

WIRTSCHAFT

Golfhotel wirbt in Skandinavien

„Treudenberg“ sieht sich auf gutem Weg

Nach schwierigen Monaten navigiert das „Steigenberger Hotel Treudenberg“ im Hamburger Norden wieder auf gutem Kurs.

Das „Hotel Treudenberg“ gehört seit 2006 zur Garbe-Gruppe. Im Zuge der Neuordnung des Unternehmens gab es auch Spekulationen über den Verkauf des Hauses an einen Investor.

Erst vor drei Jahren war das Hotel um 90 Zimmer erweitert worden. Damit geriet das Mehrgewinn an Zimmern exakt in die Krise.

Viele Nachwuchskünstler schwören auf die Unterstützung durch Unternehmen

Auch kleineren Kulturbetrieben wie der Opera Stabile oder dem Hoftheater wird dadurch geholfen

JÜRGEN HOFFMANN

Hamburgs Unternehmen geben jedes Jahr Hunderte Millionen Euro für Werbung aus. Auch für Public und Investor Relations wird tief in die Tasche gegriffen.

Zu den Firmen, die sich kulturell engagieren, gehören beispielsweise die Otto-Group, Aurubis, British American Tobacco, die Lebensversicherung Condor, DAL, Deutsche EuroShop, ECE Projektmanagement, die Haspa, HCI Capital, Montblanc und Signal Iduna.

Besonders in Zeiten knapper Ressourcen wolle das Unternehmen Verantwortung übernehmen, um Kultur und junge Talente zu unterstützen.

Auch der Energieversorger Vattenfall, der rund 80 Prozent der Hamburger mit Strom beliefert, fördert die schönen Künste.



Der Pianist Sebastian Knauer bei einem Besuch der Fabrik von Steinway. Der Pianist wird von einer Privatbank gefördert

Kultur-Sponsoring zur Pflege des Image

Immer mehr Firmen greifen zur Förderung von Künstlern, Sportlern oder sozialen Projekten tief in die eigene Tasche

ungewöhnlichen Orten: ein Thriller im Institut der Rechtsmedizin oder ein Piratenabenteuer auf der „Cap San Diego“.

Die Berenberg Bank betreut nicht nur das Vermögen gut betuchter Leute, sondern kümmert sich auch um künstlerische Talente.

Die Berenberg Bank betreut nicht nur das Vermögen gut betuchter Leute, sondern kümmert sich auch um künstlerische Talente.

oder Institutionen. Vorstandschef Hans-Walter Peters glaubt, „dass kulturelle Vielfalt und ein reges Geistesleben als Standortfaktoren einer Stadt unverzichtbar sind“.

„Wir suchen den Kontakt auf Veranstaltungen, um in der Stadt im Gespräch zu bleiben“

Pieter Wasmuth, Vattenfall-Chef

wurde, sponsert beispielsweise den 40-jährigen Pianisten Sebastian Knauer. Und das seit Jahren.

Unter dem Motto „Kultur im Betrieb“ lädt Beiersdorf seit 20 Jahren Nachbarn, Mitarbeiter und deren Familien viermal im Jahr zu Kulturveranstaltungen ein.

Fazit: Die Unternehmen, die sich als Kultursponsoren engagieren, tun dies nicht aus Altruismus. Sie wollen ihren Standort stärken, ihren Bekanntheitsgrad erhöhen, sich als „Good Neighbour“ profilieren und ihr Image positiv besetzen.

HEIMAT FÜR GENUSSVERSTÄRKER. Entdecken Sie Heimat neu - genießen Sie Produkte aus Naturparken!

Ihre Ansprechpartner. Anzeigenverkaufsteam Nord/Hamburg, Axel Springer-Platz 1, 20350 Hamburg

29. DEZEMBER BIS 4. JANUAR SPIELPLAN DER HAMBURGER BÜHNEN. THEATER IM DEUTSCHEN BÜHNENVEREIN. HAMBURGER PRIVATBÜHNEN. HEUTE: DER ZIGEUNERBARON Operette von Johann Strauß

DIE WELT WELT am SONNTAG