

WERNER LIPPERT (Herausgeber)

# CORPORATE COLLECTING

MANAGER – DIE NEUEN MEDICI?

## ECON

DÜSSELDORF · WIEN · NEW YORK

---

# Inhalt

<i>Vor-Wort</i>	6	<i>Drittens</i>	
<i>Erstens</i>		Corporate Collecting –	
Manager – Die neuen Medici?	9	Fallbeispiele.	103
<i>Werner Lippert</i>		<i>Hans Hermann Wetcke</i>	
Corporate Collecting – res publica?	11	Das Unternehmen als Auftraggeber –	
<i>Brigitte Conzen</i>		Bayerische Rück.	104
Der Mäzen.	27	<i>Michael Ritter</i>	
<i>Gerd Gerken</i>		Corporate Collecting eines international	
Corporate Collecting –		tätigen Transportunternehmens –	
Bunte Bilder genügen nicht.	36	Deutsche Lufthansa.	112
<i>Zweitens</i>		<i>Herbert H. Jacobi</i>	
Corporate Collecting –		Zwei Banken –	
HowTo Do?	51	Zwei Kulturkonzepte?	130
<i>Peter G. C. Lux</i>			
Die Sammlung als Teil der			
Corporate Culture.	53		
<i>Fritz Kulins</i>			
Den Menschen erreichen.	62		
<i>Jeffrey Deitch</i>			
Aufgabe und Aufbau einer			
Corporate Collection.	73		
<i>Claus Kleyboldt</i>			
Die finanziellen Aspekte des			
Corporate Collecting.	82		
<i>Volker Riegger</i>			
4 Das Unberechenbare messen.	91		

<i>Viertens</i>		<i>Charles B. Wright</i>	
Fragen. Antworten.		Die Dia Art Foundation – ein Modell für	
Meinungen.	139	Corporate Collecting?	168
<i>Shinichi Yukiya</i>		<i>Das Modell Vitra</i>	
Warum mögen die Japaner van Gogh?		Architektur als Corporate Collection?	171
oder: Sehnsucht und Belastung.	140	<i>Christian Seidel</i>	
<i>Herbert Zapp</i>		luna-schizo-luna.	175
Muß eine deutsche Bank deutsche		<i>Alexander Demuth</i>	
Kunst sammeln?	145	Prägen Bilder die Identität von	
<i>Walter Dahn</i>		Menschen?	179
<i>Ein offener Brief von Walter Dahn –</i>		<i>Jürgen Scholz und Konstantin Jacoby</i>	
Von der Moral des Künstlers.	148	Ist Werbung Kunst?	181
<i>Rainer Jacobs</i>		<i>Hubert Burda</i>	
Sammeln – eine kreative und		Kunst und Medien.	184
moralische Tätigkeit?	150		
<i>Mauro Broggi</i>		<i>Fünffics</i>	
Design, Corporate Identity,		Verbände. Bibliographie.	
Kultur = Olivetti?	154	Adressen.	189
<i>Heinz Kerle</i>		<i>Shirley R. Howarth</i>	
Kulturförderung als Selbst-		Corporate Collecting –	
verpflichtung?	157	ein internationales Phänomen.	190
<i>Udo Wolf und Ferdi Breidbach</i>		Bibliographie.	202
Ergänzt Kultursponsoring staatliche		Adressen.	207
Kunstförderung?	161		
<i>Bernhard Buderath</i>			
Vom Mäzenatentum zum Sponsoring.	164		