

Agentur Causales Agentur für Marketing und Kommunikation

Agentur Causales

Sponsoren umstellen müssen.« Das werde vertraglich garantiert. Viel mehr erhoffen sich die Unternehmen als Sponsor einen erhöhten Bekanntheitsgrad und gutes Image. Wie groß der Bedarf an Förderung ist, zeigen die vielen Anfragen. Bisher beschränkt sich das fünfköpfige Team auf Berlin-Brandenburg. Auf der Kundenliste stehen Museen, Theater, Veranstaltungsorte und Jugendeinrichtungen, darunter die Deutsche Oper, Kulturbrauerei, Urania, Labyrinth Kindermuseum und Shakespeare-Company. Auf der Unternehmensseite reichen die Namen von Bewag und Gasag bis Deutsche Bahn und Coca-Cola. Ein Internet-Portal zur Information potenzieller Sponsoren ist in Arbeit.

Causales, An der Wahlheide 197, Köpenick, Tel.: 53 21 43 91, www.causales.de

Sponsoren auf der Spur Agentur Causales will noch viel mehr Unterstützung für Kultur aufreiben

liarden Euro für Sponsoring ausgegeben, der Kultur kommen davon aber nur acht Prozent zugute. Mit ein Grund dafür mag die Angst mancher Künstler sein, ihre Autonomie zu verlieren. Bekräftigt wurde dieses Misstrauen erst kürzlich durch die Aufregung um »Die Entführung aus dem Serail« in der Köpenicker Oper. Zwar entpuppte sich die Meldung, DaimlerChrysler wolle sich aus der Förderung zurückziehen, als Privatmeinung eines Managers. Für manche Künstler aber bestärkte sich sofort Vorurteile.

Unberechtigt, meint Eva Neumann. »Wir haben noch kein inhaltliches Konzept auf Wunsch der

Walter, der als Kulturmanager in den 90ern in Mitte Erfahrungen gesammelt hat. Er gründete Ende 2003 zusammen mit Eva Neumann die Agentur Causales. Das Büro liegt in den Räumen des FEZ Wahlheide, für das Walter das Kulturmarketing aufgebaut hat. Eine lohnende Sache für das große Zentrum. Mit der Deutschen Bahn, die als Jahrespartner elli che Mittel zuschießt, und anderen großen Unternehmen hat das FEZ finanzkräftige Förderer. Anders als viele Einrichtungen, die hart um Unterstützung kämpfen müssen. Denn laut Kommunikationswirt Walter werden in Deutschland zwar jährlich vier Mil-

Von Anouk Meyer
Zu wenig Geld, zu wenig Förderer – ein Hauptproblem im Kulturbereich. Der Staat schraubt den Etat immer weiter zurück. Mit einem interessanten Konzept bringt Causales frischen Wind in die Szene: Die Agentur für Marketing und Kommunikation hat sich darauf spezialisiert, Geld und Sponsoren für Kultureinrichtungen aufzutreiben.

Das Prinzip: Gutes zu tun und darüber zu reden, ist in der Werbebranche verbreitet. Warum es nicht auf Vereine, Theater und Veranstaltungsorte umlegen, dachte sich Kommunikationswirt Hans-Conrad

Datum: 04.08.04	Quelle: Neues Deutschland
Auflagenhöhe: 57.051	Kontakte: 171.153