

STUDIEN ZUR KULTURPOLITIK

Renaissance der Mäzene?

**Interessenvielfalt in der
privaten Kulturfinanzierung**

von

Karla Fohrbeck

Zentrum für Kulturforschung/Bonn

herausgegeben vom

Bundesminister des Innern

DuMont Buchverlag Köln 1989

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	9
Danksagung	10
1. Über den “Mäzen” hinaus: Mehr Geld für die Kultur – mehr Interessen an der Kultur (Einleitung)	13
2. Der Ruf des Mäzens – der Ruf nach den Mäzenen	35
2.1 Der Geist im Grabe – das Erbe des Maecenas	38
2.2 Künstler und Mäzene – Künstler als Mäzene	48
2.3 Sponsoring und Product Placement im Spiegel der Medien	63
2.4 Art Promoter – Consultants – Fund Raiser ... Die neue Schicht der Manager	87
2.5 Der Staat ist kein Mäzen – Zum Verhältnis von öffentlicher zu privater Kulturfinanzierung	99
3. Der Beruf des “Mäzens” – zwischen Berufung und Eigeninteressen	125
3.1 Wer finanziert was, für wen, wie hoch? Ergebnisse empirischer Umfragen	126
3.2 Viel’ Seelen wohnen, ach, in ihrer Brust – Ein Panorama von Motiven und Interessen	143
3.3 Risikogemeinschaft Kunst und Wirtschaft – der Kulturkreis im BDI	164
3.4 Make a sound investment – Business Committees for the Arts (Auslandsvergleich)	174
4. Der “Mäzen” im eigenen Haus – Von der betrieblichen zur auswärtigen Kulturpolitik	187
4.1 Acht Stunden sind ein Arbeitstag – Kultur im Betrieb	190
4.2 “Wir sind doch nicht alle Intellektuelle” – Bildende Kunst im Betrieb	209
4.3 Lokalpatron – Lokalpatronage Kultur als Standortfaktor und Heimatbindung	224
4.4 Firmengeschichte – Firmenidentität Vermächtnisse und Erinnerungen	237

4.5	Stiftungsideen – Stiftungsidentität Von Essen bis Europa	3. 24
4.6	Because business knows no boundaries – Multinationale Unternehmen machen Kulturpolitik	26
4.7	Botschaften ohne Botschafter – Auswärtige Kulturbeziehungen im globalen Dorf	27
5.	Rohstoff Kultur – vom mäzenatischen Überbau zur wirtschaftlichen Basis	28
5.1	Made in ... made from ... made for ... Produktdifferenzierung und Lifestyles	29
5.2	Vom Totem zum Lifestyle – Auto mit Seele	32
5.3	Spezialfall Kulturwirtschaft – Kulturförderung oder Re-Investment?	33
5.4	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Kulturauftrag – Pflichtaufgabe oder Mäzenatentum?	34
6.	Medicis von heute? Geldinstitute als Kulturfinanciers und Kulturvermittler	36
6.1	Das liebe Geld – in seiner schönsten Form	36
6.2	Wer hat, der kann – und wer kann, der soll	36
6.3	L'or pour l'art – Kulturpreise und Stiftungen als Wachstumsbranche	38
6.4	Kommerz verpflichtet – “Kulturföderalismus” im Bankenwesen	39
6.5	Der Gemeinnützigkeit verpflichtet – Lokale und regionale Kulturförderung durch Sparkassen und Landesbanken	41
6.6	Versicherungen – “Alte Meister” im Umgang mit der Kunst?	42
6.7	Kultivierte Casinos und Bargeld aus den Lotto-Töpfen	43
7.	“Mäzene” im Wartestand – Grauzonen zwischen öffentlichem und privatem Kulturinteresse	44
7.1	Vom Patronat zum Gotteslohn – Wie hält's die Kirche mit der Kunst?	44
7.2	Adel verpflichtet – immer noch?	46
7.3	Universität – Universalität Vom Kulturkampf zur kulturellen Öffentlichkeit?	47
7.4	Von der Arbeiter- zur Gewerkschaftskultur? Über Maifeier und Feierabend hinaus	48
7.5	Energien für die Kunst? – Elektro- und Verkehrsmäzene	50

8. Ein Volk von Mäzenen? – Kulturfinanzierung als res publica	515
8.1 Bürgersinn und Vereinsleben – eine “Massenbasis” für die Kultur	516
8.2 Alter und neu entdeckter Eigensinn – Fast die Hälfte unserer Museen ist “privat”	541
8.3 Vom Flohmarkt zur Reliquie – Jeder Mensch ein Sammler	553
8.4 Stiftungsvielfalt – und wie man sie vergrößern kann	571
8.5 Zu viele Preise? Kunstförderung beginnt mit Künstlerförderung	587
<i>Anhang</i>	603
Adressen	604
Hinweise für Vereine und Stiftungen	605
Literaturverzeichnis	612
Register	
Orts-/Regionalregister	626
Personenregister	631
Institutionen/Firmen	640
Stichwortregister	656
Übersicht der Tabellen	672
Übersicht der Kastenseiten mit Beispielen, Zitaten und Illustrationen	673
Bildquellenverzeichnis	677