

# Inhalt 2018/2

**Zur Einführung: Wirtschaftsästhetik**  
MARTIN TRÖNDLE IM GESPRÄCH MIT ARMIN CHODZINSKI 9

## Wissenschaftliche Beiträge Research Articles

**Der Organisationsalltag aus ästhetischer  
Perspektive**  
Aktuelle Entwicklungen in der Organisationsforschung  
DAN EUGEN RATIU 31

**Discovering the meaningfulness of art in  
organizations**  
Experiences with add art Hamburg 2015  
ARIANE BERTHOIN ANTAL, ILANA NUSSBAUM BITRAN 55

**Setting the Stage for Something New**  
Understanding Arts-Based Initiatives  
through the Lens of Liminality and Rites  
of Passage  
CLAUDIA SCHNUGG 77

## Essays und Fallstudien Essays and Case Studies

**Digitale Transformation und deren  
Auswirkungen**  
SABINE JANK 105

## **The Dark Side of the Musicpreneur**

Über Probleme einer neoliberalen Perspektivierung  
musikalischer Arbeit und die Frage nach kollektiven  
Widerstandspotenzialen  
ALJOSCHA PAULUS

129

## **Kulturfinanzierung auf Amerikanisch**

Wie Capital Campaigns auch in Deutschland zu einer  
Chance werden können  
WINFRIED SCHLÖMER

159

## **Arbeits- und Tagungsberichte Work and Conference Reports**

### **„Big data, big opportunities?“**

Visitor Studies Group Conference,  
08.-09. März 2018, London

VERA ALLMANRITTER

187

### **11. Jahrestagung des Fachverbands für Kulturmanagement in Hamburg**

NADINE SCHWALB

191

## **Zeitschriftenschau Journal Review**

### **Populäre Musik und Kulturmanagement: Komplexität des Punktuellen – oder schlicht Nadeln im Heuhaufen?**

ALENKA BARBER-KERSOVAN, ROBIN KUCHAR

197

# Rezensionen

## Reviews

- Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen  
Gesellschaft:  
Jahrbuch für Kulturpolitik. Thema: Transformatorische  
Kulturpolitik. Kulturstatistik, Chronik, Literatur,  
Adressen  
STEFFEN HÖHNE 223
- Barbara Balba WEBER: Entfesselte Klassik. Grenzen  
öffnen mit künstlerischer Musikvermittlung  
ESTHER BISCHOP, LEA FINK 225
- Nicola BÜNSCH: Profil ja, Marke nein?  
Profilierungsstrategien öffentlicher Theater- und  
Opernbetriebe im Kontext der Debatte um Markenbildung  
im Kulturbereich  
RINGO RÖSENER 230

