

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1 Einleitung: Kunst und Unternehmen	11
1.1 Kunst und Unternehmen – ein fruchtbares Spannungsfeld.....	11
1.2 Das Konzept «Alltagskunst» und der Nutzen des «erweiterten Kunstbegriffs».....	31
2 Theoretische Grundlagen für Kunst-Unternehmens-Kooperationen (KUK)	43
2.1 Definitionen.....	43
2.2 Idealtypischer KUK-Prozess	47
2.3 Typologisierung von KUK	48
2.4 Nutzen und Relevanz von KUK	52
2.4.1 Nutzen aus Unternehmenssicht.....	52
2.4.2 Nutzen aus Künstlersicht.....	53
2.5 Kooperationen zwischen Musik und Unternehmen	54
2.6 Musikdarbietungen	55
2.7 Mitarbeitende als Musiker und Musikerinnen.....	57
2.8 Firmenhymnen.....	58
2.9 Konzeption und Komposition	58
3 Empirische Erhebungen zu Kunst-Unternehmens-Kooperationen (KUK)	61
3.1 Unternehmenssicht	61
3.2 Künstlersicht.....	66

4	Business Tools für Kooperationsprojekte von Musikern/Musikerinnen und Unternehmen.....	79
4.1	Adaptiertes Business Model Canvas für Musiker und Musikerinnen....	79
4.2	Musterverträge für Musiker/innen	86
4.3	Vorlagen für die Finanzplanung für Musiker/innen.....	87
4.4	Tools für Zeit- und Projektplanung.....	89
4.5	Planung und Realisierung von Musiker/innen-Unternehmens-Kooperationen (MUK)	90
4.6	Erfolgsfaktoren und Erfolgsmessung von Musiker/innen-Unternehmens-Kooperationen (MUK)	92
5	DACH-Symposium	101
6	Teilprojekt SABRE	103
6.1	Inhalt und Projektidee	103
6.2	Impuls	104
6.3	Partnerselektion.....	105
6.4	Konfiguration.....	106
6.5	Realisierung.....	107
6.6	Reflexion	114
7	Teilprojekt Musik an ungewöhnlichen Orten: Jodelfestival trifft auf Getränkeherstellerin.....	119
7.1	Inhalt und Projektidee	119
7.2	Impuls	119
7.3	Partnerselektion.....	119
7.4	Konfiguration.....	120
7.5	Realisierung.....	121
7.6	Reflexion	121

8	Teilprojekt Kooperation Dirigent-Organisationspsychologe.....	123
8.1	Inhalt und Projektidee	123
8.2	Impuls.....	124
8.3	Partnerselektion	124
8.4	Konfiguration	124
8.5	Realisation.....	127
8.6	Reflexion	135
9	Teilprojekt Brot & Klang.....	137
9.1	Inhalt und Projektidee	137
9.2	Impuls.....	138
9.3	Partnerselektion	138
9.4	Konfiguration	138
9.5	Realisierung	139
9.6	Reflexion	139
10	Teilprojekt Sound Branding:	
	Fallstudie Unternehmen «Department of Noise (DoN)»	141
10.1	Inhalt und Projektidee	141
10.2	Einordnung in den KUK-Prozess.....	147
10.3	Impuls.....	147
10.4	Partnerauswahl.....	147
10.5	Konfiguration	148
10.6	Realisierung	148
10.7	Reflexion	148
10.8	Unternehmensnutzen	149
10.9	Künstlernutzen.....	149

11 Teilprojekt Sponsoring-Controlling	151
11.1 Ausgangslage.....	151
11.2 Forschungsmethodik	151
11.3 Fallbeispiele aus den Interviews	152
11.4 Berechnungsmodell.....	154
11.5 Grenzen der Berechnung.....	156
 12 Ausblick: Nachhaltige Gestaltung von	
Musiker/innen-Unternehmens-Kooperationen (MUK).....	157
 Literaturverzeichnis	159
 Dank.....	163