

ROLAND BERCKENHAGEN

**KUNSTFÖRDERUNG ALS INSTRUMENT  
DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION**

Untersuchung am Beispiel  
von deutschen Banken

MAR-V VERLAG MÜNCHEN 1988

ISBN 3-927584-00-2

## INHALTSVERZEICHNIS

1. Kunstförderung als Thema für eine betriebswirtschaftliche Arbeit	1
1.1. Einführung	1
1.2. Thematischer und begrifflicher Rahmen	5
1.2.1. Themenabgrenzung	5
1.2.2. Bestimmung zentraler Begriffe	6
1.2.2.1. Kunst. (im Allgemeinen)	6
1.2.2.2. Bildende Kunst	7
1.2.2.3. Kunstförderung	7
1.2.2.4. Kommunikation	7
1.3. Methodik und Vorgehensweise bei der Themenerarbeitung	8
1.3.1. Methode	8
1.3.2. Gang der Untersuchung	9
2. Formen der Kunstförderung	11
2.1. Kunstausstellungen	11
2.1.1. Förderung von Ausstellungen in öffentlichen Museen, Kunstvereinen und anderen Institutionen	11
2.1.2. Ausstellungen in eigenen Räumen	12
2.2. Unternehmensstiftungen	14
2.3. Förderung einzelner Künstler	15
2.4. Erhaltung von Kulturgütern	16
2.4.1. Denkmalpflege	16
2.4.2. Restaurierung bedrohter Kunstwerke	18

3. Motive und Ziele des Kunstförderungsengagements	19
3.1. Beweggründe des Engagements von Unternehmen für die Kunst	19
3.2. Die Notwendigkeit einer Zielformulierung	22
3.3. Kommunikative Zielsetzungen	22
3.3.1. Entwicklung des Unternehmensimages	23
3.3.2. Kontaktpflege	23
3.3.3. Anregung der unternehmensinternen Kommunikation	24
3.3.4. Erschließung von Auslandsmärkten	24
3.4. Ökonomische Ziele als im Regelfall untergeordnete Ziele	25
4. Entwicklung einer Kunstförderungsstrategie	26
4.1. Planungsprozeß	26
4.1.1. Zielgruppenbestimmung	26
4.1.2. Bestandteile einer Kunstförderungsstrategie	27
4.1.3. Einbindung der Kunstförderungsstrategie in die Kommunikationsstrategie des Unternehmens	29
4.2. Bestimmung der personellen Ressourcen	30
4.2.1. Festlegung der Betreuung der Kunstförderungsaktivitäten innerhalb der Unternehmenshierarchie	30
4.2.2. Inanspruchnahme von externen Beratern	30
4.3. Selektion einer geeigneten Kunstförderungsaktivität	31

4.4. Instrumentarium zum erfolgreichen Transfer der Kunstförderungsbot- schaft zur Zielgruppe	34
5. Ergebnisse des Kunstförderungs- engagements	36
5.1 Meßansätze zur Wirkungskontrolle - eine kritische Standortbestimmung	36
5.2. Weitere Erfolgsindikatoren	39
6. Schlußbetrachtung	44
Anlage 1	47
Anlage 2	49
Anlage 3	50
Literaturverzeichnis	52
Verzeichnis der Interviewpartner	60