vorgestellten 46 Kulturmarken ihrem Favoriten ihre Stimme geben. Zu den vorgestellten Kultureinrichtungen gehören unter anderem auch das FEZ Berlin, das Labyrinth-Kindermuseum und die Kulturbrauerei.</p> <p>Direkt zur Umfrage geht's hier.</p> <p style="text-align: right; margin-top: 10px;">▶ nach oben</p> </div>	
<p>Datum: Dezember 2006</p>	<p>Quelle: BerlinerAkzente.de</p>
<p>Auflagenhöhe: k.A.</p>	<p>Kontakte: k.A.</p>

**Agentur Causales
Agentur für Marketing und Kommunikation**

Kulturmarke des Jahres 2006

auer 225
Organisa-
tiken und
in Philipp
des Stif-
d Christi-
e in Non-
i ist zum
N 978-3-
(Website
4, 14195

Spenden,
iterte und



-Fundrai-
töpfe für
sche Ini-
erte Aufla-

verschiedener Einschränkungsmöglichkeiten könne unter anderem nach Bundesländern, Förderkriterien oder Zielgruppe gefiltert werden. Der niedersächsische Ministerpräsident und Vorsitzende des Stiftungsrates der Kulturstiftung der Länder, Christian Wulff, gab die neue Webseite in Hannover frei.

Wettbewerbe

Kulturmarke 2006 gesucht

Welche Kulturmarke wird Kulturmarke des Jahres 2006? Die Berliner Sponsoring-Agentur *Causales* führt im Dezember 2006 eine Umfrage auf dem Online-Portal für Kultur-Sponsoring www.kulturmarken.de durch. Die Kulturmarke mit den höchsten Sympathiewerten erhält von Causales das Prädikat Kulturmarke 2006 und als Preis von dem Touristikunternehmen Scandlines ein Sponsoring-Paket im Wert von 5.000 Euro. Die Kulturmarke 2006 wird im Januar 2007 in der Scandlines-Repräsentanz in Berlin prämiert.

Björn Czinczoll Social Entrepreneur 2006

Die *Schwab Stiftung für Social Entrepreneurship*, die Zeitschrift „Capital“ und *The Boston Consulting Group (BCG)* haben am 16. November den „Social Entrepreneur des Jahres 2006“ in Deutschland ausgezeichnet. Es ist Björn Czinczoll, Gründer des *Nürnberger Kinderzentrums Kunterbunt e.V.* Ins Finale der letzten Fünf schafften es die folgenden weiteren Social Entrepreneurs:

Horst Erhardt, *beta Institut für sozialmedizinische For-*

Datum: 20. Dezember 2006

Quelle: Fundraising aktuell online

Auflagenhöhe: k.A.

Kontakte: k.A.

Agentur Causales
Agentur für Marketing und Kommunikation

Kulturmarke 2006



[Berlin Aktuell](#) [«Voriger](#) [Nächster](#) » [email](#)

und sonst?

Tote auf der Autobahn: Beim **Unfall eines Reisebusses** auf der A 2 Berlin-Hannover sind in der Nacht zum Sonnabend zwei Menschen getötet worden +++ Tempelhofer Flughafenfans wollen nicht aufgeben: Die Aktion für ein Volksbegehren zum Erhalt des **Flughafens Tempelhof** soll unabhängig von der anstehenden Entscheidung über einen Kompromissvorschlag der Justiz weitergehen. "Wir sind sehr optimistisch, die nötigen 20.000 Unterschriften zu erreichen", sagte Wolfgang Przewieslik, Vorstandsmitglied der Interessengemeinschaft City-Airport Tempelhof. Beim Oberverwaltungsgericht läuft an diesem Mittwoch die **Erklärungsfrist** zu dessen Vorschlag ab, Tempelhof erst am 31. Oktober 2008 statt schon 2007 zu schließen +++ Auszeichnung für Kindermuseum: Das Berliner **Labyrinth Kindermuseum** hat die Auszeichnung "Kulturmarke 2006" gewonnen. Mehr als 30 Prozent der Teilnehmer einer Internet-Umfrage hätten im Dezember für diesen Kulturbetrieb gestimmt, teilten die Veranstalter mit. Insgesamt beteiligten sich rund 14.000 Internetnutzer an der Umfrage +++

Schauen Sie mal
bei uns rein!

tazcafé
Mo bis Fr 8 bis 20 Uhr



Datum: 08.01.2007

Quelle: die tageszeitung

Auflagenhöhe: k.A.

Kontakte: k.A.

Kulturmarke des Jahres 2006

And the winner is ...

Marketingbewusstsein im Kulturbetrieb führt langfristig zum Erfolg. Doch welche Kulturmarke hat die Strahlkraft und den Magnetismus, um Kulturmarke 2006 zu werden? Eine Frage, die die Nation einen Monat lang entscheiden konnte. Auf dem Online-Portal für Kultursponsoring suchte die Berliner Agentur Causales nach den größten Sympathieträgern. Darunter die Semperoper Dresden, Kampnagel Hamburg und die Popkomm als weltweit größtes Business- und Kommunikationsevent der Musikbranche. Insgesamt gaben über 14.000 Teilnehmer via Mausclick ihr Votum ab, bei dem das Labyrinth Kindermuseum aus Berlin als klarer Gewinner hervorging. Mit 34,42% der Stimmen zog es an den anderen 45 Marken vorbei. Damit erhält es von Causales das Prädikat Kulturmarke 2006 und vom Touristikunternehmen Scandlines ein Sponsoringpaket im Wert von 5.000,- Euro.

www.kulturmarken.de

www.labyrinth-kindermuseum.de

