

Orte, Gastgeber und Themen 1996 – 2019 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
- Herbst 2019, Aareal Bank AG:
Unternehmerische Kulturförderung im Spannungsfeld des demografischen Wandels