



28.07.2021 – 11:36 Uhr

Ausschreibung für die 16. Europäischen Kulturmarken-Awards stehen zum Download bereit / Jury ruft zur Einreichung von Bewerbungen bis zum 06. September 2021 in acht Kategorien auf

Berlin (ots) -

Berlin: Die namhafte Jury der Europäischen Kulturmarken-Awards ruft zur Einreichung von Bewerbungen bis zum 06. September 2021 in acht Kategorien auf. Der 2006 ins Leben gerufene Wettbewerb für innovatives Kulturmanagement, trendsetzendes Kulturmarketing und nachhaltige Kulturförderung zeichnet zukunftsweisende und dynamische Kulturprojekte in insgesamt acht Wettbewerbskategorien aus. Die Auslober*innen der Awards um den Kulturmanager Hans-Conrad Walter wollen in diesem Jahr insbesondere Kulturanbieter*innen in Europa unter dem Motto "Zeigt, dass Ihr noch da seid!" motivieren, mit ihren Wettbewerbsbeiträgen die gesellschaftliche Relevanz von Kultur noch sichtbarer zu machen. Die 40-köpfige Expert*innenjury aus Wirtschaft, Kultur und Medien entscheidet am 24. September in der Kulturmetropole Dresden über die Nominierungen und Preisträger*innen. Die Preisverleihung findet am 11. November innerhalb der Kulturmarken-Gala "Night of Cultural Brands" in der Staatsoperette auf dem Kraftwerk Mitte Dresden vor 700 geladenen Gästen innerhalb des KulturInvest!-Kongresses statt. Die umfangreiche Ausschreibung steht nun zum Download bereit. <https://kulturmarken.de/veranstaltungen/kulturmarken-award/ausschreibung>

Seit seiner Geburtsstunde hat sich der unabhängige Wettbewerb jährlich weiterentwickelt, neue Kategorien aufgenommen und bestehende modifiziert, um den Kulturmarkt zu stimulieren, das enorme kulturelle Potenzial sichtbar zu machen und sowohl Kreativität als auch dynamische Kulturprojekte und außergewöhnliche Persönlichkeiten auszuzeichnen. Dabei ist innovatives Kulturmanagement in jeder der acht Kategorien die Grundlage für die hochkarätigen Auszeichnungen. Kulturpolitische Haltung, innovative Programmatik, identitätsbasierte Markenentwicklung, ästhetische und effiziente Markenpflege sind zudem wichtige Kriterien der Jurybewertung. Darüber hinaus werden Trends im Kulturtourismus, der Stadtkultur, der kulturellen Bildung sowie die Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen ausgezeichnet. Damit richten sich die Europäischen Kulturmarken-Awards an Kulturanbieter*innen, kulturfördernde Unternehmen, Stiftungen, Kommunen, Tourismusregionen und Medien.

Die Preisträger*innen werden innerhalb der "Night of Cultural Brands" am 11. November 2021 vor 700 geladenen Gästen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Medien in der Staatsoperette mit der Preisskulptur Aurica geehrt. Die Ikone des europäischen Kulturmarktes ist eine 23 Zentimeter hohe, im Bronzegussverfahren hergestellte Statue. Europäisch ist auch ihr Name - AURICA, ein rumänischer Mädchenname, der die Goldene meint, trägt alles in sich, was so begehrenswert ist: Aura, Aurum und Heureka. Die Skulptur steht für die Kreativität, Attraktivität und Vielfalt des europäischen Kulturmarktes und versinnbildlicht die wertvolle Vermittlungsarbeit der europäischen Kulturanbieter*innen und das leidenschaftliche Engagement europäischer Kulturförder*innen.

In diesen acht Wettbewerbskategorien können in diesem Jahr Bewerbungen eingereicht werden:

- Europäische Kulturmarke des Jahres 2021
- Europäische Trendmarke des Jahres 2021
- Europäische*r Kulturmanager*in des Jahres 2021
- Europäische*r Kulturinvestor*in des Jahres 2021
- Europäisches Bildungsprogramm des Jahres 2021
- Europäische Kulturtourismusregion des Jahres 2021
- Europäischer Preis für Stadtkultur 2021
- Europäischer Preis für Nachhaltigkeit im Kulturmarkt 2021

Die Europäischen Kulturmarken-Awards werden gefördert durch das Sächsische Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus sowie die Landeshauptstadt Dresden, Preisstifterin ist die Hoffbauer-Stiftung. Der Wettbewerb wird von den Premiumpartner*innen SAP, RSM, Kulturplakatierung, Arnold Group, Bayer Kultur, ARTE Magazin, Deutsche Post DHL-Group, Deutsche Welle TV und Sächsische Zeitung, sowie von den Partner*innen Kraftwerk Mitte Dresden, Staatsoperette Dresden, Dresden Marketing, tjg. theater junge generation, Partyrent Group, Deutsche Bahn, Mihai, Patide, Berlin Partner, KULTURPERSONAL, Kulturmanagement Network, VDVO, bcsd Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing, Origo Kaffee, Crescendo, Bühnentechnische Rundschau, WA-Verlag, theater heute, Opernwelt, Theatermanagement-aktuell, Tanz, public marketing, kultur west, tanznetz, Der Theater Friedrich-Verlag, fundraiser magazin, Kulturpolitische Gesellschaft e.V., INTHEGA, kulturnews, new business Magazin, ESB Marketing Netzwerk, marketing-BÖRSE, WA Media, Hauptstadt TV, Stiftung & Sponsoring, Das Magazin, Horizont, Wernesgrüner, dem Staatsweingut Schloss Wackerbarth und dem Verband der Veranstaltungsorganisatoren unterstützt.

<https://kulturmarken.de/veranstaltungen/kulturmarken-award>

Pressekontakt:

Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Geschäftsführer Hans-Conrad Walter, Bötzwowstraße 25,

10407 Berlin, Telefon: +49 30 53 214 391, Fax: +49 30 53 215 337, E-Mail: walter@causales.de, www.kulturmarken.de,
www.cultural-brands.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100054791/100874947> abgerufen werden.