

Wie Kooperationen mit Unternehmen gelingen können – KUK-Checkliste für Künstler

Carsten Baumgarth/Nicole Lohrisch/Sarah Bieleke

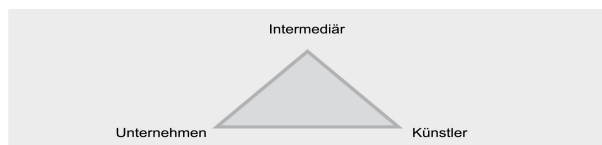
Kunst- und Unternehmens-Kooperationen (KUK) können einen nachweisbaren Nutzen für Künstler leisten.

Was sind KUKs?

Eine Kunst-Unternehmens-Kooperation (KUK) ist die freiwillige und projekthafte Zusammenarbeit zwischen einem Künstler oder Künstlergruppen (im Folgenden wird vereinfacht auch bei Gruppen von Künstler gesprochen) und einem Unternehmen zur Lösung unternehmerischer Problemstellungen. Künstler umfassen dabei unterschiedliche Bereiche wie Musik, darstellende Kunst, bildende Kunst, etc. Im Rahmen einer KUK geben beide Partner ihre künstlerische und/oder wirtschaftliche Autonomie partiell zu Gunsten eines auf Gegenseitigkeit basierenden Handelns auf, um angestrebte gemeinsame oder komplementäre Ziele im Vergleich zum individuellen Vorgehen besser erreichen zu können. Sie beinhaltet den gegenseitigen Austausch von Ressourcen zur gemeinsamen Aufgabenerfüllung. Häufig werden KUKs von Intermediären (z. B. Agenturen, Galerien) initiiert und/oder begleitet.

Diesen Nutzen haben KUKs für Künstler

- Zusätzliches Tätigkeitsfeld außerhalb der Kunstwelt/zusätzliche Aufträge
- Zusätzliche Finanzierungsquelle
- Imagetransfer
- Neue Kontakte und Erweiterung des Netzwerkes
- Neue Erfahrungen
- Bereitstellung von Arbeitsmitteln und technischen Geräten durch Unternehmen
- Erschließung neuer Möglichkeiten und Techniken
- Einbringen neuer Möglichkeiten und Techniken
- Einbringen künstlerischer Fähigkeiten
- Freisetzen von Impulsen in der Zusammenarbeit
- Inspiration anderer Menschen zu kreativem Denken
- Beitrag zur Verbesserung der Arbeitswelt



Deshalb kann eine KUK für Künstler eine Alternative zu den klassischen Einsatzfeldern darstellen.

Einsatzfelder von KUKs in Unternehmen

- Markenführung
- Werbung und Livekommunikation
- Produktentwicklung
- Design (Verpackung, Produkt, Architektur, etc.)
- Personal- und Führungskräfteentwicklung
- Begleitung und Umsetzung von Changemanagement-Prozessen/Organisationsentwicklung
- Begleitung und Steuerung von Zusammenarbeit oder Zusammenführungen von Abteilungen und Unternehmensstandorten
- Mitarbeiterentwicklung (Aus- und Weiterbildung)
- Langfristprognosen und Analysen („schwache Signale“)
- Corporate Citizenship Behavior

Ziel der KUK-Checkliste ist es, Künstlern für eine erfolgreiche Partnerschaft mit Unternehmen eine Starthilfe zu geben. Die Checkliste wurde aus den Ergebnissen des IFAF-Forschungsprojektes „Arts push Business - Kunst- und Unternehmenskooperationen“ (www.arts-push-business.de) der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin und der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin für Künstler entworfen und mit Künstlern diskutiert*. Dazu wurden neun Checklisten für die verschiedenen Phasen eines KUK-Projektes (Impuls, Partnerselektion, Konfiguration, Realisierung, Reflexion) formuliert. Diese Checklisten sind weder vollständig noch ein Garant für erfolgreiche KUK-Projekte, aber sie können dazu beitragen, die Erfolgswahrscheinlichkeit von KUK-Projekten und damit auch die Häufigkeit von und die Zufriedenheit mit KUK-Projekten zu steigern.

