

# Inhalt

<b>Einführung</b> .....	9
Eine biografische Vorbemerkung .....	13
<b>1. Kunst und Wirtschaft?!</b> .....	17
Rahmen und Bedingungen .....	17
Produktion und Rezeption .....	23
Beispiel: The Art Firm .....	26
Beispiel: Produkt und Vision .....	27
Raum und Gestaltung .....	32
Raum .....	35
Ausschließlichkeit des Raums .....	37
Räumliche Grenzen .....	38
Räumliche Fixierung .....	38
Nähe und Distanz .....	39
Wandernde vs. erdräumlich fixierte Gruppen .....	40
Wandernde Teile einer sonst sesshaften Gruppe .....	40
Gestaltung .....	42
Fallbeispiel .....	43
<b>2. Die Historie</b> .....	47
Nervosität und Schönheit .....	47
<b>Kunst</b> .....	52
Zum Selbstverständnis des modernen Künstlers .....	53
Ruskin, Morris, Arts & Crafts .....	58
Der Deutsche Werkbund .....	61
Kunstwollen, Stil und Mode .....	65
Kritik am Werkbund .....	69
<b>Wirtschaft</b> .....	74
Bürokratie und Organisation .....	75
Verwissenschaftlichung .....	77
Betriebs-/Privatwirtschaftslehre .....	77
Soziologie .....	78

Verknüpfungen mit dem Deutschen Werkbund . . . . .	79
Adam Smith' Nationalökonomie . . . . .	81
Manchestertum . . . . .	83
Unternehmensorganisation. . . . .	85
Frederic Winslow Taylor . . . . .	86
Taylor und Ford. . . . .	89
Human-Relations-Bewegung . . . . .	90
<b>Emil Rathenau (1838-1915).</b> . . . . .	94
Sprechende Quellen . . . . .	95
Curriculum Vitae . . . . .	98
Die Suche 1875 bis 1883 . . . . .	104
Licht. . . . .	109
Nicht Walther, sondern Emil . . . . .	113
<b>Peter Behrens</b> . . . . .	116
Quellen und Ausgangspunkte. . . . .	117
Curriculum Vitae . . . . .	119
München . . . . .	121
Darmstadt . . . . .	124
Düsseldorf . . . . .	131
Bergson, Nietzsche und die Hoffnung . . . . .	136
<b>3. Argumentation</b> . . . . .	141
<b>4. Die Kooperation</b> . . . . .	177
<b>Rezeptionen.</b> . . . . .	178
Neues von Peter Behrens . . . . .	180
Perspektive Behrens . . . . .	187
Perspektive Rathenau. . . . .	191
System Rathenau . . . . .	196
<b>Analogien.</b> . . . . .	202
Das Dazwischen gibt es nicht. . . . .	203
Kunstwollen und Unternehmergeist . . . . .	206
Und noch mal: Gestaltung . . . . .	209
Kunst als <i>One-Best-Way-Practice</i> . . . . .	211
Zeitloses und Zeitbewegtes . . . . .	213
Künstlerische Grammatik im betriebswirtschaftlichen Kontext. . . . .	214
Das intellektuelle Miterleben . . . . .	215
Die Kunst der Raumgestaltung . . . . .	218
Selbstbiografie . . . . .	220

Liberaler Organisator. . . . .	221
Walther Rathenau als Übersetzer . . . . .	222
Einfalt, Wahrheit und die Gabe des Schauens . . . . .	224
Die Kritik an der Geldwirtschaft . . . . .	226
Ordnungen und Abgrenzungen . . . . .	228
Wie wollen wir leben? vs. Was soll ich wie tun? . . . . .	228
<b>Sichtbarkeiten</b> . . . . .	232
Qualität . . . . .	232
Montagehalle der AEG Turbinenfabrik, Berlin 1909 (Abb. 19 und 20) . . . . .	234
Das Signet, eine Transformation von 1894–1912 (Abb. 14 und 31-36) . . . . .	236
Entwurf und Ausführung des Prospekts »AEG-Spiral- und Metalldrahtlampen« um 1912 (Abb. 37 und 38) . . . . .	240
Der Werkstattplan als Ornament (Abb. 39 und 40) . . . . .	241
<b>5. Kunst und Wirtschaft!?</b> . . . . .	245
<b>Gestern und Heute</b> . . . . .	246
Kulturelle Produktion als angewandte Kunst . . . . .	247
Arbeitskategorien . . . . .	249
Warenkunst . . . . .	249
Politikunst . . . . .	250
Individualekunst . . . . .	251
<b>Kunst und Wirtschaft: 2. Buchberger Kunstgespräch, u. a.</b> . . . . .	253
Atelier Europa (Abb. 47 und 48) . . . . .	256
Drei Geschäfte: Mode, Musik & Bücher (Abb. 43 und 44) . . . . .	258
Das Und fehlt . . . . .	259
<b>Wirtschaft und Kunst: dm-drogerie markt</b> . . . . .	261
Unternehmer des Selbst . . . . .	261
Der dm-drogerie markt als Soziale Skulptur . . . . .	263
Der dm-drogerie markt im wirtschaftswissenschaftlichen Diskurs . . . . .	268
Bürgergeld/Grundeinkommen . . . . .	272
Managers, not MBAs . . . . .	274
Pitcher, Mintzberg, Friedman . . . . .	276
Die Lehre . . . . .	279
<b>Anmerkungen</b> . . . . .	281
<b>Abbildungsverzeichnis</b> . . . . .	291
<b>Bibliografie</b> . . . . .	293
<b>Namen- und Sachregister</b> . . . . .	306