

Inhalt

1 Einleitung	7
2 Erfolgreiches Wirtschaften unter veränderten Rahmenbedingungen	11
2.1 Wandel der Arbeitswelt	11
2.2 Warenästhetisierung, Imagebildung und Kultur	14
2.3 Stagnation öffentlicher Kulturausgaben	15
2.4 Zusammenfassung	18
3 Unternehmerische Verantwortung	20
3.1 The business of business is business	20
3.2 Unternehmensverantwortung aus ethischer Sicht	23
3.3 Wettbewerbsvorteile durch die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung	25
3.4 Zusammenfassung	27
4 Unternehmerische Kulturförderung – Vom Mäzen zum „guten Bürger“	30
4.1 Mäzenatentum	30
4.2 Kultursponsoring	35
4.3 Unternehmerisches Kulturengagement als Teil eines gesellschaftlichen Verantwortungsbewusstseins	38
4.3.1 Themenaufritt und erste Annäherung	38
4.3.2 Unternehmen übernehmen Verantwortung – Corporate Social Responsibility	41
4.3.3 Das Unternehmen als Bürger – Corporate Citizenship	43
4.3.4 Unternehmerisches Kulturengagement im Rahmen der Corporate Cultural Responsibility	46
4.4 Bestandteile des unternehmerischen Kulturengagements	49
4.4.1 Corporate Giving	49
4.4.2 Corporate Volunteering	51
4.4.3 Corporate Foundations	52
4.4.4 Corporate Collecting	53
4.5 Zusammenfassung	55

5 Kulturförderung als integrierte Unternehmensstrategie	58
5.1 Zum Verhältnis von Kunst und Wirtschaft	58
5.2 Motive für die unternehmerische Kulturförderung	61
5.2.1 Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung	61
5.2.2 Unternehmenskultur und Mitarbeitermotivation	63
5.2.3 Unternehmensreputation	65
5.3 Kulturförderstrategien	67
5.4 Wirkungen der Kulturförderung	72
5.4.1 Außenwirkungen des Kulturengagements	72
5.4.2 Wirkungen des Kulturengagements in das Unternehmen	73
5.5 Zusammenfassung	74
6 Verantwortungsbewusste Kulturförderung als integrierte Unternehmensstrategie – Zusammenfassung und Ausblick	79
7 Methodisches Vorgehen bei der empirischen Untersuchung	86
7.1 Qualitativer Ansatz	86
7.2 Leitfadengestützte Experteninterviews	87
7.3 Interviewleitfadenkonzeption	88
7.4 Durchführung der Befragung	89
7.5 Auswertungsverfahren	90
8 Literaturverzeichnis	92
Anhang 1: Kennzahlen der befragten Unternehmen, 2005	100
Anhang 2: Leitfaden – Expertengespräche	101
Anhang 3: Anschreiben – Unternehmen	103