Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
University of Applied Sciences

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Gelingende Kunst-Unternehmens-Kooperation

Prof. Dr. Carsten Baumgarth

Prof. Dr. Berit Sandberg

ACB ARTS CLUB BERLIN VEREIN BERLINER KÜNSTLER

VEREIN BERLINER KÜNSTLER

IFAF BERLIN Institut für angewandte Forschung Berlin

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Agenda

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

- Was ist überhaupt eine Kunst-Unternehmens-Kooperation? Und was nicht?
- KUK-Prozess als Basis
- Einige Highlights des Forschungsprojektes „Arts push Business“ (IFAF-Projekt)
- Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Agenda

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

- Was ist überhaupt eine Kunst-Unternehmens-Kooperation? Und was nicht?
- KUK-Prozess als Basis
- Einige Highlights des Forschungsprojektes „Arts push Business“ (IFAF-Projekt)
- Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Begriff der Kunst-Unternehmens-Kooperation

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Mike Gessner

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Begriff der Kunst-Unternehmens-Kooperation

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Eine Kunst-Unternehmens-Kooperation ist die informelle oder formell **fixierte**, **freiwillige Zusammenarbeit** zwischen einem Künstler oder Künstlergruppen und einem Unternehmen, die ihre künstlerische und/oder wirtschaftliche **Autonomie partiell** zu Gunsten eines koordinierten, der **Norm von Reziprozität** verpflichteten Handelns aufgeben, um angestrebte **gemeinsame oder komplementäre Ziele** im Vergleich zum individuellen Vorgehen besser erreichen zu können. Sie beinhaltet den **Austausch von Ressourcen** zur gemeinsamen Aufgabenerfüllung.

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Agenda

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

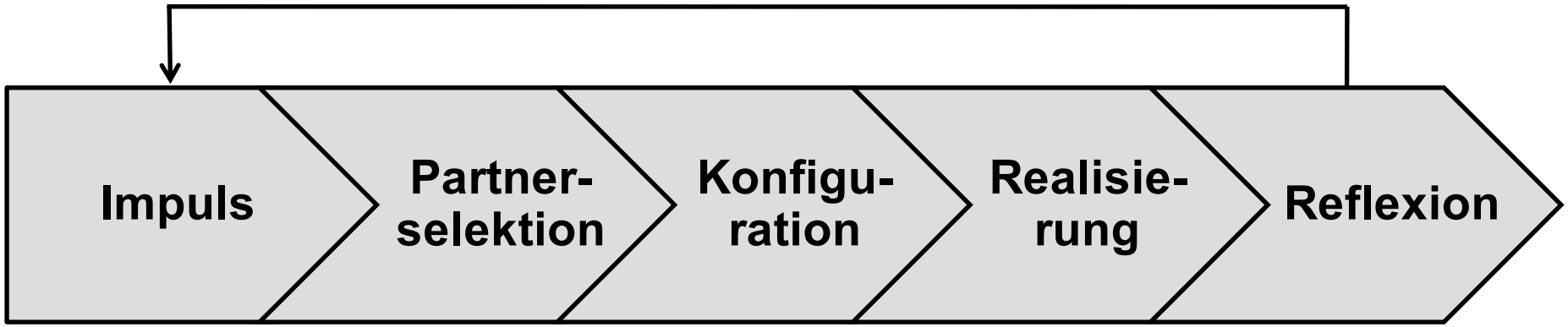
- Was ist überhaupt eine Kunst-Unternehmens-Kooperation? Und was nicht?
- KUK-Prozess als Basis
- Einige Highlights des Forschungsprojektes „Arts push Business“ (IFAF-Projekt)
- Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

KUK-Prozess als Basis

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Verstetigung der KUK-Idee bei Unternehmen und Künstlern



Inhalte

Impuls	Partner-selektion	Konfigu-ration	Realisie-rung	Reflexion
• Ziel & Motivation • Initiator (Künstler, Unternehmen, Mittler)	• Suchansatz (offen, geschlossen, systematisch, agil) • Partnerselektion (Kriterien, Instrumente) • Partnergewinnung	• Ziele & Aufgaben • Timing & Budget • Rechte (z.B. Copyrights) • Verhandlungen	• Koordination & Projektmanagement • Feinjustierung	• Formale Evaluation • Persönliche Reflexion

