

Agentur Causales
Agentur für Marketing und Kommunikation

Kulturmarken

Kulturmarken

(ND-A.Meyer). Auf viel Interesse stößt nach eigener Auskunft die Initiative Kulturmarken, welche die Berliner Agentur causales im September gestartet hat, um Wirtschaftsunternehmen als langfristige Sponsoren für Kultureinrichtungen zu gewinnen. »Es gab viele Anfragen seitens der Wirtschaft«, so Eva Neumann von causales. Auch hätten sich Kinos, Theater und Opernhäuser gemeldet, um auf der Website (www.kulturmarken.de) präsentiert zu werden.

Bisher werden auf der Website unter den Sparten Bildung, Bühne, Familienzentrum, Kinder, Museum, Veranstaltungsort und Festival insgesamt 15 Kulturinstitutionen vorgestellt, darunter die Kulturbrauerei, die Deutsche Oper, das Naturkundemuseum und das FEZ. Viel Information ist wichtig für potenzielle Sponsoren. Schließlich will ein Wirtschaftsunternehmen, das Geld und Zeit in Kultur investiert, damit sein Image verbessern.

Laut Projektkoordinator Hans-Conrad Walter wolle man mit der Initiative das Ungleichgewicht ausbalancieren, das beim Sponsoring herrsche: Zwar würden dafür pro Jahr vier Milliarden Euro ausgegeben, aber nur acht Prozent, also 350 Millionen Euro, kämen der Kultur zugute. Neben der Website ist auch ein Handbuch »Kulturmarken« erhältlich (www.causales.de).

Datum: 02.11.04

Quelle: Neues Deutschland

Auflagenhöhe: 59.646

Kontakte: 178.938