

Agentur Causales
Agentur für Marketing und Kommunikation

Marktstudie Kultursponsoring

Marktstudie zum Kultursponsoring 2005

10.1.2006

Die Sponsoringagentur Causales aus Berlin veröffentlichte eine Marktstudie zum Kultursponsoring 2005 in Berlin und den neuen Bundesländern. Wichtigstes Ergebnis der Studie ist, dass über 80 Prozent der befragten Kultureinrichtungen bereits Erfahrung mit Sponsoringpartnerschaften haben und die Zusammenarbeit fast ausschließlich als positiv bewerten. Dreiviertel der bereits engagierten Unternehmen sponsern Kultureinrichtungen in ihrer unmittelbaren Region. Interessant ist auch, dass 50 Prozent der Sponsoringgeber nach Angaben der Kultureinrichtungen mittelständische Unternehmen sind, 32 Prozent wiederum große Wirtschaftsunternehmen und 18 Prozent Kleinunternehmen. Insgesamt ist die Gruppe der Banken, Versicherungen und Finanzdienstleister mit 19,3 Prozent die am häufigsten vertretene Branche unter den Sponsoringgebern. Zwar macht Sponsoring der Studie zufolge bislang nur drei Prozent der Gesamteinnahmen der befragten Kultureinrichtungen aus. Der Trend zu Kultursponsoring aber steigt. Unter <http://www.kulturmarken.de/> ist ein kostenloser Download der Studie zu finden.

Datum: 10.01.06

Quelle: Das Orchester - Online

Auflagenhöhe: k.A.

Kontakte: k.A.