(Potentielle) Ergebnisse

➢ Grundsatzent-scheidung für KUK	➢ „Letter of Intent“ (KUK-Absichts erklärung)	➢ KUK-Vertrag	➢ KUK-Ergebnis (Kunstwerk, künst-lerische Prozesse)	➢ Beendigung, Fortsetzung oder Ausweitung der KUK

t

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Agenda

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

- Was ist überhaupt eine Kunst-Unternehmens-Kooperation? Und was nicht?
- KUK-Prozess als Basis
- Einige Highlights des Forschungsprojektes „Arts push Business“ (IFAF-Projekt)
- Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Case Studies

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

- KUK-Fallstudie I: WARSTEINER ART COLLECTION und BLOOOM Award
- KUK-Fallstudie II: Detecon International „Art Works“
- KUK-Fallstudie III: „Abenteuer Kultur“ bei Alnatura und dm
- KUK-Fallstudie IV: Die BENEO-Lifestyle-Kampagne
- KUK-Fallstudie V: Markenrelaunch und Positionierungskampagne der aixigo AG
- KUK-Fallstudie VI: ImmobilienScout24 und inszenio, agentur für szenische kommunikation
- KUK-Fallstudie VII: Das 3 x 3-Projekt

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

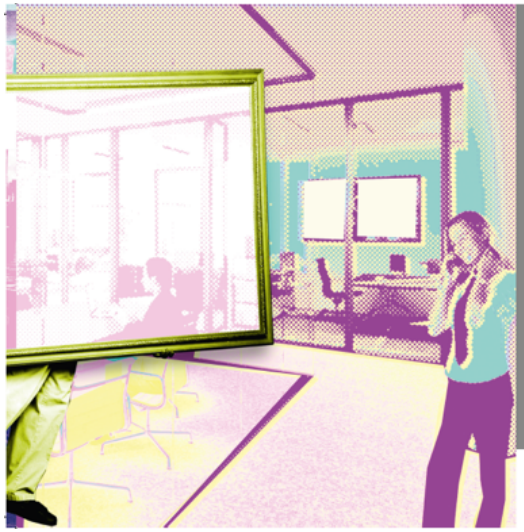
Pop-up-Ausstellung
„Farbrausch trifft RAL 4010“

Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

KUK-Checklisten

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law



Arts push Business

Kunst- und Unternehmens-Kooperation (KUK) als Motor für Wirtschaft und die Kunst

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.

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

Kontakt:
Prof. Dr. Carsten Baumgarth
Professur für Marketing insbesondere Markenführung
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
E-Mail: carsten.baumgarth@hwr-berlin.de
www.arts-push-business.de

gefördert durch: IFAF
Wir danken: ruksaDruck, kleffner&bold, Mike Geßner, Kunstraum Potsdam (www.weschhaus.de)

Arts push Business

Künstler
können mit Unternehmen zusätzlich Geld verdienen!

Unternehmen
können mit Künstlern kreative Lösungen entwickeln!

Aber:
Kunst und Unternehmen sind einander fremd und sprechen unterschiedliche Sprachen.

Wir zeigen, wie Kunst-Unternehmens-Kooperationen (KUKs) trotzdem gelingen können!

Künstler

Je häufiger Sie den Aussagen zustimmen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit für eine erfolgreiche Kooperation mit einem Unternehmen. Ausführliche Checklisten finden Sie unter www.arts-push-business.de

- Ich bin bereit, für eine KUK meine künstlerische Freiheit einzuschränken!
- Meine Kunst eignet sich zu Lösung unternehmerischer Fragestellungen!
- Ich kann einem Manager meine Kunst verständlich kommunizieren!
- Ich pflege Kontakte zu Unternehmen und nutze entsprechende Kontaktmöglichkeiten!
- Ich habe mich bewusst für oder gegen die Einschaltung eines Intermediärs entschieden!
- Ich habe ein für mich attraktives Unternehmen ausgewählt!
- Ich als Künstler kommuniziere mit dem Unternehmen auf Augenhöhe!
- Meine Rechte und Pflichten sind in einem Vertrag fixiert!
- Nach Abschluss des KUK-Projektes habe ich diese für mich reflektiert und daraus gelernt!

