

Hessische Wirtschaft

Das IHK-Magazin aus der Landeshauptstadt
für Wiesbaden | Rheingau-Taunus | Hochheim

Okt
NOV
2021



12
**Menschen und Unternehmen:
Zukunftsorientiert
durch die Pandemie**

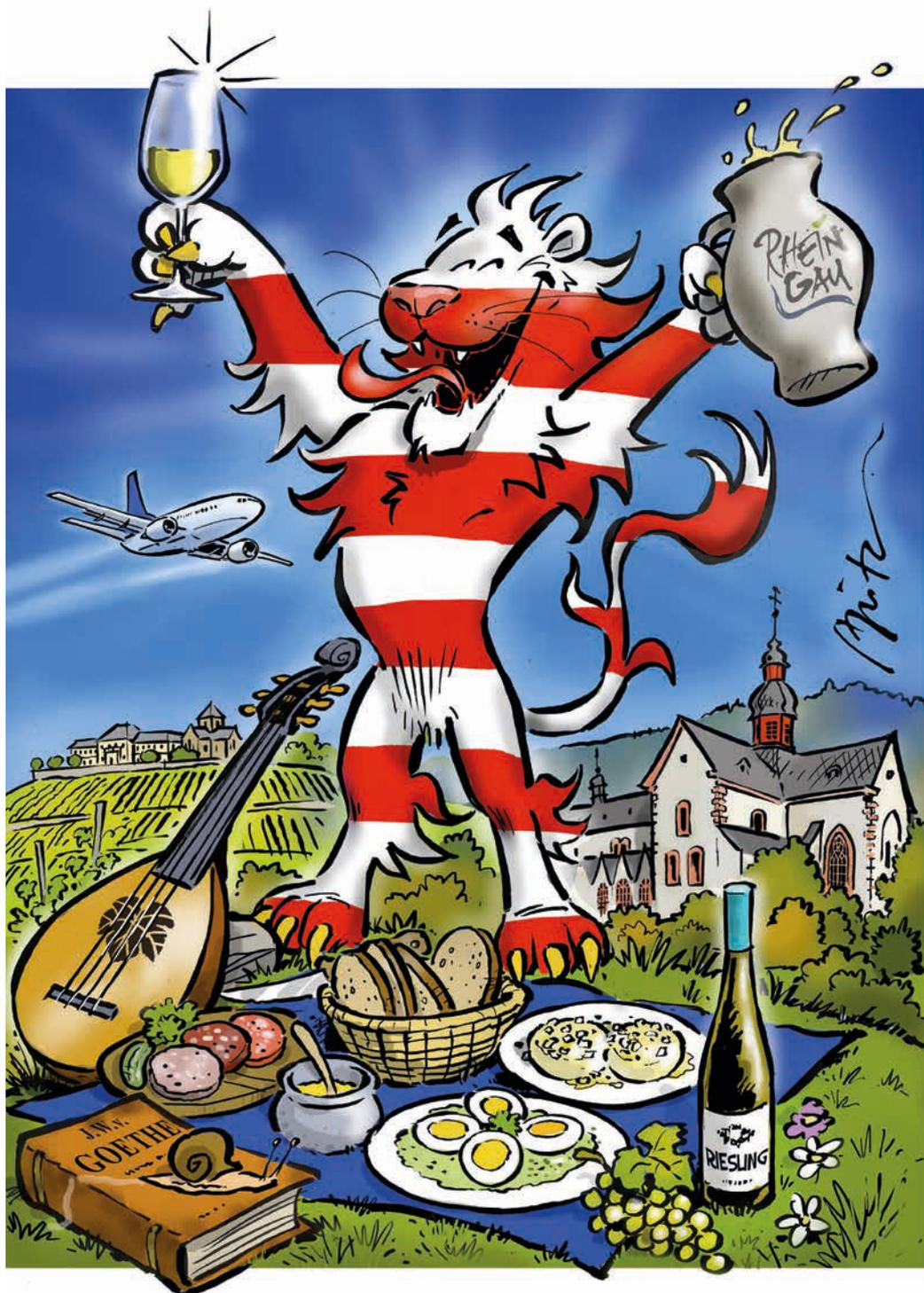
16
**Titelthema Kunst & Kultur:
Im Einklang mit
der Wirtschaft**

46
**IHK:
Erst mal Applaus!
249. Vollversammlung**

Hessische Wirtschaft

Das IHK-Magazin aus der Landeshauptstadt
für Wiesbaden | Rheingau-Taunus | Hochheim

OKT
NOV
2021



12
**Menschen und Unternehmen:
Zukunftsorientiert
durch die Pandemie**

16
**Titelthema Kunst & Kultur:
Im Einklang mit
der Wirtschaft**

46
**IHK:
Erst mal Applaus!
249. Vollversammlung**

Hessische Wirtschaft

Das IHK-Magazin aus der Landeshauptstadt
für Wiesbaden | Rheingau-Taunus | Hochheim

OKT
NOV
2021



12
**Menschen und Unternehmen:
Zukunftsorientiert
durch die Pandemie**

16
**Titelthema Kunst & Kultur:
Im Einklang mit
der Wirtschaft**

46
**IHK:
Erst mal Applaus!
249. Vollversammlung**



Menschen und Unternehmen. In unserem Corona-Spezial stellen wir drei Unternehmen vor, die neue Wege gefunden haben, die Pandemie zukunftsorientiert für sich zu nutzen.

IHK. Nach eineinhalb Jahren hieß es endlich wieder Präsenzsitzung für die Vollversammlung. Im RMCC stand das Thema Mobilität ganz oben auf der Agenda.

