

SHE!
works!

Frauen

Wirtschaft

Karriere



Von Entrepreneur*innen und Business Angels

Photo by [DESIGNCOLLECTIVE](#)
on [Unsplash](#)

Was macht einen
Unternehmer
eigentlich zum
Entrepreneur?

Petra Hartjes
ist Business Angel

Kunst und Wirtschaft -
Passt das
zusammen?

ART works!

Kunst und Wirtschaft - Ein Widerspruch?

ART Coachin Dr. Ulrike Lehmann setzt sich für mehr Kreativität im Unternehmen ein

Wirtschaft und Kunst, passt das zusammen, Frau Lehmann?

Auf den ersten Blick nicht. In der Wirtschaft die Sicht auf den Kunden, seine Wünsche und die Optimierung von Produkten sowie die Gewinnmaximierung, dort die kreativen „Freigeister“, die ausschließlich Originale und diese nur nach ihren eigenen Vorstellungen herstellen, aber dennoch oft nicht von ihrer Kunst leben können.

Manche sehen die Wirtschaft (nur) als Förderer der Kunst und andere wiederum – zumeist Manager – sind begeistert von Kunst und blicken neidvoll auf die Künstler, die ihren Ideen nachgehen, in den Tag hineinleben können, die arbeiten, wann, wo und wie sie wollen und ihre Entscheidungen alleine treffen, ohne dass ihnen jemand hineinredet. Nicht selten wird auch auf die „brotlose Kunst“ hingewiesen im Vergleich zur prosperierenden Wirtschaft, wo man sich noch anstrengt und entsprechend seinen Lohn dafür bekommt. Dabei wird unterschwellig den Künstlern nicht ernsthaftes und intensives Arbeiten unterstellt. Es ist nicht darüber hinweg zu diskutieren, dass diese beiden Bereiche Kunst und Wirtschaft in unseren Köpfen unterschiedlich bewertet werden. Dennoch gibt es über die Bereiche von Mäzenatentum und Kunstmarkt hinaus weitere Schnittstellen, die gerade heute das Verhältnis von Kunst und Wirtschaft neu definieren. Dabei geht es vor allem um die Frage nach ihrer

gegenseitigen Annäherung und was Manager von Kunst und Künstlern lernen können. Insbesondere die Fragen, wie Kunst ein Kreativmotor sein und wie sie zur Kommunikation beitragen kann, stehen im Fokus. Kunst kann die Wirtschaft fördern – nicht nur die Wirtschaft die Kunst. Da findet gerade ein Umdenken statt, das ich mit initiiert habe.

Kreativität wird laut einer Studie des Weltwirtschaftsforums 2020 zum dritt wichtigsten Softskill für Führungskräfte. 2015 stand sie noch auf Platz 10. Kunst ist, wie Sie in Ihrem Buch schreiben, ein echter Kreativmotor. Wie kann so ein Motor in wirtschaftlichen und unternehmerischen Prozessen eingebracht werden? Und was bewirkt er?

Aufgrund des schnellen Wandels im Zuge der Digitalisierung ist Kreativität eine neue wichtige Währung geworden. Unternehmen erleben eine Disruption, eine kreative Neuschöpfung. Sie müssen sich völlig neu erfinden, um wettbewerbsfähig zu bleiben, und überlegen, wie so schnell so viel Kreativität in ihr Unternehmen kommen kann. Kunst ist ein besonders geeigneter Kreativmotor, weil sie alles bietet und fordert, was man für Kreativität und auch für weitere Kompetenzen in der neuen Arbeitswelt braucht – so z. B. Toleranz, kritisches, komplexes Denken und differenzierte Wahrnehmungsfähigkeit. Kunst ist nicht nur eine musische Inspirationsquelle. Sie ist Ausdruck von Andersdenken und beweist den Mut, Neues auszuprobieren, Altes und Bekanntes



Dr. Ulrike Lehmann ist Expertin für Kunst und Kommunikation, promovierte Kunsthistorikerin und zertifizierte PR-Beraterin. Sie ist mit Kunst groß geworden. Sie erlebte als 8-jährige die Pop-Art, Andy Warhol und auch Joseph Beuys. Ihr Ziel: Anderen Menschen den Zugang zur Kunst zu eröffnen.

auf den Kopf zu stellen oder umzudrehen. Kunst weckt Neugier und emotionalisiert, fördert visuelles Denken und die Vorstellungskraft.

Die Wirtschaft öffnet sich allmählich dem ideellen Wert und den genuinen Kompetenzen von Kunst – jenseits von Prestigedenken – und erkennt deren Nutzen. Sie beginnt, von Kunst und Künstlern zu lernen, ihre anderen Sichtweisen zuzulassen und mit ihnen zu arbeiten.

Sie sind Art-Coachin. Was genau tun Sie?