Nutzen für Künstler:
- Zusätzliche Aufträge und Einnahmen
- Bekanntheit in der Öffentlichkeit
- Neue Kontakte
- Eröffnung anderer Sichtweisen
- Arbeitsmittel und Arbeitsräume

KUK-Prozess: 1. Phase: Impuls | 2. Phase: Partnerselektion | 3. Phase: Konfiguration | 4. Phase: Realisierung | 5. Phase: Reflexion

Unternehmen

Je häufiger Sie den Aussagen zustimmen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit für eine erfolgreiche Kooperation mit einem Künstler! Ausführliche Checklisten finden Sie unter www.arts-push-business.de

- Unsere unternehmerische Fragestellung lässt sich durch Kunst bearbeiten!
- Wir sind bereit, uns den Denk- und Arbeitsweisen von Künstlern zu öffnen!
- Wir pflegen Kontakte zu Künstlern und nutzen Kontaktmöglichkeiten mit diesen!
- Wir haben uns bewusst gegen oder für die Einschaltung eines Intermediärs entschieden!
- Wir haben professionell einen Künstler für die KUK ausgewählt!
- Wir als Unternehmen kommunizieren mit dem Künstler auf Augenhöhe!
- Unsere Rechte und Pflichten sind in einem Vertrag fixiert!
- Wir „vermarkten" die KUK auch intensiv nach innen, um die Legitimierung sicherzustellen!
- Wir evaluieren das KUK-Projekt mithilfe von Kennzahlen und reflektieren den Erfolg!

Nutzen für Unternehmen:
- Imagetransfer
- Förderung von Innovationskraft
- durch kreativ künstlerisches Denken
- Konzeption und Herstellung innovativer Produkte
- Anregung zur Selbstreflexion der Mitarbeiter
- Gestaltung von Zusammenarbeitsprozessen

KUK-Prozess: 1. Phase: Impuls | 2. Phase: Partnerselektion | 3. Phase: Konfiguration | 4. Phase: Realisierung | 5. Phase: Reflexion

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Sichtbarkeit: Kunst und Marke in *transfer – Werbeforschung & Praxis* (& more)

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

- 35 Publikationen
- 6 Vorträge
- Integration in die Lehre an der HWR Berlin und HTW Berlin
- Internetseite: www.arts-push-business.de (rund 21.000 Page Views, 7.000 Nutzer)

34 transfer Werbeforschung & Praxis ESSAY | 02/2014

Kunst und Marke (Teil 1): Berührungspunkte zweier Welten*

28 transfer Werbeforschung & Praxis ESSAY | 03/2014

Kunst und Marke (Teil 2): Kollaborationen zwischen zwei Welten

Best Paper 2014

Die Mitglieder des Herausgeberbeirats von transfer – Werbeforschung & Praxis haben die besten Beiträge 2014 gewählt.

Wir gratulieren der Autorin und den Autoren!

Die Deutsche Werbewissenschaftliche Gesellschaft (DWG) und die Österreichische Werbewissenschaftliche Gesellschaft (WWG) zeichnen den folgenden Beitrag als **besten Forschungsbeitrag** 2014 aus:

Schloffer, M.; Matthes, J.: Zur Nützlichkeit von Online-Kunden-rezensionen bei Such- und Erfahrungsgütern, in Heft 1/2014, S. 7ff.

Die Deutsche Werbewissenschaftliche Gesellschaft (DWG) und die Österreichische Werbewissenschaftliche Gesellschaft (WWG) zeichnen den folgenden Beitrag als **besten Praxisbeitrag** 2014 aus:

Baumgarth, C.: Kunst und Marke: Berührungspunkte zweier Welten, in Heft 2/2014, S. 32ff und Heft 4/2014, S. 28ff.