Titelthema Kunst & Kultur. Kunst in Unternehmen, ein neues Museum für Wiesbaden und ein Kunstwerk direkt in Ihren Händen. All das bietet unser Titelthema.

Menschen und Unternehmen

- 05 — Einblick
- 06 — Kurzmeldungen
- 09 — Jubiläen
- 10 — 17 Ziele: „Tu du’s“ – cluuv GmbH
- 12 — Corona-Spezial Teil 2: Pandemie, Aufstehen, Weitermachen

Titel: Kunst & Kultur

- 16 — Kunst, Kultur und Wirtschaft
- 19 — Der Kunstverleiher: Christian Rother, smart-collectors GmbH
- 20 — Neues vom Museum Reinhard Ernst
- 21 — Kunstwerke in Unternehmen

Ausbildung

- 36 — Von Azubi zu Azubi
- 37 — Kurzmeldungen
- 38 — Update: Ausbildung in Teilzeit

Standort

- 25 — Zukunft Innenstadt: Wiesbaden bewegt!?
- 26 — Kurzmeldungen
- 28 — 20 Jahre ÖKOPROFIT

Service

- 39 — Willkommen im Expert:innenteam: Clément-Baptiste Heinrich, IHK-Sachverständiger
- 40 — Die Sache mit dem Kopftuch
- 42 — Kurzmeldungen und Buchtipps
- 44 — Eintragungspflicht im Transparenzregister
- 45 — IHK-Termine

Neues aus der Gründungsregion

- 29 — Ein Verein für Nachfolgekultur

International

- 30 — Indopazifik rückt stärker in den handelspolitischen Fokus der EU

IHK

- 46 — 249. IHK-Vollversammlung
- 48 — Neues aus Berlin und Brüssel
- 50 — Mein Lieblingsort: Sophie Egert, Flötenwegwiese, Oestrich-Winkel
- 50 — Firmenverzeichnis

Zum Titelbild

Drei Künstler:innen aus unserer Wirtschaftsregion hatten wir gebeten, ein Cover für die „Hessische Wirtschaft“ beizusteuern. Drei verschiedene Titelbilder sind nun als „IHK-Galerie“ im Umlauf. Verteilt wurden sie nach dem Zufallsprinzip. Der Comic-Künstler und Maler Michael Apitz aus Walluf hat sich bei „Feels like Rheingau“ gefragt, wie sich ein Hessenlöwe im Rheingau fühlt. Der Wiesbadener Graffiti-Künstler Yorkar ist bekannt für seine authentischen Street-Art Collagen. Auf unserem Cover ist das Werk „ICHLIEBEZEIT * Zeit isst Geld“ zu sehen. Und die Wiesbadener Kunstfotografin Iris Kaczmarczyk widmet sich mit ihrem Foto einer Banane der Pop Art. Ein zunächst triviales Motiv findet hier seine künstlerische Übersetzung.

- apitz-art.de
- yorkar.de
- fotografie-kaczmarczyk.de



Sabine Meder
Hauptgeschäftsführerin

Über die Kunst

„Kunst ist ein menschliches Kulturprodukt, das Ergebnis eines kreativen Prozesses“,

diese Definition, verehrte Leserinnen und Leser, führt Wikipedia an. Das ist mit Verlaub eine recht nüchterne Betrachtung. Norbert Lammert führt uns mit seiner Überlegung weiter.

„Kunst und Kultur sind nicht die sympathische Nische der Gesellschaft, sondern das Eigentliche, das sie zusammenhält.“

Für mich ein sehr viel stärkeres Bild und wahrscheinlich auch sehr viel näher an dem, was viele von uns im Angesicht der Kunst empfinden.

Für uns hier in der IHK Wiesbaden ist Kunst aber noch viel mehr: Sie ist Teil unserer Willkommenskultur. Kunst hebt die Aufenthaltsqualität und schafft Wohlfühlatmosphäre in unseren Räumlichkeiten. Kunst bringt Menschen ins Gespräch und inspiriert unsere Gäste. So gesehen passt sie hervorragend zur IHK. Wir bauen Netzwerke, lieben den Austausch und neue Ideen. Die Werke in unserem Haus sind vielfältig, genauso wie unsere Mitglieder, vom Startup bis zum Traditionsunternehmen.

Auch wenn der Austausch oder die Projektentwicklung bei längeren Sitzungen mal ins Stocken gerät, kann die Kunst in unseren Räumen beim Betrachten wieder Energien freisetzen. Unsere Kunstwerke sind ein Angebot, eine Einladung immer wieder Neues zu entdecken, um gemeinsam weiterzukommen. Im Oktober werden wir auch mit einigen Werken bei der Online-Ausgabe von „Kunst privat!“ vertreten sein.

Ich lade Sie nun herzlich ein, sich gemeinsam mit uns auf eine abwechslungsreiche Kunstreise durch unsere Wirtschaftsregion zu begeben. Ich wünsche Ihnen maximalen Kunst- und Lesegenuss,

Ihre



Ihr Kontakt zur IHK

IHK-Service-Center
Wilhelmstraße 24-26, 65183 Wiesbaden
Telefon 0611-1500-0
info@wiesbaden.ihk.de
→ ihk-wiesbaden.de
Mo bis Do 8-17 Uhr, Fr 8-16 Uhr

- 0611 | 1500-
- 0 Service-Center
- 128 Bildung
- 134 Wirtschaftspolitik
- 152 Beratung
- 154 Finanzen und Organisation

IMPRESSUM

Hessische Wirtschaft

Offizielles Organ der IHK Wiesbaden
74. Jhrg., erscheint sechsmal pro Jahr
(Online-Ausgabe 1.10.2021,
Druckausgabe 6.10.2021)

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Wiesbaden
Hauptgeschäftsführerin: Sabine Meder

Redaktion

Roland Boros (Leitung),
Prof. Dr. Friedemann Götting (V.i.S.d.P.),
Christoph Jung, Tobias Quoika
presse@wiesbaden.ihk.de

Mit Namen oder Initialen gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Verfassers, aber nicht unbedingt die Ansicht der IHK wieder. Nachdruck nur mit Genehmigung und Quellenangabe.