* Wir danken folgenden Institutionen für Ihre Unterstützung bei den Durchführungen der Künstlergespräche: Kunst in den Gerichtshöfen e.V., Verein Berliner Künstler (VBK Berlin).

1. Phase: Impuls



KUKs sind für Künstler nur dann geeignet, wenn diese bereit sind ihre künstlerische Autonomie partiell zugunsten der KUK aufzugeben und sich ihre künstlerische Ausdrucksform zur Lösung eines unternehmerischen Problems eignet.

A. SELBSTEINSCHÄTZUNG

KUKs fußen definitionsgemäß auf der Zusammenarbeit von Künstlern und Unternehmen. Allerdings sind diese nur erfolgsversprechend, wenn Sie bereit sind, sich darauf einzulassen. Finden Sie heraus, ob Sie grundsätzlich bereit sind, mit Unternehmen zusammenarbeiten zu wollen. Die folgenden Fragen sollen dabei helfen:

Selbsteinschätzung	Ja	Nein
Ich bin motiviert, mit Unternehmen zusammenzuarbeiten.		
Ich bin bereit, mich auf Arbeitsweisen, Prozesse und Strukturen von Unternehmen einzulassen.		
Ich kann zwischen eigener schöpferischer Arbeit und Kooperation mit Unternehmen unterscheiden und auch entsprechend pragmatisch vorgehen.		
Ich kann mich in die Unternehmen und ihre Wünsche hineinversetzen.		
Ich kann meine künstlerischen Ausdrucksmöglichkeiten in einer Kooperation gezielt einsetzen.		
Ich arbeite gern im Team und mit anderen Menschen zusammen.		
Ich kann Gruppen anleiten, steuern und gemeinsame Arbeitsschritte voranbringen.		
Ich kann meine künstlerischen Ideen gut formulieren und diese anderen kommunizieren.		
Ich möchte mit einem Intermediär (Agentur, Berater) zusammenarbeiten, der die KUK koordiniert, vor- und nachbereitet und zwischen dem Unternehmen und mir vermittelt.		
Ich arbeite in Bezug auf Vereinbarungen, Deadlines und Budgets professionell.		
Auswertung: Je mehr der o.g. Aspekte Sie bejahen können, umso höher sind die Chancen für den Start eines KUK-Projektes!		

B. EINSATZGEBIETE VON KUKS

Klären Sie für sich, in welchem Unternehmensbereich Ihre Kunst einsetzbar wäre.

Mögliche Einsatzgebiete von KUKs	Ja	Nein
Entwicklung von Ideen zur Anreicherung von Marken durch Kunstassoziationen wie Kultiviertheit, Nonkonformismus, Avantgarde, Einzigartigkeit, Luxus, etc.		
Entwicklung von Special Editions (Design von Produkten).		
Entwicklung von Ideen für klassische Werbung.		
Entwicklung und Umsetzungen für die Live-Kommunikation (Messen, Events etc.).		
Entwicklung von Stories zur Erzeugung von Alleinstellungsmerkmalen und Markenverständnis für die Kommunikation innerhalb des Unternehmens und nach außen (z. B. durch Werbung).		
Erzeugung von Aufmerksamkeit in der Medien- und PR-Welt.		
Entwicklung von Ideen und Umsetzungen für die Produktentwicklung und das Design (z. B. Verpackung, Architektur etc.).		
Entwicklung der Mitarbeiter (Selbstbewusstsein, Ausdrucksmöglichkeiten, Kreativität, Erweiterung des Horizonts etc.).		
Steigerung der Arbeitszufriedenheit („Sinn der Arbeit und des Lebens“) und -motivation.		
Neugestaltung von Arbeitsplätzen.		
Nachhaltige Veränderung des Führungsverhaltens (z. B. Führungsstil, Konfliktfähigkeit).		
Anregung von Veränderungsprozessen zur Lösung interner Probleme (Changemanagement).		
Verbesserung der internen Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitern und Abteilungen neue Impulse für Teamarbeit.		
Entwicklung von Zukunftsszenarien und Langfristprognosen („Think-Tank/Zukunftswerkstatt“).		
Auswertung: Wenn Sie sich und ihre künstlerische Tätigkeit in keinem dieser Einsatzgebiete wiederfinden (nur Neins), eignet sich der KUK-Ansatz für Sie aktuell nicht!		

