Geschrieben von: Dominik Fette
12. Dezember 2013

Ein "Science Slam" mit vielen innovativen Ideen - so hatte sich das die PR-Agentur Burson Marsteller vorgestellt, um das Image des Ölkonzerns zu pollieren. Die Rechnung ging allerdings nicht so ganz auf...
Sehen Sie sich das Video an, lesen Sie auf metronaut.de über die Aktion , oder gehen sie auf die Aktionsseite des Peng! Collectives
.