

Wirtschaft kann von Kunst lernen - MT-Interview mit Art-Coach Dr. Ulrike Lehmann

Ursula Koch vom 13.05.2022, 21:00 Uhr | Lesezeit 6 Min.

Minden. Anfang April hat Liselotte Bombitzki ihr Atelier Kunstraum DS9 offiziell eröffnet. Am Montag, 16. Mai, um 18 Uhr startet sie dort die Reihe „Atelier am Abend“, in der sie den Dialog zwischen der heimischen Kunstszene, Wirtschaft und Politik anstoßen möchte. Ihr erster Gast im DS9, Drosselstraße 9, ist Dr. Ulrike Lehmann aus Düsseldorf, die anregt und empfiehlt, dass die Wirtschaft von der Kunst lernen kann. Ulrike Lehmann ist promovierte Kunsthistorikerin, arbeitete viele Jahre als Kunstvermittlerin (zum Beispiel auf der Documenta 1987) und Kuratorin in großen Museen, bevor sie sich als Art Coach selbstständig machte. Sie bezieht Kunst in Coachingprozesse ein.

Was kann denn die Wirtschaft von der Kunst lernen?

Künstler sind innovativ, sie denken anders, sie machen jeden Tag neue Arbeiten. Sie müssen sich jeden Tag etwas Neues einfallen lassen. Sie gehen morgens ins Atelier, haben eine weiße Leinwand vor sich und wissen nicht, was am Ende des Tages dabei herauskommt. Das kann die Wirtschaft von den Künstlern lernen: Was mache ich eigentlich? Wie fange ich an, wie gehe ich vor, wie mutig bin ich einen neuen Pinselstrich zu setzen? Wie mutig bin ich, ein neues Bild zu schaffen? Wie mutig bin ich als Picasso einen neuen Stil zu erfinden? Ich glaube, dass die Wirtschaft diesen Mut und die Neugier von der Kunst lernen kann.

----- Landtagswahl NRW -----



[>>> Hier geht es direkt zum Wahl-O-Mat](#)

Gäbe es nicht ohne Kreativität überhaupt keine neuen Geschäftsideen, keine Weiterentwicklung? Ist Kreativität nicht etwas, das in der Wirtschaft verankert ist?

Jein. Sie kennen den Spruch: Wir machen das so, wie wir das immer schon gemacht haben. Dieser Spruch ist in allen Firmen da und es gibt viele Menschen, die keinen Mut haben. Aber heute ist es nachgerade notwendig, dass jeder anfängt, kreativ zu werden und innovativ zu denken. Das bedeutet auch, dass Hierarchien flacher werden, es möglich wird, dass Teams für sich selber entscheiden können und jeder einzelne sich besser einbringen kann. Heute geht es darum, schneller Ideen zu generieren. Die Digitalisierung erfordert neue Prozesse. Unternehmen sind heute keine geschlossenen Systeme mehr, sondern Netzwerke. Heute müssen sich Unternehmen auf gesellschaftliche Themen wie „me too“, „Black life matters“, Nachhaltigkeit, Klimawandel, Geschlechtergerechtigkeit einstellen.

Aber hat nicht Corona viel mehr verändert, als jede willentliche Steuerung?

Ja, ich würde sagen, da ist auf jeden Fall sehr viel passiert. Aber aufgrund von Home Office sind auch viele Leute wieder zurückgeblieben. Ich kenne Leute, die mir gesagt haben, dass sie seit zwei Jahren ihre Kollegen nicht mehr gesehen haben, dass sie vielleicht drei mal Ihre Führungskraft gesehen haben. Sie fühlen sich verloren. Da ist also nicht nur Positives passiert.

Wie hätte sich denn vor diesem Hintergrund Kommunikation verändern müssen?

Im Team, wenn man sich vor Ort sieht, dann ist der Spirit innerhalb der Leute sehr stark. Wenn fünf Personen ein Bild betrachten, dann sieht jeder das Bild anders. Dadurch findet eine gegenseitige Befruchtung statt. Wie können wir das auf unsere Arbeitswelt übertragen? Die Wirtschaft kann also lernen, mit der Kunstbetrachtung neue Sichtweisen zu bekommen. Welche anderen Sichtweisen haben die anderen im Team? Kunst ist ein Opener, öffnet Herz, Gefühl und Verstand und eröffnet für eine Führungskraft auch neue Sichtweisen auf die einzelnen Mitarbeiter. Eine gemeinsame Kunstbetrachtung, die mit einer bestimmten Fragelogik verbunden wird, macht die Multiperspektive im Team sichtbar und am Ende kommt es auf einen „common ground“

Haben Sie in der Corona-Pandemie Ihre Seminare online eins zu eins fortführen können?

Ich musste digitale Techniken mit einbeziehen, etwa den Chat oder das Whiteboard. Es kommt darauf an, dass man die Leute bei der Stange hält. Die Aufmerksamkeitszeit ist digital nicht so lange ist, wie live. Ich musste die einzelnen Mitmenschen auch aktivieren durch direkte Ansprache. Ich muss mich, wie alle anderen Unternehmer auch, immer wieder neu erfinden und das habe ich natürlich im digitalen Bereich auch getan.

Künstler sind auf der anderen Seite aber auch die Personengruppe, die wirtschaftlich am schlechtesten gestellt ist. Bräuchten daher nicht eigentlich Künstler im Bereich Marketing mehr Schulung?

Das ist richtig. Es wäre schön, wenn Künstler das auch annehmen würden, aber das ist tatsächlich eine ganz andere Ebene, mit der ich mich weniger befasse. Gleichwohl mache ich auch Seminare für Künstler. Da habe ich übrigens Frau Bombitzki kennen gelernt, die bei mir in einem Marketing Seminar war, das ich im Auftrag vom Landesbüro für Kunst für das Land NRW gebe. Das know how der Wirtschaft ist bisher wenig von dort an die Künstler herangetragen worden. In Deutschland sind bei der Künstlersozialkasse 60.000 Künstler gelistet. Etwa 80 Prozent davon verdienen im Jahr 15.000 bis 17.000 Euro, liegen also unter der Armutsgrenze.

Müsste nicht eigentlich auch die Politik von der Kunst lernen?

Ja, das wäre schön. Viele Politiker haben den Blick verloren, für das, was auf der Straße passiert. Es ist tatsächlich der Fall, dass immer mehr Menschen abgehängt werden. Ich sehe Herrn Lindner häufiger durch Düsseldorf laufen. Es wäre gut, wenn er nicht nur telefonieren würde, sondern auch mal mit den Leuten auf der Straße sprechen würde, fragen würde, was sie bewegt. Ich glaube, dann würde er auch ein bisschen anders denken. Kommunikation ist natürlich ganz wichtig.

Der DS9 bietet nur Raum für rund 20 Zuhörer. Daher ist eine Anmeldung per E-Mail an atelier@liselottebombitzki.de erforderlich.

Copyright © Mindener Tageblatt 2022

Texte und Fotos von MT.de sind urheberrechtlich geschützt.

[Weiterverwendung nur mit Genehmigung der Chefredaktion.](#)