

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

**Kulturmarken**

**Kultursponsoring liegt im Trend**

Die zweite Auflage des Handbuchs sowie der Relaunch des Internetportals [www.kulturmarken.de](http://www.kulturmarken.de) dienen Wirtschaftsunternehmen zur Auswahl von Sponsoringprojekten und präsentieren rund 30 ausgewählte Kultureinrichtungen mit ihren Visionen und Zielen sowie konkreten Angeboten für potentielle Sponsoren. Unter anderen sind die Kulturbrauerei Berlin, die Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald, die Landesmusikakademie Berlin, das Thalia Theater Halle, die Neuköllner Oper, das 6. internationale Literaturfestival, die Dresdner Philharmonie, radiomultikulti und das Labyrinth Kindermuseum Berlin präsent.

Mit den wissenswerten Infoseiten rund um die Themen Kulturmarketing und Kultursponsoring hat das Handbuch einen Umfang von 68 interessanten

Seiten. Damit hat sich der Inhalt im Vergleich zur Erstausgabe verdoppelt.

Die Berliner Agentur Causales prägte den Begriff und die daraus entstandene Initiative „Kulturmarken“ mit dem Ziel, aus Wirtschaftsunternehmen und förderungswürdigen Kulturprojekten langfristige Sponsoring-Partnerschaften zu generieren. Mit einer langfristigen Kulturmarken-Partnerschaft übernehmen Unternehmen Verantwortung, fördern nationale Identität innerhalb einer multikulturellen Gesellschaft und bewahren das kulturelle Erbe. Interessierte Wirtschaftsunternehmen und Kultureinrichtungen können ab sofort eine Ausgabe des Handbuchs Kulturmarken bei der Agentur Causales unter 030-53-214-391 anfordern oder sich im Internet unter [www.kulturmarken.de](http://www.kulturmarken.de) informieren. **RR**

Datum: 18.10.05

Quelle: Regional-Rundschau

Auflagenhöhe: 45.000

Kontakte: 135.000