2. Phase: Partnerselektion



Es empfiehlt sich eine eigene Präsentation(smappe) für die Ansprache zu Unternehmen zu entwickeln und möglicherweise einen Intermediär für die Planung und gesamte Durchführung des KUK-Projektes einzuschalten.

C. KOMMUNIKATION VORBEREITEN

Um Aufmerksamkeit für sich als Künstler bei Unternehmen zu erzeugen bzw. beim ersten Kontakt mit einem Unternehmensverantwortlichen einen guten und professionellen Eindruck zu hinterlassen, ist es empfehlenswert, eine entsprechende Kommunikation vorzubereiten. Die folgende Checkliste listet einige zentrale Aspekte auf.

Kommunikationsvorbereitung	Ja	Nein
Ich kann auch einem „Kunstlaien“ kurz, prägnant und verständlich meine Kunst erklären.		
Ich bin selbstbewusst genug, um auch in einer persönlichen Kommunikation mit Unternehmensvertretern zu bestehen.		
Auf meiner eigenen Internetseite und anderen Plattformen im Internet (z. B. Social Media) kommuniziere ich auch die Bereitschaft, dass ich gerne mit Unternehmen zusammenarbeite.		
Meine bisherigen KUK-Projekte werden auf meiner Internetseite und auf anderen Plattformen entsprechend präsentiert.		
Ich habe Präsentationsmaterialien entwickelt, die ich ausschließlich für Unternehmen zusammengestellt habe.		
Ich lade Unternehmen, die mich interessieren, aktiv zu einem Atelierbesuch ein und stelle meine Arbeit vor.		
Um die Kommunikation und Abläufe des Unternehmens besser zu verstehen, habe ich mich mit den Funktionsbereichen und Abläufen in Unternehmen vertraut gemacht.		
Auswertung: Je mehr Ja Sie in dieser Checkliste haben, umso besser sind Sie auf eine Kommunikation mit Unternehmen vorbereitet.		

D. UNTERNEHMEN TREFFEN

Es gibt kein Patentrezept für die Suche und die ersten Kontaktaufnahme mit Unternehmen. Die richtigen Ansprechpartner sind neben der Unternehmensführung insbesondere Leiterinnen und Leiter der Abteilungen Marketing, Kommunikation, Personal und Forschung & Entwicklung. Einige wenige Unternehmen verfügen auch über selbständige Kunst- und Kulturabteilungen. Die folgende Liste führt einige Zugangsmöglichkeiten auf:

Ansätze, um Unternehmen zu treffen	Ja	Nein
Suche auf Unternehmenswebsites.		
Freie Internetsuche über Google, etc.		
Suche nach Unternehmen in eigenen Netzwerken.		
Kontaktaufnahme mit Intermediären (z. B. inszenio).		
Besuch und/oder Kontaktaufnahme zu Unternehmen mit Hilfe von realen Plattformen wie z. B. Marketingclubs, IHKs, Berufs- und Branchenverbänden, Messen, etc. im Kontext von Unternehmen, Marketing/Marken und Personalmanagement.		
Suche nach und Teilnahme an offenen Kunstwettbewerben, KUK-Projekten oder Auslobungen von Kunstpreisen (z. B. jovoto.com, designboom.com).		
Suche und Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen von Aufträgen und Projekten, einem Pitch, einem gemeinsamen Workshop oder einem kleinen „Startprojekt“.		
Systematische Auswertung von Firmenadressdatenbanken (z. B. Gelbe Seiten, IHK).		
Besuch von Veranstaltungen an der Schnittstelle von Wirtschaft und Kunst (z. B. Arts Club des VBK).		
Teilnahme an Unternehmensbesichtigungen (z. B. Tag der offenen Tür).		
Gezieltes Einladen von Unternehmensvertretern zu Vernissagen, Atelierbesuchen, etc.		
Informell z. B. während Veranstaltungen.		
Auswertung bereits durchgeführter und veröffentlichter KUK-Fallstudien (z. B. arts-push-business.de).		
Auswertung: Mindestens einen der Ansätze sollten Sie auswählen und bewusst umsetzen! Bei dieser Umsetzung werden Sie eine Vielzahl von zusätzlichen Kontaktmöglichkeiten kennenlernen.		