Mitarbeit

Alexandra Dehe, Esther Pasternak,
Christina Oxfort, Anne Lemhöfer

Designkonzept

Q, Wiesbaden, q-home.de

Verlag, Layout,

Druck und Anzeigenverkauf

Druck- und Verlagshaus Zarbock
Sontraer Str. 6, 60386 Frankfurt
Tel. 069 420903-72, Fax -70
verlag@zarbock.de

Das Magazin wird auf umweltfreundlichem FSC-Papier klimaneutral gedruckt.

Anzeigendisposition

Anette Kostrzowa, Tel. 069 420903-75

Zweigniederlassung

Spessartstr. 112, 65205 Wiesbaden
Z. Zt. gültige Anzeigen-Preisliste: Nr. 44
Verlagsleitung: Ralf Zarbock

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK.

Druckauflage

14.310 Ex., IVW-geprüft
Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1.10.2019 bis 30.9.2020)

Vollbeilagen

Autohaus Karl & Co.
GmbH & Co. KG, Mainz
Druck- und Verlagshaus Zarbock
GmbH & Co. KG, Frankfurt
Taurus-Auto-Verkaufs GmbH, Wiesbaden
Wortmann AG, Hüllhorst

Kunst, Kultur und Wirtschaft

„Kunst wäscht den Staub des Alltags von der Seele“, das Zitat stammt von Pablo Picasso und schon sind wir mittendrin im Titelthema des Magazins, bei dem wir dem Verhältnis von Kunst, Kultur und Wirtschaft nachspüren wollen. Wir sprechen über Kunstwerke zum Mieten. Und wir nehmen Sie mit auf die Baustelle des Museums Reinhard Ernst in Wiesbaden. In Ihren Händen halten Sie übrigens auch ein Kunstwerk. Mit drei verschiedenen Kunst-Covern ist diese Hessische Wirtschaft erschienen und gleich zu Beginn stellen wir Ihnen die Macher:innen und ihre Haltungen zum Wert von Kunst und Kultur vor.

IRIS KACZMARCZYK

Fotografin / Wiesbaden

„Kunst und Kultur ist das, was eine Gesellschaft ausmacht und es zeigt sich gerade jetzt, wie wichtig Kunst und Kultur geworden sind. Kunst sollte einen höheren Stellenwert bekommen und eine starke Unterstützung von Bund und Land erhalten, denn Kreativität bestimmt unser Leben und anders kann ich es mir nicht vorstellen. In der Kunstfotografie suche ich emotionale Ausdrucksmöglichkeiten. Ich benutze reale Motive, um sie in abstrakte Fotobilder meiner inneren Sprache zu verwandeln. Mit den Möglichkeiten der Fototechnik zu spielen erhöht meine Kreativität. Das Schöne an dieser Fotokunst ist, dass sie zeitlos ist und sich an keine Regeln hält.“



YORKAR

Street-Art-Künstler / Wiesbaden

„Kunst lebt von der Beachtung und Kultur lebt von der Beteiligung“

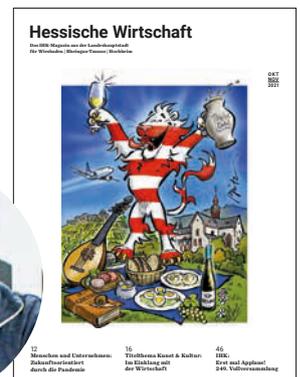
Im Stadtbild gefundene Plakate, Schilder, Brettchen verarbeitet Yorkar zu authentischen Murals, Graffiti, Street-Art-Collagen. Handgefertigte Stempel, Schablonen, Aufkleber und die exzessiven Mischtechniken mit Markern, Sprühdosen, Wandfarben unterstreichen diese urbane Kunst. Symbole und Titel tragen zeitgenössische, kritische Botschaften. Sieben gestempelte Lilien unterzeichnen seine Unikate.



MICHAEL APITZ

Comic-Künstler und Maler / Walluf

„Zeichnen und Malen sind mein Beruf und meine Berufung! Kreativ zu sein bedeutet eine täglich neue Herausforderung und neben allen stressigen Phasen ist es eine sehr befriedigende Tätigkeit! Gerne arbeite ich bei meinen Projekten mit Musikern und Schauspielern zusammen – Kunst und Kultur gehören also wie selbstverständlich zu meinem täglichen Leben! Eine Besonderheit ist bei mir, dass ich zwischen Comic und Malerei hin und her wechsle und daher in keine Schublade passe.“



Win-Win-Win

Wenn Betriebe Kunst und Kultur sponsern, profitieren Unternehmen, Künstler:innen und Mitarbeiter:innen gemeinsam.

