
Inhaltsverzeichnis

Teil I Wissenschaftliche Beiträege

Corporate Cultural Responsibility. Eine Einführung	3
Vera Steinkellner	
Corporate Cultural Responsibility – Zum Wechselspiel von Wirtschaft und Kultur aus historischer Perspektive	31
Susanne Hilger	
Nachhaltigkeit als kulturelle Herausforderung	41
Davide Brocchi	
Praxis: Kritisches, ästhetisches Arbeiten im Kontext von Wirtschaft und Wissenschaft	71
Ruediger John	
Kunstförderung durch Unternehmen im Kontext des Value-based Managements	87
Christian Neßler, Arne Eimuth und Alina Friedrichs	
CSR und Kultur-Kommunikation Kulturelles Engagement überzeugend vermitteln	103
Peter Heinrich und Evi Weichenrieder	
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – Zielgruppe und Träger von Corporate Cultural Responsibility in der Region	123
Gereon Schmitz	
Schnittstellenmanagement von Corporate Cultural Responsibility-Projekten	139
Lorenz Pöllmann	

Teil II Forschung und Bildung

Unternehmen Kultur. Auf dem Weg zu neuen Partnerschaften zwischen Industrieunternehmen, Bildung und Kultur	155
Tanja Nagel und Michael Wimmer	
SOMETIMES IT'S A PIPE. Kunst und Wirtschaft	169
Roland Schappert	
Sometimes it isn't a pipe	185
Lisa Fröhlich	

Teil III Business Cases

Corporate Cultural Responsibility bei der UniCredit Bank Austria AG	195
Wolfgang Lamprecht	
Das BASF-Kulturengagement	211
Karin Heyl	
Das Google Art Project – Fallstudie einer kreativen Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Kultur	223
Simon Rein	
RWE Stiftung. Warum fördern Unternehmen Kultur? Eine zivilgesellschaftliche Betrachtung	231
Stephan Muschick	
Roche und die schönen Künste. Eine institutionalisierte Policy	247
Alexander Lukas Bieri	
Corporate Cultural Responsibility am Beispiel der PwC-Stiftung Jugend – Bildung – Kultur	263
Susanne Hilger	

CSR und Kultur

Corporate Cultural Responsibility als Erfolgsfaktor in
Ihrem Unternehmen

Steinkellner, V. (Hrsg.)

2015, XIII, 270 S. 50 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-662-47758-8