



Titelthema

# Mittelstand in Europa

Perspektiven für deutsche Unternehmen

Special

## Fuhrpark · Flotte Firmenwagen

»Small Business Act«  
Ziele von Günter Verheugen

Die EU und der Euro  
Prof. Dr. Wilhelm Hankel

Kunst im Unternehmen  
Kapitalanlage & Vermögen

## Unternehmenssammlungen

*Die Kunst, Werte zu schaffen*

Der Aufbau von Kunstsammlungen in Unternehmen hat in Deutschland lange Tradition. Während sie historisch meist aufgrund der Passion eines Unternehmers für Kunst entstanden, verdanken sie sich heute häufig auch strategischen Entscheidungen. Konzepte und Positionierungen werden gezielt entwickelt sowie mit Hilfe professioneller Beratung im Rahmen langfristigen Managements umgesetzt. De facto entstehen nicht nur ästhetische Werte im Unternehmen, sondern auch Vermögenswerte, die bilanzfähig sind. Insofern verwundert nicht, dass hochkarätige Sammlungen wegen dieses Doppelcharakters als sehr attraktiv gelten.

Ob eine Sammlung auf dem Mäzenatentum eines Firmeninhabers oder auf strategischen Entscheidungen beruht, ändert nichts daran, dass Kunst in der internen und externen Wahrnehmung als mediale Umsetzung einer Unternehmenskultur gilt. Dadurch wird das Profil des Unternehmens für seine Mitarbeiter und Geschäftspartner geschärft und es werden gezielt Anreize gesetzt, um in einem ganz bestimmten Klima der Kreativität neue Ideen und Gedanken zu initiieren. Die tägliche Begegnung und die spontane Befassung mit Kunst fördern das sprichwörtliche »Out of the Box«-Denken, das zeitgeistkonform branchenübergreifend gefordert ist. Kunst in Unternehmen macht Unternehmen klüger.

Durch Vorträge, Führungen, Ausstellungen und Workshops im Rahmen unternehmenseigener Sammlungen werden die Mitarbeiter kunsthistorisch geschult, und es werden ihnen Zusammenhänge sowie künstlerische Perspektiven aufgezeigt, die nicht Teil des gewöhnlichen Arbeitsablaufs sind, diesen aber befruchten. Ziel einer gut in die Unternehmenskultur eingebundenen Sammlung ist die Verknüpfung des unternehmerischen Ansatzes mit der Kunst. Die Leistung des Unternehmens wird durch die Kunst gespiegelt und unterstrichen und teilweise sogar durch Parallelen und Verweise, die sich aus dem Dialog über Werke in Firmenbesitz ergeben, erklärbar.

Die Daimler Benz AG nennt als einen der Gründe für ihre Sammlung das Potential der Kunst, Wertvorstellungen anzusprechen sowie Räume für Phantasie und Imagination bei den Mitarbeitern zu eröffnen.



**Friederike van Delden**  
1858 Ltd., Art Advisory,  
Düsseldorf

Kunst wird als Ressource verstanden, die sich durch ihre ästhetische Formensprache und inhaltliche Bezüge produktiv auf das Unternehmen auswirkt. Die Siemens AG in München betont den Lerneffekt durch die Begegnung mit künstlerischem Denken und artifizierlicher Ausdrucksweise. Durch das Zusammentreffen verschiedener Gestaltungen, Unternehmensthemen versus Kunst, entstehen innovative, interessante Geschäftsideen.



Frank Stella | Sammlung Henkel

Bei alledem wird sich eine erfolgreiche Unternehmenssammlung stets auch wirtschaftlich begründen. Kunst in Unternehmen ist eine aktive Geldanlage, mit angenehmen Nebeneffekten. Sie ist Teil des Firmenvermögens und kann bei fachmännischem Management zu einem regulären Profitcenter reifen oder mit Gewinn liquidiert werden. Als die Fluggesellschaft Alitalia in finanzielle Schwierigkeiten geriet, entschied sie sich Mitte September 2009, über 200 Exponate der firmeneigenen Sammlung über ein Mailänder Auktionshaus zu verkaufen, um einen Erlös von rund einer Million Euro zu erzielen. Ähnliche Erträge wurden zuletzt bei der Auktion der »Lehman Brothers Art Collection« erzielt. Nachdem die bankeigene Sammlung im September 2008 zunächst von Lehman Brothers an Barclays übergegangen war und die britische Bank ein Jahr lang über den vollständigen oder den teilweisen Kauf nachdenken durfte, entschied sich der Insolvenzwalter von Lehman Brothers unlängst für die Versteigerung der schließlich zurückgegebenen Werke. Die 283 Exponate gingen für 1,35 Mio. US-Dollar in neue Hände über.