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Agenda

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

- Was ist überhaupt eine Kunst-Unternehmens-Kooperation? Und was nicht?
- KUK-Prozess als Basis
- Einige Highlights und Erkenntnisse des Forschungsprojektes „Arts push Business“ (IFAF-Projekt)
- Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen

Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

- Vorwort
- Teil I: **Einführung** (2)
- Teil II: **Beziehungen und Barrieren zwischen Kunst und Unternehmen** (5)
- Teil III: **Ausgewählte Spielarten von Kunst-Unternehmens-Kooperationen** (8)
- Teil IV: **Erfolgsbeispiele für Kunst-Unternehmens-Kooperationen aus der Praxis** (7)
- Teil V: **Management von Kunst-Unternehmens-Kooperationen** (7)
- Teil VI: **Leitfäden für Kunst-Unternehmens-Kooperationen** (2)

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

- 30 Beiträge von 29 Autoren
- 476 Seiten
- E-Book: 39,99 € (Januar 2016)
- Print: 39,99 € (Februar 2016)
- www.transcript-verlag.de

© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Erleben Sie KUK-Cases!

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Dr. Claudia Borowy
(inszenio)
„Act Leadership“

Philipp Geist
(Lichtkünstler)
„HVB Tower Projekt“

Jörg Reckhenrich
(Künstler, Berater, Autor)
„Kunst als Kapital – künstlerische Arbeit in Unternehmen“

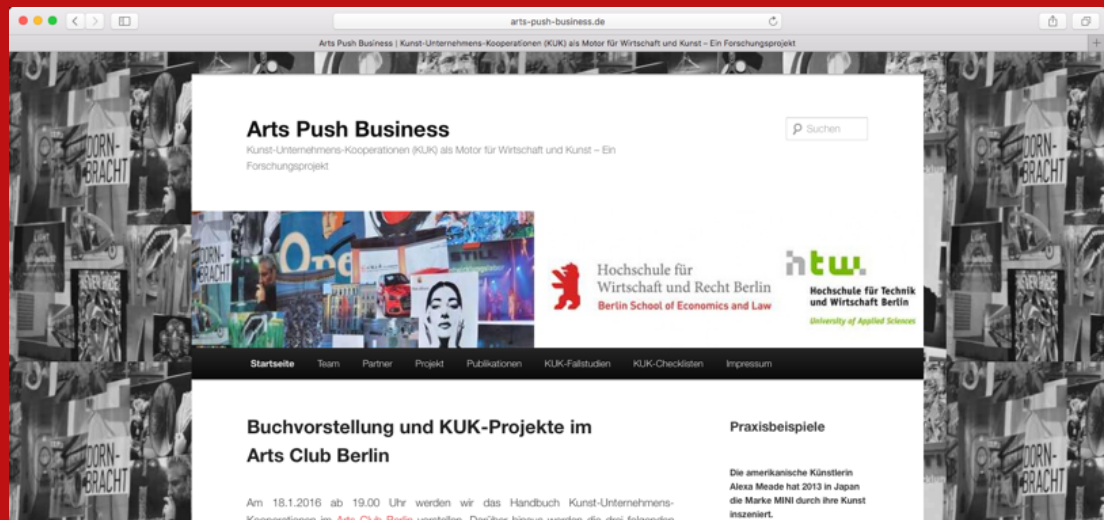
© Prof. Dr. Carsten Baumgarth (cb@cbaumgarth.net)

Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Prof. Dr. Carsten Baumgarth
Professur für Marketing,
insbesondere Markenführung

Fachbereich
Wirtschaftswissenschaften
Badensche Straße 52
10825 Berlin

T +49 (0)30 30877-1481
F +49 (0)30 30877-1360
M +49 (0)160 4328595
E carsten.baumgarth@
hwr-berlin.de
www.hwr-berlin.de



Download der Präsentation unter:

www.arts-push-business.de