

„Über das Zusammenspiel von Kunst und Wirtschaft: Herausforderungen und Möglichkeiten künstlerisch-unternehmerischer Kooperationen“

Die wichtigsten Positionen zusammengefasst:

Matthias Mühling:

Wenn wir von Kreativität sprechen, gibt es ein großes Vorurteil: Künstler sind kreativ, trinken viel Alkohol, sitzen herum und irgendwann fällt ihnen etwas Tolles ein; und dann gibt's die anderen, die gehen früh ins Bett, denn sie müssen ja in der Früh ins Büro. Wenn ihnen etwas einfallen soll, quälen sie sich herum, bilden Teams und machen Workshops, denn Kreativität ist ihnen fern. Das halte ich für Unsinn. Kreativität ist immer möglich. Eine Trennung zwischen Wirtschaft und Kunst, kreativen und unkreativen Menschen aufrecht zu halten, macht für mich keinen Sinn.

Wer die Kunstwelt nicht von innen kennt, kann vielleicht nicht verstehen, dass auch sie von enormen Zwängen getrieben ist, so frei und kreativ ist diese Welt auch nicht. Innerhalb jedes Systems gibt es Zwänge, denen man sich unterordnen, gewisse Codes, mit denen man umgehen muss.

Das Entwickeln eines Projektes ohne Erwartungen und klares Ziel ist in einem Museum meist nicht möglich. Die „Durchökonomisierung“ ist schon längst da: Es gibt Erwartungen, die erfüllt werden müssen wie Besucherzahlen und gute Kritiken. Wir sind in einem Korsett. Angst gibt es auch in der Kunst und bei den Künstlern, Künstler- Sein ist ein normaler Beruf. Je kleiner die Institution, desto schwieriger die Finanzierung, Die Konkurrenz wird größer, man muss vieles bieten, gute Künstler können sich aussuchen wohin sie hingehen.

Partnerschaften sind immer herausfordernd. Unternehmen können in der Zusammenarbeit mit Museen einiges lernen, z.B. gelebte Demokratie: Museen sind demokratisch legitimiert und nehmen sich auch aktuellen Themen an. In Museen wird die Zivilgesellschaft verteidigt, Toleranz, wie wir miteinander leben wollen etc... Gesellschaften sind stabil, wenn sie ausgewogen und gerecht sind, das ist die Basis allen Arbeitens. Der Künstler ist ja das Paradebeispiel eines flexibilisierten Arbeiters. Jedes neoliberale Unternehmen wünscht sich doch einen Künstler: der ist freiberuflich, hat keine Versicherung, arbeitet immer, ist international unterwegs, geht dorthin, wo er etwas machen kann... Die Frage ist aber: Was macht das mit den Menschen? Überflexibilisierung ist schädlich. Der Kunstbetrieb ist im Kern sehr ungerecht, viele Künstler müssen ein Leben lang kämpfen. Stipendien zum Beispiel helfen, Unternehmen können dadurch Verantwortung übernehmen.

Museen sind einerseits Standortfaktoren wie Oper und Theater etc., gleichzeitig müssen sie aber möglichst frei sein in der Ideenproduktion. Unternehmen finden wenig attraktives Personal, wenn es in der Stadt keine Konzerte, Ausstellungen etc. gibt.

Mark Möllenbruck:

Dass sich Unternehmen Identität kaufen, kommt vor, sie sollte aber aus sich selber heraus entwickelt werden. Für uns ist es wichtig, Verbindungen herzustellen, Brücken zu schlagen zur Kunst und den Leitkulturen. Image muss substanziell begründbar sein, damit es sich nachhaltig verbinden lässt. Wenn dem nicht so ist, ist es austauschbar und wird beliebig. Heute wird vielfach „Behauptungsmarketing“ betrieben. Kulturelle Kompetenz kann hier einen Unterschied machen.

Interessant ist, wenn unterschiedliche Lebens- und Arbeitswelten aufeinander treffen. Das Mutige, Entschlossene, Radikale und Pionierhafte der Kunst trifft auf Unternehmen, die ökonomisch gut ausgestattet sind, aber doch oft Zwängen ausgesetzt sind und eher gewohnt sind, gemäßigte Haltungen einzunehmen. So eine Zusammenarbeit kann vieles freisetzen und auch Mut machen.

Für Unternehmen geht es auch darum, Themen zu besetzen, nicht nur Produkte zu entwickeln und zu vertreiben. Gerade für Unternehmen in Krisensituation sind solche Leitkulturen identitäts- und orientierungsstiftend.

Kontinuität in der Zusammenarbeit ist wichtig. Die Tiefe der Reflexionsbereitschaft ist jedoch unterschiedlich. Image, immaterielle Werte lassen sich nicht so leicht bemessen, hier gibt es meist großen Vermittlungsbedarf.



Hannes Wohlgemuth:

Der kreative Prozess ist für mich der gemeinsame Nenner zwischen Kunst und Wirtschaft. Es ist wichtig für ein Unternehmen diese Prozesse zu beherrschen, zu steuern und gezielt einzusetzen, um die Weiterentwicklung sicher zu stellen. Die Auseinandersetzung mit Kunst kann ein Weg sein, den Unternehmenserfolg nachhaltig zu garantieren. Natürlich gibt es auch andere Zugänge. Wir versuchen Mitarbeiter in diese Prozesse miteinzubeziehen, sie dadurch zu motivieren, sich aus einem für sie ungewohnten Blickpunkt einem Thema zu nähern, abseits von den alltäglichen Abläufen.

Wir starten solche Prozesse im Rahmen von ewoLAB. Bisher waren es Produktdesigner und Architekten, mit denen wir Projekte entwickelt haben, jetzt erstmals mit einer Künstlerin. Vor allem dieses Projekt ist ein Beispiel dafür, dass man sich ohne Erwartungen auf den Prozess einlassen und sich daran freuen sollte, Schritt für Schritt mitlernen und -wachsen zu können.

Nicht alles lässt sich kontrollieren und steuern; das ist das Risiko, aber Teil des Spiels. Scheitern kann auch dazugehören, dennoch soll der Prozess dem Unternehmen etwas bringen.