E. DIREKTE VS. INDIREKTE KOOPERATION MIT UNTERNEHMEN

Häufig empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit Intermediären zur Realisierung von KUKs, da diese sowohl die Künstler- als auch die Unternehmensseite kennen und verstehen. Die folgende Checkliste soll dabei helfen, sich für oder gegen eine Zusammenarbeit mit einer dritten Partei zu entscheiden.

Selbstdurchführung oder Einschaltung eines Intermediärs	Ja	Nein
Ich verfüge nur begrenzt über Unternehmensexpertise und -zugang.		
Ich besitze bisher keine oder kaum Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Unternehmen.		
Mir fällt es schwer, eine geeignete Branche und/oder Unternehmen für eine KUK zu identifizieren.		
Ich bin unsicher, wie man mit Unternehmen umgeht und verhandelt.		
Ich verstehe die Business-Sprache kaum und kann mich daher nur schwer auf der Business-Ebene verständigen.		
Ich benötige jemanden, der mir die Organisation und Administration abnimmt, damit ich mich voll dem künstlerischen Ideen der KUK widmen kann.		
Auswertung: Je mehr Ja, desto geeigneter erscheint die Einschaltung eines Intermediärs!		

F. UNTERNEHMEN AUSWÄHLEN

Im nächsten Schritt ist alleine oder in Zusammenarbeit mit einem Intermediär ein Unternehmen auszuwählen. Dabei ist zu beachten, dass Unternehmen und Künstler sich häufig über einen längeren Zeitraum annähern. Die folgende Checkliste kann dabei helfen, das richtige Unternehmen auszuwählen.

Unternehmensauswahl	Ja	Nein
Das Unternehmen zeigt Empathie und Interesse für meine Person und meine Kunst.		
Das Unternehmen ist offen und lässt sich auf meine Ideen und Umsetzungsvorschläge ein.		
Die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen finde ich inspirierend und spannend.		
Die Kommunikation mit den Unternehmensvertretern ist von gegenseitigem Respekt geprägt und basiert auf einer gleichberechtigten Partnerschaft.		
Das Unternehmen hat schon in der Vergangenheit erfolgreich mit Künstlern zusammengearbeitet.		
Das Unternehmen hat schon mit Künstlern betriebswirtschaftliche Problemstellungen bearbeitet.		
Das Unternehmen zahlt ein angemessenes Honorar.		
Das zur Verfügung stehende Budget ist ausreichend.		
Die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen verschafft mir mehr Aufmerksamkeit und Bekanntheit.		
Die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen wirkt sich positiv auf meine Reputation am Kunstmarkt aus.		
Auswertung: Je mehr Ja, desto wahrscheinlicher ist es, dass Sie das „passende“ Unternehmen gefunden haben!		

3. Phase: Konfiguration



Die Ziele, Eckpunkte und Rahmenbedingungen der KUK sollten schriftlich in einem Vertrag fixiert werden.

Da es sich auch bei der KUK um eine professionelle Geschäftsbeziehung handeln sollte, ist es wichtig, im Vorfeld die Rahmenbedingungen abzusprechen und auch vertraglich zu fixieren. Die folgende Checkliste umfasst wichtige Punkte:

G. FESTLEGUNG DER RAHMENBEDINGUNGEN

Kooperationsvertrag	Ja	Nein
Die KUK-Aufgabe und darin unverständliche Punkte werden genau besprochen und fixiert.		
Verpflichtungen gegenüber Dritten (z. B. Galerien) werden im Vorfeld geklärt.		
Der Zeitplan des KUK-Projektes ist geklärt und fixiert.		
Die mediale Verwertung wird im Vorfeld geklärt.		
Die Beteiligungen an PR-Aktionen werden im Vorfeld abgeklärt.		
Das Budget sowie Klärung der möglichen Kostenübernahme für Materialien, Versicherungen, Personal und Zahlungsweise des angemessenen Honorars sind vereinbart und fixiert.		
Regelmäßige Treffen und Zwischenberichte sind vorab festgelegt worden, um Missverständnissen vorzubeugen.		
Vertragliche Absicherungen bei nicht erfüllten Zielvereinbarungen werden besprochen und fixiert.		
Bei vertraglichen Unklarheiten lassen wir uns z. B. durch einen Intermediär unterstützen.		
Nutzungsrechte (räumlich, zeitlich, inhaltlich) sind besprochen, geklärt und fixiert (vgl. Urheberrechtsgesetz).		
Fälle, in denen Vertragsgegenstände nicht eingehalten werden können (z. B. Krankheit, Zerstörung des Kunstwerkes), sind geregelt.		
Auswertung: Alle Punkte sollten in einem schriftlichen Vertrag geklärt und fixiert werden!		