Preisfrage: In welchem Theaterstück tauchen ein Polizist, ein Zahnarzt, zwei Karate-Kämpfer, drei Gorillas, Mozart, ein Taschendieb und ein Kapitän auf? Darauf kommt niemand, denn dieses Theaterstück hat das Wiesbadener „Theater Franz“ mit seinen 17 Akteurinnen und Akteuren selbst entwickelt – „Liebe und Fairsprechen“, nach den Leitmotiven des bekannten Musicals „My Fair Lady“. Seit über zehn Jahren spielen geistig beeinträchtigte Schauspielerinnen und Schauspieler, die von der „Lebenshilfe“ betreut werden, unter dem Namen „Theater Franz“ auf großer Bühne. Fast genauso lange fördert die ebenfalls in der hessischen Landeshauptstadt ansässige R+V Versicherung das Theater mit 10.000 Euro im Jahr. Und das ist mehr als eine Fußnote auf der Webseite des Unternehmens, das zur Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken gehört. Mitarbeiter:innen der Versicherung sind Teil der Stammkundschaft des „Theaters Franz“, wie R+V-Sprecher Frank Senger berichtet: „Die Partnerschaft kommt in der Belegschaft sehr gut an. Ein Zeichen dafür ist die riesige Nachfrage nach Plätzen für neue Stücke. Jedes Jahr – mit Ausnahme des Corona-Jahres 2021 – lädt das Ensemble unsere Mitarbeiter:innen zur Generalprobe ein. Und jedes Mal gibt es deutlich mehr Interessenten als Plätze, wir müssen das Los entscheiden lassen.“

Die lokale Kultur zu fördern, das steht längst bei vielen Unternehmen auf der Agenda – und oft suchen sie sich etwas aus, was zur eigenen Firmenphilosophie passt: Der Schokoladen-Hersteller Ritter Sport kauft quadratische Kunst an, weil er für seine ebenso quadratischen Schokoladentafeln bekannt ist. Und der ADAC präsentiert Gemälde, in denen Autos eine Rolle spielen. Dabei ist das alles mehr als ein netter Spaß und auch die R+V Versicherung hat sich natürlich etwas dabei gedacht, gerade ein integratives Theater zu sponsern: „Das Besondere ist aus unserer Sicht das erfolgreiche Rezept der Theatergruppe, um Vorbehalte oder Befangenheiten gegenüber Menschen mit geistiger Behinderung abzubauen – und zwar durch die persönliche Begegnung. Außerdem arbeitet das Ensemble nach dem genossenschaftlichen Motto der ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘, was wir als genossenschaftliches Unternehmen selbstverständlich sehr gerne fördern.“ Kulturell ist die Wiesbadener Versicherung breit aufgestellt: Sie gehört außerdem zu den Hauptsponsoren des Rheingau-Musikfestivals.

Kultur und Wirtschaft sind nur auf den ersten Blick gegenläufige Kräfte. Hier die frei florierende Kreativität, die jenseits der Gesetze von Angebot und Nachfrage eigene Welten ergründet. Und dort die Firma, die nichts ohne Blick in die Bilanzbücher tut. Das Geld ist bei den einen oft knapp, und die anderen müssen sich bemühen, ihren

Namen im Gespräch zu halten. Grundsätzlich lässt sich also sagen, dass es sich beim Kultursponsoring um einen Tauschakt zwischen Unternehmen und kultureller Institution – Theater, Museum oder Konzertveranstalter – handelt. Das Unternehmen leistet Unterstützung in Form von Geld, Materialien oder Dienstleistungen. Als Gegenleistung erhält es unter anderem Aufmerksamkeit und Präsenz in den Medien und kann sich als empathischer, engagierter gesellschaftlicher Akteur hervortun. Abseits der klassischen Werbung suchen auch regionale Firmen immer öfter nach einem öffentlichen Auftritt, der das Publikum nicht nervt – etwa mit einem kleinen Firmenlogo auf dem Programmheft. Oder, wie es die Nassauische Sparkasse in Wiesbaden seit einiger Zeit tut, gleich mit einer eigenen Kunstsammlung. Und dann gibt es natürlich noch eine Menge dazwischen.

Aber geht es beim Kultursponsoring wirklich nur um eine etwas niveaullere Form der Werbung? Um eine hübsche Geste? Keineswegs. Wohlhabende Kauf- und Geschäftsleute haben seit der Antike die Künste gefördert. Sie traten als Mäzene in Aktion, was auch ihrem eigenen Ruf zugute kam. In Zeiten, in denen sich die öffentliche Hand aufgrund von Sparzwängen aus der Kulturförderung teilweise zurückziehen muss oder zumindest weniger Spielräume als zu früheren Zeiten hat, wird das Sponsoring für viele Sparten des Kulturbetriebs zum Rettungsanker. Eine echte Win-Win-Situation also.

Ulrike Lehmann ist promovierte Kunsthistorikerin und überzeugt, dass besonders im Bereich der Bildenden Künste einfach alle von Kooperationen profitieren: Die Künstler:innen, das Unternehmen, seine Mitarbeitenden – und sogar die Kunden. Lehmann nennt sich „Art Coach“. Die Düsseldorferin ist außerdem Ausstellungskuratorin und PR-Beraterin. Ihr Spezialgebiet ist die Beziehung zwischen Wirtschaft und Kunst, sie ist Herausgeberin des Standardwerks „Wirtschaft trifft Kunst. Warum Kunst Unternehmen gut tut“. Unternehmen aus ganz Deutschland laden sie ein, um mit Angestellten eine „Schule des Sehens“ durchzuführen – und auch, um Geschäftsführungen zu beraten – etwa, wenn sie eine Kunstsammlung aufbauen möchten. „Es gibt viele gelungene Praxisbeispiele, die zeigen, dass die Wirt-

schaft von Kunst und Künstler:innen profitiert und ihr Kreativitätspotential nutzt, um den Herausforderungen der modernen Arbeitswelt zu begegnen“, erklärt Ulrike Lehmann.

