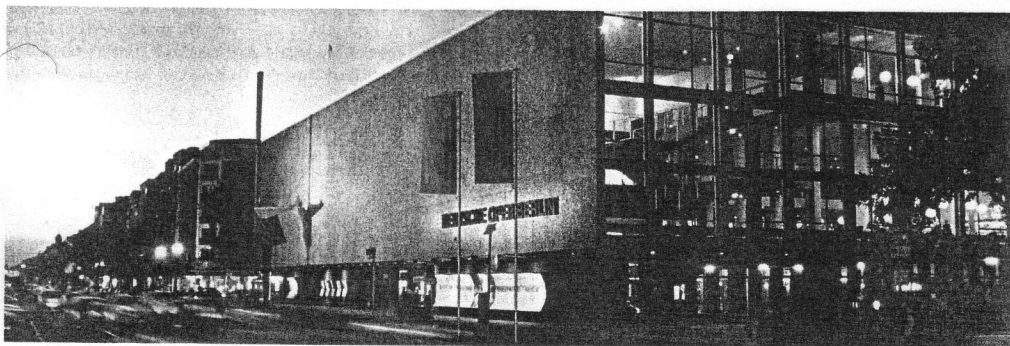


Agentur Causales
Agentur für Marketing und Kommunikation

Studie Kultursponsoringmarkt 2005

STUDIE

Kultursponsoring immer bedeutender



Kultur in Berlin: Die Deutsche Oper

Zwei von fünf deutschen Kultureinrichtungen erwarten, dass die Bedeutung von Kultursponsoring stark zunehmen wird. Das ergab eine Studie zum Kultursponsoringmarkt 2005 in Berlin und den neuen Bundesländern, die die Berliner Agentur Causales in Auftrag

gab. 80 Prozent der Befragten arbeiten bereits mit Sponsoren zusammen. Dabei kommen die Sponsoren zu drei Vierteln aus der unmittelbaren Region. Gut die Hälfte ist im Bereich der mittelständischen Unternehmen anzusiedeln.

www.kulturmarken.de/presse/

Datum: 01/06

Quelle: **pressesprecher**

Auflagenhöhe: 8.000

Kontakte: 24.000