

**Agentur Causales**  
**Agentur für Marketing und Kommunikation**

Studie Kultursponsoringmarkt 2005

---

**Verkauf & Marketing**

## Kultursponsoring legt deutlich zu

■ **ABZ Nr. 45/2005 vom 12. November 2005**

Stuttgart (p). Für Ökonomen gelten Kulturbetriebe aufgrund ihrer hohen Anziehungskraft seit langem als so genannte weiche Standortfaktoren.

Die Betriebsausgabe Kultur bietet wichtige ökonomische Synergieeffekte für die Wirtschaft und ist immer auch ein gesellschaftliches Engagement. Mit einer langfristigen Kulturmarken-Partnerschaft übernehmen Unternehmen Verantwortung, fördern nationale Identität innerhalb einer weltoffenen multikulturellen Gesellschaft, und bewahren das kulturelle Erbe.

Spezifische Märkte werden erschlossen und bestehendes Markenkapital wird für zukünftige Generationen gesichert. Somit erklärt sich auch der erstaunliche Bedeutungszuwachs von 28 Prozent, den die Unternehmen dem Kultursponsoring in den nächsten Jahren prognostizieren.

Datum: 12.11.05

Quelle: Allgemeine BäckerZeitung

Auflagenhöhe: 15.000

Kontakte: 45.000