Kunst bereichere in vielerlei Hinsicht. „Die Digitalisierung erfordert ein Umdenken in der Wirtschaft. Unternehmen müssen ihre innere Führungsstruktur umbauen hin zu agilen Teams und flachen Hierarchien. Das erfordert ein hohes Maß an Kreativität und Kommunikation. Kunst kann hierfür ein treibender Motor sein. Sie ist nicht nur schön und Dekoration an der Wand, sondern kann viel mehr.“ Gute Kunstwerke, sagt sie, sprechen zu uns. „Kommt eine Entwicklerin oder ein Entwickler bei einem neuen Produkt nicht weiter, kann es helfen, mit einem Kunstwerk in Dialog zu treten.“

Sie beschreibt, was passiert, wenn ein Team sich gemeinsam ein Bild genauer anschaut: „Wenn man mit fünf Personen vor einem Bild steht, sehen dabei alle unterschiedliche Dinge, obwohl sie vor ein und demselben Werk stehen. Im Gespräch über das Kunstwerk, über das Gesehene, tauschen sich die Personen innerhalb des Teams aus. Plötzlich sagen auch diejenigen etwas, die sonst eher zurückhaltend und introvertiert sind. Jeder hört den anderen zu und lernt so, die Sichtweise des anderen zu verstehen.“ Wo Gemälde, Fotografien und Skulpturen am besten stehen sollten? Gerne in den Büros der Mitarbeitenden, empfiehlt Lehmann. Wer in seinem Büro Kunst statt weißer Wände vorfinde, fühle sich sofort wertgeschätzt, nachweislich steigere das sogar die Bindung des Angestellten an die Firma. „Es ist ein Gefühl, als verbringe man acht Stunden am Tag in einem Museum – das ist ein Luxus, den jeder sofort spürt.“ Gerade junge Menschen wollten gerne in Unternehmen arbeiten, die für etwas stehen, das sei für die Generation Z oder die Millenials von überragender Bedeutung und oft ausschlaggebend für die Wahl des Arbeitgebers. „Denn wenn die dann feststellen, diese Firma steht für gar nichts außer ihrem Produkt, dann ist sie für diese Zielgruppe uninteressant.“

Sie spricht in diesem Zusammenhang von Corporate Cultural Responsibility (CCR) als Teil des bekannten Konzepts Corporate Social Responsibility (CSR) – also als eine Art freiwilliger Selbstverpflichtung eines Wirtschaftsbetriebs, in die Gesellschaft hineinzuwirken, auch auf kultureller Ebene. Allerdings sei es keineswegs genug, einfach nur irgendwelche Bilder an die Wände einer Abteilung zu hängen. Es müsse hochwertige Kunst sein, nichts rein Dekoratives: „Reine Deko-Bilder sprechen nicht zu einem, sie können die Kreativität nicht fördern.“

Es gibt statistische Daten, die Ulrike Lehmanns Überzeugungen stützen. So finden etwa knapp drei Viertel der Arbeitnehmer:innen hierzulande, dass Kunst an jedem Arbeitsplatz zu sehen sein sollte. 60,3 Prozent geben an, dass sie sich im Büro gerne mit Kunst umgeben. Das zeigt eine repräsentative Studie im Auftrag des Büroherstellers Viking unter 1.000 Arbeitnehmer:innen ab 18 Jahren. Ob die restlichen 40 Prozent keinen Platz für Kunst in der Firma haben, sich bislang nicht entscheiden konnten oder ob der Unternehmensleitung der Geschmack der Mitarbeiter:innen nicht zusagt, geht aus der Befragung nicht hervor. Insgesamt haben jedoch nur drei von zehn Berufstätigen ein Mitspracherecht, was die künstlerische Gestaltung ihres Arbeitsumfelds betrifft. Wenn Unternehmen selbst nicht in Kunst investieren, liegt das laut der Studie vor allem an Budgetbeschränkungen. Für Lehmann allerdings kein Argument: „Kunst muss man nicht kaufen, man kann sie auch leihen, dafür braucht es keinen besonders großen Etat.“ Spürbar nach innen, sichtbar nach außen: So fasst sie zusammen, was Kunst am Arbeitsplatz leisten kann.

Als Vorreiterin für den ambitionierten unternehmerischen Einstieg in den Kunstmarkt gilt die DZ Bank mit Sitz in Frankfurt. Die Sammlung des Geldhauses umfasst inzwischen mehr als 10.000 Kunstwerke von über 1.100 internationalen Künstler:innen und zählt zu einer der größten ihrer Art. Ihr Schwerpunkt liegt auf zeitgenössischen fotografischen Arbeiten. „Kunst regt zu ständigem Austausch an, erschließt neue Perspektiven und kreative Lösungsstrategien. Gerade die Coronakrise hat gezeigt, wie wichtig das ist“, sagt Thomas Ullrich, Vorstandsmitglied der DZ Bank und Beiratsvorsitzender der Kunststiftung.

So, wie der Alltag der Mitarbeiter:innen nach ausgedehnten Homeoffice-Phasen überall langsam wieder in die Gänge kommt, ist es auch mit dem Kultursponsoring. Menschen können wieder Konzerte, Theater- und Museumsbesuche genießen, und die örtlichen Unternehmen helfen mit, diesen wichtigen Aspekt des gesellschaftlichen Lebens aufrecht zu erhalten. Als beim Rheingau Musik Festival in diesem Sommer im ehrwürdigen Hof des Klosters Eberbach weltberühmte Musiker:innen, darunter Solisten des West-Eastern Divan Orchestras mit Daniel Barenboim am Klavier, den Abend mit Klängen füllten, hat auch die R+V Versicherung dazu beigetragen, aus unternehmerischer Überzeugung und gesellschaftlicher Verantwortung. Pressesprecher Frank Senger betont: „Für uns ist diese

