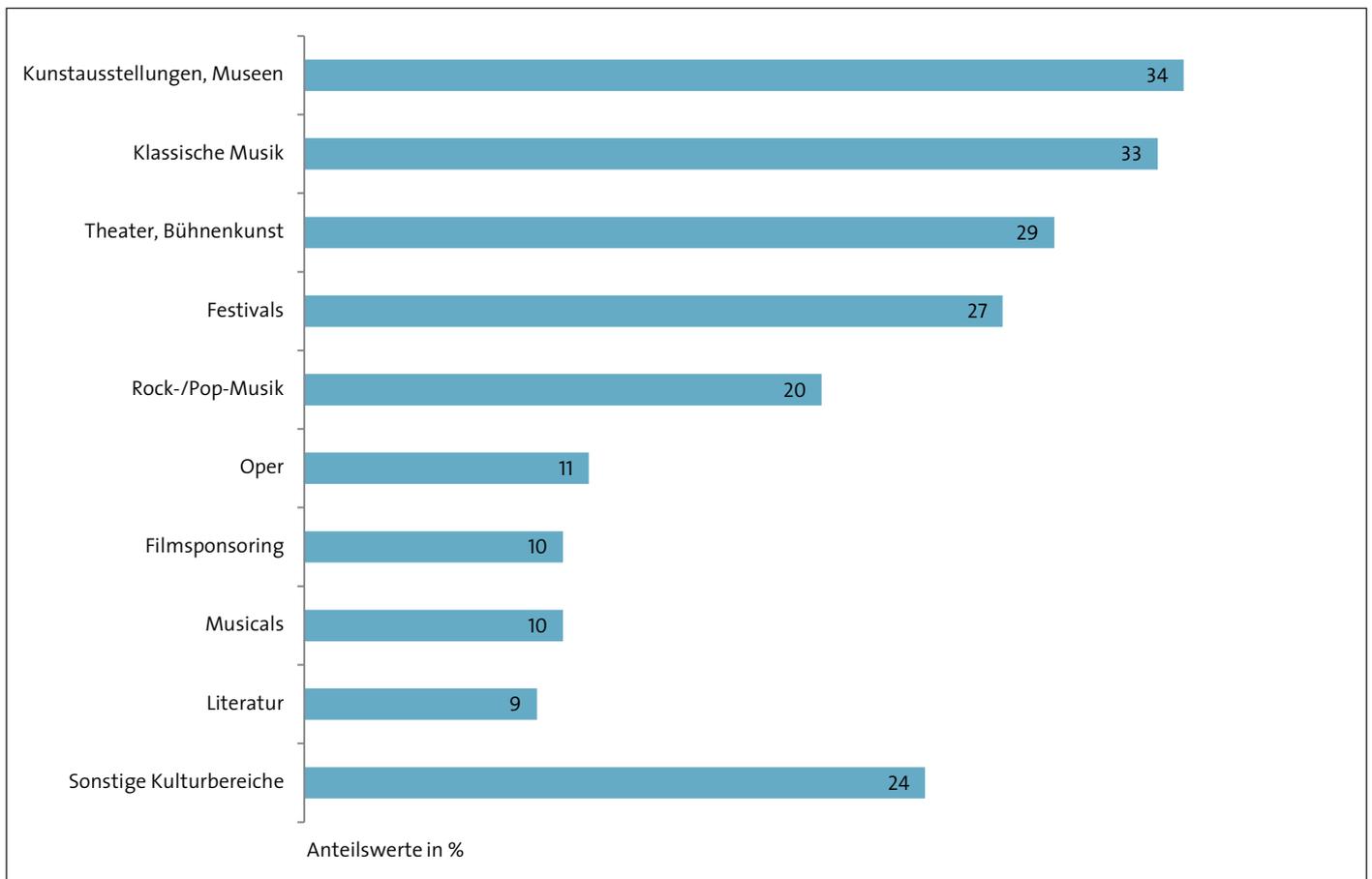


» Sponsoringpräferenzen deutscher Unternehmen nach Kulturbereichen



Hinweis: Grundlage der Daten ist eine repräsentativ angelegte telefonische Befragung deutscher Unternehmen mit ergänzendem Online- oder Papierfragebogen. Insgesamt 209 Werbung-/Sponsoring treibende Unternehmen bzw. Agenturen konnten in der Auswertung berücksichtigt werden. Dies entspricht einer Ausschöpfung von rund 50%.

Wortlaut der Frage: „In welchen Bereichen wird Ihr Unternehmen im Kalenderjahr 2010 als Sponsor tätig sein?“

Quelle: *Sponsor Visions 2010*, hrsg. v. *pilot checkpoint GmbH und Fachverband Sponsoring, Hamburg 2010*.