4. Phase: Realisierung



Die erfolgreiche Realisierung einer KUK basiert auf einem respektvollen Umgang und Kommunikation zwischen den Kooperationspartnern.

Die folgende Checkliste umfasst wichtige Aspekte für die eigentliche Durchführung. Es wird empfohlen möglichst viele der aufgeführten Aspekte zu erfüllen.

H. ANFORDERUNGEN FÜR EINE ERFOLGREICHE PARTNERSCHAFT

Während der gesamten Zusammenarbeit	Ja	Nein
Ich bin während des Projektes offen für neue Anregungen, Ideen und Konzepte und kann flexibel auf Veränderungen reagieren, wenn es denn zum künstlerischen Gesamtkonzept passt.		
Ich bin bereit, diskutierte Projektänderungen und -anpassungen zu akzeptieren.		
Ich zeige gegenüber dem Unternehmen Interesse und Respekt.		
Ich akzeptiere die Kultur und Gepflogenheiten im Unternehmen.		
Ich rede mit dem Unternehmen auf „Augenhöhe“.		
Ich zeige mich motiviert und beteilige mich aktiv an gemeinsamen Aktionen, wie der Präsentation von Ergebnissen.		
Ich lasse mich auf notwendige administrative Aufgaben und Abstimmungsprozesse ein.		
Das Unternehmen pflegt eine „faire“ Geschäftsbeziehung.		
Das Unternehmen akzeptiert die künstlerische Freiheit.		
Informationen über das Unternehmen, die ich während der KUK erfahre, behandle ich vertraulich.		
Ich arbeite pünktlich und zuverlässig.		
Auswertung: Je mehr Jas, desto reibungsloser wird die KUK gelingen!		

5. Phase: Reflexion



Um den Nutzen des KUK-Projektes für den Künstler bestimmen zu können und um aus der KUK zu lernen, sollte das Projekt bewusst evaluiert werden.

I. REFLEXION

Reflexion	Ja	Nein
Insgesamt bin ich als Künstler mit der Durchführung der KUK und der Zusammenarbeit mit dem Unternehmen zufrieden.		
Das Unternehmen hat von meiner künstlerischen Denk- und Sichtweise profitiert und daraus viele weiterführende Erkenntnisse gezogen.		
Die gemeinsam entwickelten und im Verlauf der KUK entstandenen künstlerischen Produkte/Artefakte haben Qualität.		
Im Vergleich zu meinen klassischen Verdienstmöglichkeiten am Kunstmarkt hat sich die Mitwirkung an der KUK finanziell für mich gelohnt.		
Das Verhältnis zwischen administrativen Aufwand empfinde ich im Verhältnis zu der kreativen Arbeit als angemessen.		
Die KUK hat meine eigenen künstlerischen Positionen und ästhetischen Ausdrucksformen erweitert und weiterentwickelt.		
Die KUK stärkt meine Position auf dem Kunstmarkt, erhöht meine Reputation und meinen Marktwert innerhalb des Kunstbetriebes.		
Mein Engagement für die KUK wird im Kunstbetrieb überwiegend positiv aufgenommen und mir positiv gespiegelt.		
Auswertung: Je mehr Ja, desto sinnvoller erscheint die Durchführung von weiteren KUK-Projekten!		

Ansprechpartner:

Prof. Dr. Carsten Baumgarth
HWR Berlin – School of Economics and Law
Professur für Marketing, insbesondere Markenführung
Badensche Straße 52
10825 Berlin
Tel.: +49 (0)30 30 877 1481
E-Mail: cb@cbaumgarth.net
www.cbaumgarth.net

www.arts-push-business.de