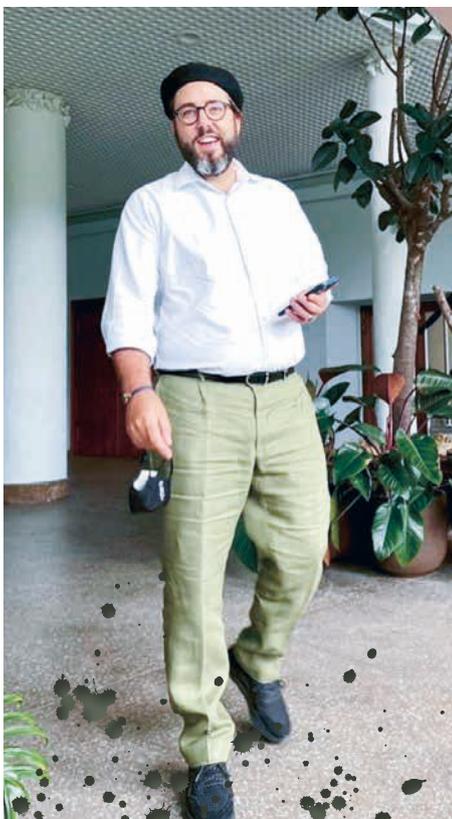
Partnerschaft zugleich ein Beitrag für die Bekanntheit und die besondere Lebensqualität unserer Region. Die R+V will mit der Kulturförderung des Rheingau Musik Festivals aber nicht nur das enorm vielfältige und künstlerisch wertvolle Programm des Festivals ermöglichen, sondern die Kultur und Musik insgesamt nachhaltig fördern.“ Und auch das „Theater Franz“ probt schon eifrig das nächste Stück. ■

Anne Lemhöfer, Journalistin
anne.lemhoefer@web.de

Der Kunstverleiher: Christian Rother

CHRISTIAN ROTHER

smart-collectors GmbH



Wie funktioniert das Konzept von smart-collectors genau? Das Ziel von smart-collectors ist es, durch unsere Online-Multiplattform zeitgenössische, originale Kunstwerke einem breiten Publikum zugänglich zu machen und dabei auch junge Menschen zu erreichen, die sich eventuell noch nicht „trauen“ ein Kunstwerk sofort zu kaufen und sich erst einmal an Kunst herantasten wollen. Die meisten unserer Kunden mieten daher Kunstwerke zunächst und erwerben sie nach Ablauf der Mietfrist (zwischen 12 und 24 Monaten) komplett. Dies ist bei smart-collectors bereits ab 35 Euro im Monat möglich. Die bereits abbezahlten Mietraten werden dabei vom ursprünglichen Kaufpreis abgezogen. Der Preis des Kunstwerks verändert sich während der gesamten Mietzeit nicht. Versicherung und Lieferung erfolgen dabei übrigens ganz stressfrei über uns. Hat ein Kunde erst einmal ein Kunstwerk erworben kann er in seinem persönlichen Login-Bereich dessen Wertentwicklung verfolgen, denn selbstverständlich ist Kunst auch eine besondere Form der Geldanlage. Wenn der Kunde möchte, kann er das Kunstwerk über uns sogar weiterverkaufen oder -vermieten.

Welche Art von Kunst ist derzeit gefragt? Momentan ist bei unseren Kunden überwiegend zeitgenössische Kunst gefragt, sowohl von namhaften und bereits etablierten Künstlern als auch von jungen Talenten, die eine vielversprechende Karriere vor sich haben.

Mit welcher Motivation holen sich Unternehmen Kunst ins Haus und welchen Effekt kann Kunst im Unternehmen haben? Vor allem für Unternehmen ist unser Miet-/Kauf Modell interessant, denn viele Firmen möchten Kunstwerke in ihren Büroräumen hin und wieder auch einmal austauschen, um ihren Mitarbeitern und Kunden etwas Abwechslung zu bieten. Der eine oder andere Mitarbeiter wird dadurch nicht selten selbst zum Kunstsammeln animiert.

Nach welchen Kriterien wählen Sie Künstler:innen und Werke aus? Unsere Künstler wählen wir sorgfältig nach bestimmten Kriterien aus. Hierzu haben wir ein besonderes Scoring-Punktesystem entwickelt und stellen uns zu jedem Künstler neun Fragen in drei Kategorien, in denen Ausbildung, Marketing, Präsenz in der Presse beziehungsweise Social Media und Ausstellungshistorie jedes einzelnen Künstler berücksichtigt werden. So können wir das Entwicklungspotenzial und die zu erwartende Wertsteigerung jedes Künstlers besser für unsere Kunden abbilden. Künstler ohne Entwicklungspotenzial nehmen wir erst gar nicht in unsere Sammlung auf. Uns begeistert Kunst, die Fragen der Zeit aufwirft, zum Nachdenken anregt und die es schafft, im tiefsten Inneren zu berühren.

IT-Sicherheit im Ökosystem: Effizienter Schutz vor Cybergefahren

Angriffsmethoden von Hackern ändern sich ständig und klassische Schutzmethoden bieten kaum noch die nötige Sicherheit. Die Kombination aus automatisierter IT Security und menschlicher Expertise schafft Abhilfe.

Cyberkriminelle betreiben großen Aufwand mit automatisierten Angriffen und mit manuellem Hacking. Gelingt der Zugriff auf Ihr Netzwerk, verhalten sie sich unauffällig, bis sie den eigentlichen Angriff starten: sie legen Systeme lahm, verschlüsseln Ihre Daten und Datensicherungen, stehlen wichtige Informationen und versuchen Sie zu erpressen.

Dass Cyberkriminelle Unternehmen aller Branchen und Größen attackieren, zeigen die Studien von Sophos: 46 Prozent der deutschen Organisationen wurden im Jahr 2020 Opfer einer Ransomware-Attacke. Sie zahlten Lösegelder von durchschnittlich 115.000 Euro. Knapp ein Drittel erhielten nicht mehr als die Hälfte der verschlüsselten Daten zurück.

