

Wettbewerbsstart der 16. Europäischen Kulturmarken-Awards

Europas avanciertester Kulturpreis macht die gesellschaftliche Relevanz von Kultur sichtbarer

Veröffentlicht am 23.06.2021, von Anzeige

Der 2006 ins Leben gerufene Wettbewerb für innovatives Kulturmanagement, trendsetzendes Kulturmarketing und nachhaltige Kulturförderung gilt mittlerweile als Europas avanciertester Kulturpreis und zeichnet zukunftsweisende Kulturprojekte in insgesamt acht Wettbewerbskategorien aus. Die Auslober*innen des Awards um den Kulturmanager Hans-Conrad Walter wollen in diesem Jahr insbesondere Kulturanbieter*innen in Europa motivieren, mit ihren Wettbewerbsbeiträgen die gesellschaftliche Relevanz von Kultur noch sichtbarer zu machen. Eine 40-köpfige Expert*innenjury aus Wirtschaft, Kultur und Medien mit dem Jurypräsidenten Dr. Hagen W. Lippe-Weißenfeld 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. www.kulturmarken.de

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 Elemente der Jurybewertung. Darüber hinaus werden Trends im Kulturtourismus, der Stadtkultur, der kulturellen Bildung sowie die Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen ausgezeichnet. Damit richtet 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 Dresden 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 Mädchename, 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.

Informationen zu den Ausschreibungsmodalitäten, Fristen und Wettbewerbskategorien finden Sie unter <https://kulturmarken.de/veranstaltungen/kulturmarken-award>.

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

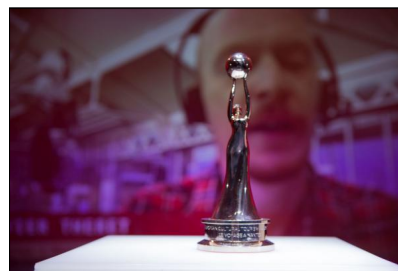
Die Europäischen Kulturmarken-Awards werden gefördert durch das sächsische Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus sowie die Landeshauptstadt Dresden, Preisstifterin ist die Hoffbauer-Stiftung. Der Wettbewerb wird von den Premiumpartner*innen SAP, RSM, Kulturplakatierung, Arnold Group,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



© Causales



© Causales



© Causales