

Inhalt

MARC MARKOWSKI, HERGEN WÖBKEN oeconometa – Wechselspiele zwischen Kunst und Wirtschaft Vorwort	7
DIRK BAECKER Geleitwort.	11
BIRGER P. PRIDDAT Ausloten eines <i>Interface</i> : Wirtschaft und Kunst. Ein Essay	15
A. FUAT FIRAT Wirtschaft in den Zeiten nach der Moderne und das ästhetische Subjekt	37
PIERRE GUILLET DE MONTHOUX Handlungshermeneutik – ästhetische Perspektive für Ökonomen .	51
JONATHAN E. SCHROEDER Kunst, Marken und Konsum: Künstler als Manager von Bildern	71
FRANZ LIEBL, THOMAS DÜLLO, MARTIN KIEL Cultural Hacking: Exploration von Kunden und Marken	81
ANTONIO STRATI Der ästhetische Ansatz in der Organisationsforschung.	97
FRITZ B. SIMON Künstlerische Intervention im wirtschaftlichen Kontext. Einige kommunikations- und systemtheoretische Überlegungen. . .	107
MICHAEL HUTTER Prekäre Werte. Zum Überleben von künstlerischer Qualität auf Märkten	115

WOLFGANG ULLRICH

Der Unternehmer als Erzieher. Ein amerikanisches Märchen
über den Einsatz von Kunst als Dienstleistung. 123

KAREN VAN DEN BERG

Impresario, Künstler, Manager oder Fuzzi? Rollenmodelle des
Kulturmanagers. 131

Anmerkungen 147

Literatur 163

Autoren. 181