Diese Angriffe können verhindert werden, indem Sie Ihren Fokus vom reaktiven Management hin zu einer aktiven IT-Security-Strategie verlagern. Im Sophos Adaptive Cybersecurity Ecosystem suchen und korrelieren spezialisierte Cybersecurity-Teams proaktiv verdächtige Signale und verhindern Angriffe, bevor der Schaden entsteht. Mit einer Kombination von Automatisierung und menschlichen Experten bietet es leistungsstarken Schutz, der kontinuierlich dazulernt und sich verbessert.

Schützen Sie Ihre IT und Ihre Daten vor modernen Cyberangriffen mit dem Sophos Adaptive Cybersecurity Ecosystem. Wie genau das funktioniert, erfahren Sie hier: www.sophos.de/content/adaptive-cybersecurity-ecosystem

Kontakt:

Tel.: +49 800 2782761 | www.sophos.de | sales@sophos.de

SOPHOS



IHK Wiesbaden



Helmut Fricke

MUSEUM REINHARD ERNST

„Kunst muss Spaß machen“

An der Wilhelmstraße 1 entsteht derzeit das Museum Reinhard Ernst, das sich der abstrakten Kunst widmet. Die Eröffnung des Museums mit 2.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche ist für Mitte September 2022 geplant.

Der Wiesbadener Unternehmer Reinhard Ernst sammelt bereits seit den 1970er Jahren abstrakte Kunst – Gemälde und Skulpturen. Die rund 800 Werke seiner Sammlung bilden den Grundstock der Ausstellungen in dem neuen Museum an der Wilhelmstraße 1, das die Reinhard & Sonja Ernst-Stiftung derzeit nach den Plänen des japanischen Architekten Fumihiko Maki erbauen lässt.

„Wir liegen gut im Budget und im Zeitplan“, gibt Reinhard Ernst den aktuellen Stand des 65-Millionen-Euro-Projekts wieder. Bei der Prognose zum weiteren Fortschritt des Baus, für den so weit möglich lokale und regionale Betriebe verpflichtet worden seien, ist Ernst vorsichtig: „Wir beginnen gerade die der Pandemie geschuldete Materialknappheit zu spüren“, sagt er; unter anderem gebe es beispielsweise bei Dämmungsmaterialien und speziellen Farben Lieferengpässe. Anfang des Jahres 2022 werde klar sein, ob der Eröffnungstermin Mitte September 2022 gehalten werden könne.



IHK Wiesbaden

Mit Dr. Oliver Kornhoff, der im Dezember vom Arp Museum Bahnhof Rolandseck nach Wiesbaden kommt, hat das Museum einen Gründungsdirektor bereits gefunden. Auf Hochtouren läuft nun die bundesweite Suche nach einem Betreiber für das Café und Bistro des Museums, das Reinhard Ernst als Treffpunkt auch jenseits eines Museumsbesuches verstanden wissen möchte. „Café und Bistro sind frei zugänglich und unabhängig von einem Besuch des Museums“, betont er. Entsprechend könne der künftige Betreiber, dem 60 Innenplätze und weitere 80 Plätze im Freien zur Verfügung stehen, seine Öffnungszeiten über die des Museums hinaus gestalten.

Dem 76-jährigen Geschäftsmann schwebt ein „junges, modernes Museum“ vor; seines Wissens nach dem europaweit einzigen Museum ausschließlich für abstrakte Kunst: Ein „schönes Alleinstellungsmerkmal für Wiesbaden“, wie er meint. „Kunst muss Spaß machen“, sagt der passionierte Sammler. Auch wenn er auf den Betrieb des Museums wenig Einfluss nehmen wolle, plädiert er auch bei Veranstaltungen und Vorträgen für eine „neue Sprache“, eine Sprache jenseits derer, die von den Kuratoren gesprochen werde. Um möglichst viele Menschen für abstrakte Kunst zu interessieren und zu begeistern. ■

Christina Oxfort
coxford@web.de

Exklusive Führung: Kunstwerke in Unternehmen

DR. STEFAN KORBACH

SV SparkassenVersicherung



SV SparkassenVersicherung



„Das Kunstwerk, das alle Mitarbeiter, Kunden und Besucher beim Betreten der SV SparkassenVersicherung in der Bahnhofstraße 69 sehen können, ist das große Mobile ZEITBALANCE des Metallbildhauers Thomas Lindner. 2011 wurde diese Arbeit als Kunst-am-Bau-Projekt im 27 Meter hohen Atrium installiert. Die frei im Raum hängende Skulptur besteht aus 26 transparenten Röhren mit Textzeilen, die zum Teil von unserer Belegschaft stammen. Wenn der Fahrstuhl nach oben fährt, schweben Zeilen wie zum Beispiel „Ein Boot kommt nicht voran, wenn jeder auf seine Art rudert“, „Ein Lächeln ist oft das Wesentliche“ oder „Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen“ vorüber. Die Röhren beginnen mit dem Betrachter zu „kommunizieren“. Dahinter steckt die Idee, zum Nachdenken anzuregen oder bestimmte Themen auf eine andere Weise zu hinterfragen. Die SV ist traditionell ein Partner für zahlreiche Kulturinstitutionen und Künstler der bildenden und angewandten Kunst in unserem Geschäftsgebiet. Beispielhaft sind die regelmäßigen Präsentationen in unserer SV AtriumGalerie.“

→ sparkassenversicherung.de/kulturfoerderung

SO WEIT SO GUT

■ **Betriebswirtschaftliche/-r Assistent/-in im Gesundheits- und Sozialwesen (IHK)**
Einstieg in die Übernahme betriebswirtschaftlich orientierter Aufgaben

