

# Inhalt

- Vorbemerkung 12
- I. *Zur Einführung: Kunst in der Unternehmenskultur* 14  
Kunstengagement im Strukturwandel der Wirtschaft  
Unternehmen als Kultur - Forschungsmeinungen  
Kultursemiotik - Mehrdeutigkeit als Prinzip  
Strukturwandel der Kunst – Ästhetisierung und künstlerische Funktion  
Kreativität  
Szenario  
Atmosphäre
- II. *Kunstszenerien in deutschen Großunternehmen (Daimler-Benz, Siemens, Bayer)*
- A. **Erstes Szenario:  
Ben Willikens' Gemälde im Auditorium der Daimler-Benz-  
Hauptverwaltung** 30
1. Das Szenario 30
- 1.1 Der Ort, das Umfeld 30  
Der Daimler-Kunstbesitz  
Kunstförderung des Unternehmens  
Unternehmenskultur
- 1.2 Die Gemälde 39  
Der »introvertierte« Raum: »Der Raum des Erfinders«  
Der »extrovertierte« Raum: »Die Dynamik der Idee«  
Die »Rotation«: »Das All«  
Zusammenspiel
2. Überblick über Ben Willikens' Werk und künstlerische Entwicklung 47
- 2.1 Raumleidenschaft: Vom geschlossenen Raum zum Lichtraum 47
- 2.2 Auftragsarbeiten 50
- 2.3 Gestaltungselemente 51  
Zentralperspektive  
Farbe  
Licht und Schatten  
Spiegelungen

- 2.4 Vor-Bilder 57
  - Leonardo da Vinci »Das Abendmahl«
  - Raphael: »Die Schule von Athen«
- 2.5 Die »Requisiten« des Raumes 64
  - Kugel und Kreis
  - Quadrat und Kreis
  - Quadrat
  - Stab
  - Türen und Durchgänge
- 2.6 Die Qualitäten des Raumes 71
  - Die Aufhebung des Chaos
  - Die Dynamik des Raumes
  - Die Metaphysik des Raumes
  - Der Raum als offenes Kunstwerk
- 3. Kunst ist Raum: Künstlerische Imagination und Szenariotechnik 76

**B. Zweites Szenario:**

**Rupprecht Geigers »Farbfeld 845/91« im Betriebsrestaurant der Siemens AG in München 89**

- 1. Das Szenario 89
  - 1.1 Rupprecht Geigers »Farbfeld 845/91« 89
  - 1.2 Der Ort; das Umfeld 90
  - 1.3 Siemens-Unternehmenskultur 92
    - Das »Siemens Kulturprogramm«
    - Siemens Kunstprojekte
- 2. Rupprecht Geigers Kunst 98
  - 2.1 Farbkunst 98
    - Auftragsarbeiten
  - 2.2 Kunsthistorische Bezüge der Malerei Rupprecht Geigers 101
    - Zeitgenössische Farbkonzeptionen
    - Referenz: Grünewald
  - 2.3 Weltanschaulicher Bezug: ZEN und das Geistige in der Kunst 105
- 3. Das Medium Farbe: Farblehren und Farbtheorien 107
  - 3.1 Farbwirklichkeit und atmosphärische Wirkung 107
  - 3.2 Farbtheoretische Aspekte zu Geigers »Farbfeld 845/91« 110
    - Die Sinnlichkeit der Farbe
    - Dimensionen der Entgrenzung (Form und Farbe)
    - Synästhetische Dimensionen der Farbe
    - Energetische Dimension der Farbe Rot: Die Fähigkeit zum »wildem Sprung«
    - Harmonien und Dissonanzen: Farbverhältnisse
- 4. Wirkungspotentiale: Licht, Raum, Zeit und Bewegung 118
- 5. Kunst ist Bewegung – Das Unternehmen als »lernende Organisation« 121

- C. Drittes Szenario:  
Angewandte Kunstwissenschaft im Unternehmen: Max Imdahl  
diskutiert moderne Kunst mit Vertrauensleuten der Bayer AG 140**
1. Das Szenario 140
  - 1.1 Der Kontext der Gespräche: Unternehmenskultur und Kulturarbeit der Bayer AG 140
  - 1.2 Max Imdahls methodisches Verfahren: Die Ikonik 145
    - Gegenwärtigkeit der Kunst
    - Sehen als gegenwärtige Erfahrung
    - Wiedererkennendes und sehendes Sehen
    - Der Rezipient als »Beschauer«
    - Annäherung an das Kunstwerk durch eine »negative Interpretation«
  2. Die Bilder der Kunstgespräche 153
  - 2.1 Auswahl und Kombination der Bilder als Konzept 169
  3. Gesprächsstrukturen und Gesprächsstrategien 170
  - 3.1 Voraussetzungen der Gespräche 170
  - 3.2 Die Gesprächssituation 171
  - 3.3 Gegenwärtigkeit im Gespräch 171
  - 3.4 Phasen des Gesprächs: Mimesis 173
  - 3.5 Gesprächserfahrung: Procedere und Evidenz 174
  4. Kristallisationspunkte im Gespräch über die Werke 176
  - 4.1 Die »vierte« Dimensionen in den Bildern von Albers, Bill und Picasso 177
  - 4.2 Geometrische Idealkompositionen bei George Seurat, Piet Mondrian versus Barnett Newmans »Einsamkeit ohne Leere« 185
  - 4.3 Was ist die Wirklichkeit? - Ereignisse im Auge angesichts der Bilder von Victor de Vasarely, François Morellet und Günter Fruhtrunk 194
  5. Kunst ist Kommunikation – und Spiel: Postmodernes Management 202
- Literaturverzeichnis 219