

Inhalt

Vorwort

Carsten Baumgarth/Berit Sandberg | 9

TEIL I: EINFÜHRUNG

Unternehmen und Künstler – Von der Koexistenz zur Kooperation

Berit Sandberg | 21

Was wir schon wissen – Stand der KUK-Forschung

Carsten Baumgarth | 49

TEIL II: BEZIEHUNGEN UND BARRIEREN ZWISCHEN KUNST UND UNTERNEHMEN

Ein bisschen dramatischer ist es schon –

Skizzen über Organisation, Wirtschaft, ›Welt‹ und Gegenwart

Wolf Dieter Enkelmann | 83

What Business can learn from the Arts

Marija Skobe-Pilley/Giovanni Schiuma | 95

Creative Leadership – Führung als kreative Arbeit

Jörg Reckhenrich | 107

Das Unternehmen als Ressourcenquelle und Entwicklungsfeld – Kooperationsmotive von Künstlern

Berit Sandberg/Alexander Schirm | 121

Kooperationsbarrieren zwischen Unternehmen und Künstlern

Berit Sandberg | 133

TEIL III: AUSGEWÄHLTE SPIELARTEN VON KUNST-UNTERNEHMENS-KOOPERATIONEN

Markenführung mit Kunst – Berührungspunkte und Kollaborationen zweier Welten

Carsten Baumgarth | 155

Kunst im Auftrag der Gegenwart – Wirkungsfelder der Kunst im öffentlichen Raum

Martin Schönfeld | 173

Unternehmenstheater – Ein Blick aus der Praxis

Claudia Borowy | 187

Orchestrierte Führungskultur – Dirigieren & Führen

Gernot Schulz/Bettina Dornberg | 199

Kreativität als Kapital – Künstlerische Praxis in Organisationen

Jörg Reckhenrich/Peter Winkels | 215

TEIL IV: ERFOLGSBEISPIELE FÜR KUNST- UNTERNEHMENS-KOOPERATIONEN AUS DER PRAXIS

Sieben Fallstudien zu Kunst-Unternehmens-Kooperationen – Ein Überblick

Berit Sandberg | 233

Das 3x3-Projekt

Tanja Schirmacher/Linda Poimann/Berit Sandberg | 245

»Abenteuer Kultur« bei dm

Alexander Schirm/Berit Sandberg | 261

»Act Leadership – ein theaterbasiertes Trainingsformat« für ImmobilienScout24

Nicole Lohrisch/Carsten Baumgarth | 271

Detecon International – »Art Works«

Alexander Schirm/Berit Sandberg | 283

Markenrelaunch und Positionierungskampagne der aixigo

Melanie Engelhardt/Linda Schwär/Carsten Baumgarth | 297

WARSTEINER Art Collection

Carsten Baumgarth/Marina Kaluza/Nicole Lohrisch | 307

BENEO-Lifestyle-Kampagne

Carsten Baumgarth/Hendrik Brunsen | 321

TEIL V: MANAGEMENT VON KUNST-UNTERNEHMENS-KOOPERATIONEN

Die richtigen Fragen stellen – Herausforderungen offenlegen, Entwicklungen gestalten und Lösungen erproben

Mirjam Strunk/Sandra Freygarten/Thomas Egelkamp | 337

Das Projekt planen – Mit agilen Methoden kreative Prozesse steuern

Thomas Sakschewski | 349

Die Partner suchen und finden – KUK-Plattformen als Impulsgeber

Carsten Baumgarth/Hendrik Brunsen/Nicole Lohrisch | 365

Die Künstler auswählen – Hilfsinstrumente bei der Künstlerauswahl

Lisa O'Connor-The | 389

Den rechtlichen Rahmen setzen – Anforderungen an die rechtliche Absicherung von Kunst-Unternehmens-Kooperationen

Pascal Decker/Lara Conrads | 397

Den Prozess moderieren oder: Eine Aufforderung zum Tanz

Bernhard Zünkeler | 409

Das Projekt sinnvoll evaluieren – Chancen und Herausforderungen

Gesa Birnkraut | 425

TEIL VI: LEITFÄDEN FÜR KUNST-UNTERNEHMENS-KOOPERATIONEN

Wie Kooperationen mit Künstlern gelingen können – KUK-Checkliste für Unternehmen

Carsten Baumgarth/Nicole Lohrisch/Sarah Bieleke | 443

Wie Kooperationen mit Unternehmen gelingen können – KUK-Checkliste für Künstler

Carsten Baumgarth/Nicole Lohrisch/Sarah Bieleke | 455

Autorinnen und Autoren | 465