■ **Geprüfte/-r Industriefachwirt/-in**
Betriebswirtschaftliches Wissen für Führungsaufgaben in Industrieunternehmen

■ **Geprüfte/-r Personalfachkaufmann/-frau**
Umfassende Qualifikation als Spezialist/-in im Personalwesen

■ **Geprüfte/-r Wirtschaftsfachwirt/-in**
Branchenübergreifendes betriebswirtschaftliches Wissen für anspruchsvolle Aufgabenstellungen

**Fernstudium -
flexibel und
praxisnah**

**D I S T A N C E
L E A R N I N G**

IHK Akademie Koblenz
Ausgezeichnet weiterkommen.

ihk-akademie-koblenz.de



Ob Maschinen oder Software - mit **VR Smart Express** finanzieren Sie Ihr Wunschobjekt einfach und unkompliziert. Profitieren Sie von vielen Vorteilen.

Vereinbaren Sie einen Termin unter firmenkunden@rvb-online.de oder **06722 503 0**.

Wir freuen uns auf Sie!

Die MiteinanderBank.



WIR SIND DEINE TÜRENEXPERTEN



Mit deinem BAUMARKT **WVW WERKERS WERT**

MSHOLZ
FACHMARKT

MS-Holzfachmarkt GmbH
Borsigstraße 42-44
65205 Wi-Nordenstadt
www.ms-holz.de

BRITA HANKAMMER

Hofgut Georgenthal



Hofgut Georgenthal

„Ich bin selbst begeisterte Malerin und Fördermitglied des Vereins der „Freunde des Museums Wiesbadens“ und habe als Geschäftsführerin des Hofguts Georgenthal, Kunst und Kultur mit dem Hofgut verschmelzen lassen. Das Augenmerk des Hotels liegt auf der Vereinigung von Natur und Kunst im Hofgut, unaufdringlich eingebunden in den mit viel Liebe zum Detail ausgestatteten Räumlichkeiten. Ein Thema im Hofgut ist Holzbildhauerei und Glaskunst. Brele Scholz und Karl Heinz Traut präsentieren die „hervorstechendsten“ Exponate. Die ausgestellten Holzbildhauereien von Brele Scholz sind sehr augenfällig: Zwei „Europäer“-Köpfe in der Lobby und die Figur „Lena“ in der Clublounge. „Lena“ ist Bewegung – eingefangen in Holz. Die Figur berührt und bewegt zugleich und gibt dem Raum dennoch ein Stück Gemütlichkeit und Ruhe. Erschaffen wurde sie von der Künstlerin 2007 im Rahmen eines sechswöchigen Aufenthalts im Hofgut. Es war wahnsinnig interessant zu sehen, wie die anmutige Skulptur aus einem großen Hainbuchen-Stamm entstand. Kunst und Kultur anderen nahe zu bringen, ist mir eine Herzensangelegenheit und so nutze ich die wunderbare Möglichkeit, die Welt der Kunst im eigenen Unternehmen einzubinden und so allen Gästen und Mitarbeitern öffentlich zu machen. Nicht zuletzt liegt das Hofgut Georgenthal unmittelbar am UNESCO-Weltkulturerbe „Limes“, der ehemaligen Grenze des Römischen Reiches. Im hauseigenen Limes-Regionalmuseum gibt es dazu einiges zu sehen.“



RALF SCHODLOK

ESWE Versorgungs AG



ESWE Versorgungs AG

„Als Unternehmen mit mehr als 90-jähriger Geschichte sind wir Teil dieser Stadt. Wir unterstützen Vereine, karitative Einrichtungen, Sportler und Künstler. Kunst hat als Kommunikationsmittel eine wichtige Aufgabe. Wir sind deshalb stolz, dass wir ein Werk des Konzeptkünstlers Enno-Ilka Uhde bei uns an der Konradinerallee präsentieren können. Der Wiesbadener hatte zum 25. Jahrestag der Deutschen Einheit die Skulpturenreihe „Werdet Brüder“ geschaffen. Sie umfasst 26 Stelen. Die einzelnen Leinwände sind mit Acryl bemalt und tragen als Symbol der Freiheit ein Relief des Brandenburger Tores. Nach der Ausstellung am 3. Oktober 2015 in der Alten Oper Frankfurt haben wir die erste Stele, die für das Jahr 1990 steht, reserviert. Sie ist unter anderem mit Artikel 1 unseres Grundgesetzes beschrieben: „Die Würde des Menschen ist unantastbar.“ An dieses Jedermann-Grundrecht kann man nicht oft genug erinnern. Es ist ein Pfeiler unseres Wertesystems. Das Bild wird bei uns wechselnd an unterschiedlichen Orten gezeigt: Mal ist es in unserem Atrium, mal vor den Besprechungsräumen zu sehen. Ich bin sicher, dass das Kunstwerk als Motivation und Inspiration verstanden wird. Das sind Antriebsfedern, die uns durch unseren Tag und unser Leben führen. Auch im Arbeitsumfeld ist das wichtig.“

WITCOM
Digital. Vernetzt.

Tempomacher für den Datenstrom Ihres Business

Seit mehr als 20 Jahren sorgt die WITCOM Wiesbaden und Umgebung via gigabitfähiger Glasfaserinfrastruktur für Highspeed-Datentransfer. Alle Gewerbegebiete in

Wiesbaden, Hochheim, Rheingau und Mainz-Kastel sind bereits am Netz. Wann dürfen wir Ihr Geschäft mit der Zukunft vernetzen? Anruf genügt: 0611-26244-135.

WITCOM ist eine Tochter der ESWE Versorgungs AG
www.witcom.de