

Friedrich Looek

Kunstsporing

**Ein Spannungsfeld zwischen Unternehmen, Künstlern
und Gesellschaft**

00256711

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inv.-Nr. :	40.779
Abstell-Nr. :	A28/1788
Sachgebiete:	5.2.4.3
	9.9.4

Inhalt

0	Hinführung zum Thema.....	11
1	Kunstsporing - Ein neues Phänomen?	16
1.1	Die Öffentliche Hand - Der maßgebende Träger der Kulturpolitik in der Bundesrepublik Deutschland	19
1.1.1	Kultur und Kunst.....	21
1.1.2	Die künstlerischen Sachbereiche.....	23
1.2	Kunst und Wirtschaft - Eine sinnvolle Ergänzung des Systems der Kunstförderung?	34
1.2.1	Mäzenatentum und Sporing	38
1.2.2	Einblicke in ein Kunstsporing.....	43
1.2.3	Die Stiftung	51
2	Die Unternehmung als Kunstsporing - Widerspruch oder unternehmungspolitische Konsequenz?	56
2.1	Die gesellschaftswissenschaftliche Theoriebildung als Erklärungsansatz eines Kunstsporing?	59
2.1.1	Gesellschaftliche Verantwortung und Unternehmungskultur	61
2.1.2	Interpretation des künstlerischen Engagements	68
2.1.2.1	Die klassisch-liberale These	70
2.1.2.2	Die ökonomisch-rationale These	72

2.1.2.3 Die moralisch-ethische These	73
2.1.2.4 Vergleichende Bewertung der Thesen	75
2.2 Die Anwendung der Entscheidungsprozeßtheorie - Grundlage oder Grenze eines Kunstsporing?	78
2.2.1 Definition der Entscheidungsträger	79
2.2.1.1 Mittelbare und unmittelbare Entscheidungsträger	80
2.2.1.2 Konstellationen der Zusammenarbeit	81
2.2.1.2.1 Die organisatorische Integration	82
2.2.1.2.2 Die objektive und subjektive Bedeutung des künstlerischen Engagements	86
2.2.2 Die Kunstsporing-Planung	91
2.2.2.1 Zielsetzungen und Entscheidungsfindung	96
2.2.2.2 Die langfristige Planung	105
2.2.2.3 Die mittel- und kurzfristige Planung	111
2.2.2.3.1 Die Projekt-Politik	112
2.2.2.3.2 Die Bestimmungs-Politik	114
2.2.2.3.3 Die Informations-Politik	115
2.2.2.3.4 Die Kunstsporing-Kontrolle	119
2.3 Zwischenfazit	124
3 Der Künstler - Handlungsgehilfe der Unternehmung oder Mitgestalter?	125

3.1 Eine neue Dimension der Abhängigkeit? - Kunstssponsoring aus künstlerischer Sicht	130
3.1.1 Die Zusammensetzung des Etats	138
3.1.1.1 Grundlage der künstlerischen Existenz.....	139
3.1.1.2 Ergänzung bzw. Erhöhung eines vorhandenen Grundetats.....	141
3.1.2 Die Wahrnehmung eines Kunstssponsoring.....	141
3.1.2.1 Typ 1: Erwartungen	142
3.1.2.2 Typ 2: Erfahrungen.....	143
3.1.2.3 Die Einflußnahme auf ein Kunstssponsoring.....	145
3.1.3 Der Entscheidungsprozeß.....	147
3.1.3.1 Die isolierte Entscheidungsfindung	147
3.1.3.2 Die eingebundene Entscheidungsfindung.....	149
3.1.4 Die Struktur der künstlerischen Organisationen	150
3.1.5 Das Sponsorreferat	152
3.2 Die Grenzen der künstlerischen Freiheit? - Ansätze eines normativen Kunstssponsoring.....	156
3.2.1 Zielinhalte und Planungsaufbau.....	157
3.2.2 Die Planungsinhalte.....	161
3.3 Zwischenfazit.....	165
4 Externe Bestimmungsfaktoren eines Kunstssponsoring.....	167
4.1 Die Kunstssponsoring-Agentur - Institution im Widerstreit?.....	168

4.2 Staat und Gesellschaft - Analyse der tatsächlichen Relevanz für ein Kunstsponsorings	176
4.2.1 Die Relevanz des Steuerrechts	177
4.2.2 Gesellschaft und Gemeinschaft	189
4.2.2.1 Die gesellschaftliche Rückwirkung eines Kunstsponsorings	192
4.2.2.2 Die Bedeutung der Medien.....	196
4.3 Zwischenfazit	200
5 Kunstförderung und Kunstsponsorings im internationalen Vergleich.....	202
5.1 Die Vereinigten Staaten von Amerika	204
5.2 Großbritannien und Frankreich	208
5.3 Zwischenfazit	224
6 Konsequenzen und Perspektiven für ein Kunstsponsorings in der Bundesrepublik Deutschland.....	226
Anhang.....	233
Literatur	245
Abbildungsverzeichnis.....	272