

PRESSEINFORMATION VOM 10. SEPTEMBER 2014

JAHRBUCH KULTURMARKEN 2015

Wegweiser für unternehmerische Kulturförderung und Kultursponsoring im deutschsprachigen Raum erscheint als Printausgabe und erstmalig als kostenfreie Online-Version

Die 11. Ausgabe des Jahrbuches Kulturmarken erscheint am 10. September 2014 und enthält Fachinformationen über den europäischen Kultursponsoringmarkt. In einem Leitartikel werden erstmalig die Kulturfinanzierungsstrukturen im europäischen Raum verglichen und die unternehmerische Kulturförderung als wichtiger Bestandteil europäischer Kulturfinanzierung dargestellt. Das Jahrbuch enthält Interviews mit Experten aus Politik, Wirtschaft und Kultur zum sensiblen Verhältnis zwischen Kultur und Markt und veröffentlicht Marktkennzahlen und Praxisbeispiele erfolgreicher Partnerschaften zwischen Wirtschaft und Kultur. 50 namhafte Kulturanbieter aus den fünf deutschsprachigen Ländern Deutschland, Österreich, Schweiz, Liechtenstein und Luxemburg präsentieren sich als attraktive Sponsoring-Partner mit konkreten Angeboten. Das Jahrbuch Kulturmarken 2015 mit 272 Seiten kann ab sofort im Buchhandel oder auf dem Online-Portal www.kulturmarken.de bestellt werden.

„Kultur braucht kluge kulturpolitische Rahmenbedingungen, wachsende staatliche Förderungen und eine Unterstützung durch die Zivilgesellschaft, sowie einen Kulturmarkt mit vielfältigen kulturellen Angeboten. Einen wichtigen Teilmarkt bildet dabei der Kultursponsoringmarkt, in dem private Investoren und Sponsoren nutzenorientierte Angebote für ihr gesellschaftliches Engagement finden“, so Hans-Conrad Walter, einer der Herausgeber des Jahrbuches Kulturmarken. Unter anderem werden zu diesem sensiblen Verhältnis zwischen Kultur und Markt Experten wie Prof. Dr. jur. Oliver Scheytt (Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.); Georg Fahrenschoen (Präsident des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes) und Prof. Dr. Dr. hc. mult. Hermann Parzinger (Präsident der Stiftung Preußischer Kulturbesitz) in Interviews befragt.

Causales veröffentlicht erstmalig im Jahrbuch Kulturmarken 2015 Ergebnisse einer europaweiten Studie zum Kultursponsoringmarkt. 251 europäische Studienteilnehmer aus den vielfältigsten Kulturbereichen haben an der Umfrage mitgewirkt und ihre Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Sponsoren reflektiert. Die Ergebnisse der Studie zeigen auf, dass Sponsoring als Finanzierungs- und Kommunikationsinstrument auf europäischer Ebene im nichtdeutschsprachigen Raum einen größeren Stellenwert besitzt als in den deutschsprachigen Ländern. So engagieren sich deutsche Wirtschaftsunternehmen zusammen im Jahr mit einer Gesamtausgabe von 4,27 Euro pro Einwohner, die Unternehmen in Frankreich hingegen mit 7,52 Euro und niederländische Wirtschaftsunternehmen mit 17,11 Euro für kulturelle Aktivitäten.

Angebot und Nachfrage werden im dritten Teil des Jahrbuches Kulturmarken 2015 durch eine Übersicht wichtiger Kulturanbieter aus den fünf deutschsprachigen Ländern gefördert. 50 Kulturanbieter, wie das Goethe-Institut, das Staatsballett Berlin, die Kunsthalle Bremen, das Schauspielhaus Zürich, die Oper Leipzig, das Städel Museum und das Cabaret Voltaire veröffentlichen auf jeweils einer Doppelseite ihre Sponsoringangebote für das Jahr 2015 mit Zielgruppendefinitionen, Werbereichweiten,

betriebswirtschaftlichen Parametern und individuellen Ideen zur Gestaltung von Sponsoringpartnerschaften. Daten der jeweiligen Ansprechpartner ermöglichen die direkte Kontaktaufnahme zwischen Wirtschaft und Kultur. Eine kostenfreie Online-Version ist unter www.kulturmarken.de zur Ansicht verfügbar.

Produktinformation:

Gebundene Ausgabe: 272 Seiten, Softcover

Verlag: Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH

Konzept und Herausgeber: Hans-Conrad Walter und Eva Nieuweboer

ISBN: 978-3-9816125-1-6

Format: 210 x 280 mm Schutzgebühr: 44,95 Euro zzgl. 7% MwSt. und 3,90

Euro Versandkosten innerhalb Deutschland / 8,90 Euro Versandkosten

außerhalb Deutschlands

Freiverteiler: freier Versand an Wirtschaftsunternehmen zu Versandkosten

Pressekontakt: Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Tina Mayer-Lockhoff, Bötzwstraße 25, 10407 Berlin, Deutschland, Tel.: +49 (0)30 53 214-391, Fax: +49 (0)30 53 215-337, mayer-lockhoff@causales.de, www.kulturmarken.de, www.kulturinvest.de