Unternehmen, die ihre Sammlung als lebendigen Teil des Firmenvermögens betrachten, sind gut beraten, entweder einen Kunsthistoriker zu beschäftigen oder sich externer kunsthistorischer Beratung zu versichern. Im Rahmen eines langfristig angelegten Managements kann eine Unternehmenssammlung durch Zukäufe gezielt in ihrem Wert gesteigert, durch Katalogisierung dokumentiert sowie durch die Organisation von Ausstellungen und Leihgaben an Museen wirkungsvoll im öffentlichen Raum platziert werden. Alle Facetten zusammen begründen diverse materielle und immaterielle Wertzuwächse für das Unternehmen.

Speziell für die externe Wahrnehmung des Firmenerfolgs sind eigene Sammlungen vorteilhaft. Unternehmen, die Kunstwerke kaufen, werden als wirtschaftlich gesund an-

► Fortsetzung auf Seite 61



## ► Fortsetzung von Seite 58

gesehen. Eine Kunstsammlung lässt assoziieren, dass entsprechende Profite erwirtschaftet werden, um Mittel für Kunst als kulturelles Luxusgut einzusetzen. Außerdem ist Kunst nicht festgelegt, sondern verhält sich neutral zur Geschäftsausrichtung von Firmen. In derselben Weise, in der sie intern die Unternehmenskultur profiliert,



Miwa Yanagi | Sammlung Deutsche Bank

schaft sie in der Außenwirkung eine definierte Wahrnehmung der Identität, Historie und Kultur von Unternehmen. Eine Unternehmenssammlung kann aber auch zu Werbezwecken eingesetzt werden, etwa bei Kundenveranstaltungen, anlässlich großer Ausstellungen in Museen oder anlässlich von Projekten im öffentlichen Raum.


In diesem Sinne werden sich im Rahmen der »RUHR.2010« verschiedene Unternehmenssammlungen der Region, die normalerweise unzugänglich sind, der Öffentlichkeit präsentieren, um die Standortverbundenheit der Betriebe auch kulturell zu unterstreichen. Besucher solcher Veranstaltungen konzedieren den betreffenden Unternehmen positive Eigenschaften. Das Image und Kontakte werden gefestigt. Die Unternehmen gewinnen durch solche Ausstellungen und die damit häufig einhergehenden Kataloge die Möglichkeit, Botschaften an ihre relevanten Zielgruppen zu senden, ohne indessen aufdringlich zu wirken.

Diese Punkte belegen, warum der Aufbau von Firmensammlungen einen Wertzuwachs und einen Mehrwert für Unternehmen bedeuten. Kunst als visuelle und kulturelle Brücke zwischen unternehmerischer

Idee, Mitarbeitern und Geschäftspartnern fördert die ganzheitliche Ausprägung eines kompetenten, sympathischen Profils. Zugleich ist Kunst in Unternehmen Ausdruck von Stabilität, Kontinuität und Tradition. Daher werden einschlägige Engagements in Familienunternehmen oft auch von nachfolgenden Generationen und nach Wechseln an der Unternehmensspitze fortgeführt.

Einen Glücksfall stellt das Wirken von Gabriele Henkel dar, die selbst mit großem Kunstsinn begabt, mit Sachverstand und Sinn für Qualität seit 1970, »dem Wunsch der Geschäftsleitung« folgend, wie es bisweilen mit Understatement heißt, eine weit über Düsseldorf hinaus renommierte Kollektion konzipiert und in engem Kontakt zu Künstlern und Galeristen angelegt hat. Hier entstand in der Unternehmerfamilie neben dem weltbedeutenden Betrieb noch ein Lebenswerk von Rang. Die Sammlerin hat wie andere Sammler auch einen Preis gestiftet und vergibt seit 2001 eine mit 25.000 Euro dotierte Auszeichnung für Künstler, die den Kulturtransfer zwischen Deutschland und den romanischen Ländern würdigt.

Insofern stehen Unternehmenssammlungen stets auch für gesellschaftliches und soziales Engagement. Durch die Förderung von Kunst, die der Öffentlichkeit durch Führungen und Ausstellungen, wie bei der Kooperation zwischen der Deutschen Bank und der Solomon R. Guggenheim Foundation in Berlin (Deutsche Guggenheim), zugänglich wird, oder durch Sponsoring im Museumsbereich, wie im Falle des Energiemultis E.ON, leisten Unternehmen Beiträge zur Kultur unseres Landes. Preise, die meist an junge Talente verliehen werden, und die Unterstützung von Projekten finden oft im Kontext von Sammlungen statt. Unternehmen profilieren sich so im Medienzeitalter am Firmensitz, in ihrer Region und national.

Setzen sich Unternehmen für Kunst ein, profitieren beide Seiten. Die Firmen treten in eine vorteilhafte, gemeinnützige Form gesellschaftlicher Verantwortung ein. Eine Haltung, von der zu wünschen ist, dass sie auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten passioniert Bestand haben wird. 

Friederike van Delden,  
1858 Ltd., Art Advisory, Düsseldorf

