

## **Orte, Gastgeber und Themen 1996 – 2018 der Sitzungen des Arbeitskreises Kulturförderung (AKF) bis April 2017 Arbeitskreis Kultursponsoring (AKS)**

- Herbst 1996, Köln, BDA: Konstituierende Sitzung
- Frühjahr 1997, Köln, Nordstern Kunstversicherung
- Herbst 1997, Frankfurt, DG Bank
- Frühjahr 1998, Hamburg, Beiersdorf AG
- Herbst 1998, Essen, Ruhrgas AG: Öffentlicher Workshop  
**Kultursponsoring. Chancen und Risiken für Kultur, Wirtschaft, Gesellschaft**
- Frühjahr 1999, Düsseldorf, VEBA AG / NRW-Forum Kultur und Wirtschaft
- Herbst 1999, München, Bertelsmann Buch AG / HypoVereinsbank AG
- Frühjahr 2000, Berlin, Bankgesellschaft Berlin / Haus der Deutschen Wirtschaft
- Herbst 2000, Wolfsburg, Volkswagen AG
- Frühjahr 2001, Hamburg, Montblanc International GmbH
- Herbst 2001, Berlin, DZ Bank
- Frühjahr 2002, München, Siemens AG
- Herbst 2002, Berlin, ProSiebenSat.1 Media AG
- Frühjahr 2003, Stuttgart, DaimlerChrysler AG
- Herbst 2003, Hamburg, British-American-Tobacco
- Frühjahr 2004, Celle, Kunstmuseum Celle
- Herbst 2004, Berlin, Deutsche Telekom AG
- Frühjahr 2005, Jena, Jenoptik AG
- Herbst 2005, München, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft AG
- Frühjahr 2006, Leipzig, BMW Group Kultur im Unternehmen
- Herbst 2006, Frankfurt, KfW Bankengruppe:  
**Wirtschaft Stadt Kultur**
- Frühjahr 2007, Karlsruhe, EnBW AG:  
**Kultursponsoring als Marketing-Coup - Sahnehäubchen oder Sauerteig ...?**
- Herbst 2007, Köln, Toyota Deutschland GmbH:  
**Kunststeuer oder Steuerkunst? Von geldwerten Vor- und Nachteilen**
- Frühjahr 2008, Hamburg, ZEIT Verlag:  
**(An)stiften. Unternehmerische Kulturförderung in Stiftungsform**
- Herbst 2008, Ingolstadt, Audi AG:  
**Think local, act local: Regionale Kulturförderung von Unternehmen**
- Frühjahr 2009, Spiekeroog, Beluga Shipping GmbH:  
**Das Unternehmen Kunst: Künstlerische Schaffensprozesse**
- Herbst 2009, Berlin, Deutsche Bank AG:  
**Unternehmerische Kulturförderung in der Krise? Werte, Chancen, Grenzen**
- Frühjahr 2010, Essen, RWE AG:  
**Kulturförderung im digitalen Zeitalter**

- Herbst 2010, München, Hypo-Vereinsbank:  
**Kultursponsoring als Marketing- und Vertriebsplattform?**
- Frühjahr 2011, Hanau, Evonik Industries AG:  
**Kulturelle Bildung**
- Herbst 2011, Düsseldorf, ERGO Versicherungsgruppe:  
**Kommunikation kulturellen Engagements**
- Frühjahr 2012, Berlin, GASAG AG:  
**Nicht-monetäre Kulturförderung. Von Sach sponsoring, Corporate Volunteering & Co.**
- Herbst 2012, Ludwigshafen, BASF SE:  
**Mehr als ein Kuschelfaktor? Kulturförderung als Mittel der nachhaltigen Wertsteigerung**
- Frühjahr 2013, Hamburg, ECE Projektmanagement:  
**Neue Kooperations- und Förderformen**
- Herbst 2013, Glashütte, A. Lange & Söhne:  
**(Interne) Kommunikationsstrategien: überzeugen, wirken, berichten**
- Frühjahr 2014, Münster, Sparda-Bank Münster eG:  
**Guerilla-Marketing und Partizipation – für und durch Kultur**
- Herbst 2014, Dortmund / Iserlohn, Dornbracht GmbH & Co. KG und Wilo SE:  
**Staat und Privat**
- Frühjahr 2015, Frankfurt a.M., DekaBank Deutsche Girozentrale:  
**Wechselwirkungen zwischen Kultursponsoring und Unternehmenszielen**
- Herbst 2015, Stuttgart, Daimler AG:  
**Kultur und Marke: Wer hilft wem?**
- Frühjahr 2016, Berlin, Weberbank Actiengesellschaft:  
**Digitalisierung und Kultur – Neue Medien richtig nutzen**
- Herbst 2016, Frankfurt, Commerzbank AG:  
**Compliance: Fallstricke und Expertentipps**
- Frühjahr 2017, Wolfsburg, Volkswagen AG:  
**Neue Kooperationsmodelle in der Kulturförderung durch Unternehmen und unternehmensnahe Stiftungen**
- Herbst 2017, Hamburg, Otto Group:  
**Digitalisierung, Unternehmen und Kultur – Trends und Perspektiven**
- Frühjahr 2018, Essen, Evonik Industries:  
**Trotz Zinstief und Sparzwang; Effektive Förderkonzepte auch bei geringem Budget**
- Herbst 2018, Nürnberg, DATEV eG:  
**Von der Kunst lernen. Künstlerische Prozesse als Vorbild für Innovation und Kreativität in der Wirtschaft**
- Frühjahr 2019, Karlsruhe, Vollack Gruppe:  
**Zielorientierung und Wirkungsmessung in der Kulturförderung**