

JAHRBUCH KULTURMARKEN

Auf 176 Seiten sowie im Internet unter www.kulturmarken.de präsentieren Kulturinstitutionen wie die Dresdner Semperoper, die Kunsthalle Bremen und die Musikmesse Popkomm ihre Sponsoringangebote fürs kommende Jahr. Namhafte Unternehmen, darunter die Deutsche Bank, die Deutsche Bahn und die Deutsche Post verraten in Best-Practice-Beispielen ihre Sponsoringstrategien und -aktivitäten. Ausgabe vier des Jahrbuchs wurde um Experteninterviews zum Thema Kultursponsoring erweitert.

Info Agentur Causales, Berlin 2007