Zum einen halte ich viele Vorträge, um das neue Denken der Verbindung von Kunst und Wirtschaft zu verbreiten. Manche würden sich da als Evangelist bezeichnen. Dafür gibt es aber (noch) keine weibliche Entsprechung. Evangelistin? Zum anderen gebe ich Seminare und Workshops, um mit Kunst Kreativität und Kommunikation in Teams oder von Führungskräften zu fördern. Das geschieht meist durch die Betrachtung von Kunst mit unterschiedlichen Methoden, um wiederum auch die künstlerischen Methoden herauszuarbeiten und das anders Denken zu trainieren. In den Unternehmen selbst mache ich das mittels Projektionen, falls keine Kunst vorhanden ist, aber noch besser und effizienter in Museen oder Ateliers vor Originalen.

Die beiden Bereiche Kunst und Wirtschaft zusammenzubringen, ist bestimmt keine einfache Aufgabe. Wie überzeugen Sie Unternehmen, sich mit Kunst und Kreativität auseinanderzusetzen?

Gibt es große Berührungspunkte?

Nein, das ist in der Tat nicht einfach, aber es wird einfacher, weil die Unternehmen sich neuen Denkweisen öffnen und neue Methoden suchen, um ihre Kreativprozesse voranzubringen. Immer mehr CEO und HR-Manager haben ein neues Mindset. Oftmals besteht bei Mitarbeitern Angst vor Veränderungen und der Wunsch, alles so zu machen, wie bisher. Das Loslassen von bewährten Wahrnehmungs- und Denkmustern im Arbeitsalltag ist eine der schwierigsten Hürden. Das bezieht hier oder da auch die distanzierte Einstellung zu Kunst mit ein. Kunst sei Luxus, zu teuer, zu nichts nutze, sie habe keinen Mehrwert, bestenfalls ein „Nice to have“. Andere meinen, von Kunst habe man keine Ahnung, man könne ja auch nicht malen. Kunst sei zu kompliziert, zu elitär, zu unverständlich oder man habe dafür schlichtweg keine Zeit.

Sie sind Kunsthistorikerin und PR-Beraterin. Wie haben Sie diese beiden Bereiche zusammengebracht?

Die Schnittmenge ist die Kommunikation. Kunst ist Kommunikation. Ich trete mit Kunstwerken in Dialog, als sei es ein Fremder, den ich zum ersten Mal sehe. Der Wahrnehmungsprozess mit anderen Gesprächspartnern erzeugt weitere Kommunikation und Austausch. PR ist auch Kommunikation und hat zum Ziel,

Aufmerksamkeit zu generieren und Kommunikation zu fördern.

Warum ist Kunst für Sie so wichtig?

Ich bin schon früh in Museen gegangen und empfinde das stets als Bereicherung, mich neuen Kunstwerken auszusetzen und sie zu interpretieren. Aber auch einige alte Kunst inspiriert mich. Die Einzigartigkeit jedes Kunstwerks und die unterschiedlichen Bildsprachen der verschiedenen Künstler faszinieren mich, die Ideen der Künstler begeistern mich und Inhalte berühren mich auch emotional. Ich schule stets aufs Neue meine Wahrnehmung. Ich habe daher Kunstgeschichte und Kunstpädagogik studiert mit dem Ziel, auch anderen Menschen den Zugang zur Kunst zu eröffnen.

Sie haben den Innovationspreis der Peter-Moennig-Stiftung und Kulturpaten Köln verliehen bekommen, herzlichen Glückwunsch. Den Preis haben Sie für Ihr Konzept erhalten, das aufzeigt, wie und mit welchen Maßnahmen Künstlerinnen und Künstler in Unternehmen arbeiten können. Was sind das für Maßnahmen?

Um eine Begegnung auf Augenhöhe zu erreichen und tatsächlich eine Win-win Situation zu schaffen, in der einerseits der Künstler sich mit seiner kreativen Kompetenz zeigt, andererseits der Unternehmer seine Problemstellung mitbringt, für die er einen kreativen Mitarbeiter

braucht, der von außen anders auf den Sachverhalt schaut und neue Ideen reinbringen kann, könnte ein Format der Begegnung geschaffen werden.

Wichtig ist, dass Sparringpartner gefunden werden müssen, die zusammen passen. Dabei geht es nicht um den Verkauf von Kunstwerken, also der Hardware des Künstlers, sondern um seine Software, den Einsatz künstlerischen Denkens.

Um sich zu begegnen und vor allem, um den „Richtigen“ zu finden, erscheint eine Dating-Plattform in Form eines Speeddatings, aber auch World Cafés und eines Barcamps erfolgversprechend. In weiteren Ebenen könnten Design Thinking und Workshops stehen, die bereits die Fragestellungen der Unternehmen beinhalten und lösungsorientiert bearbeiten. Vor dem Prozess sind Coachings für Künstler zur Einführung in die neue Arbeitswelt sinnvoll. Zudem stelle ich mich als Intermediär zur Verfügung, da ich beide Sprachen spreche – die der Wirtschaft und die der Künstler - und entsprechend vermitteln und den Prozess begleiten kann.

Kunst inspiriert zu einem Umdenken, Andersdenken. Was glauben Sie, ist der Grund dafür?

Kunstwerke sind Originale, hergestellt durch die Hand des jeweiligen Schöpfers. Künstler haben die

innere Notwendigkeit, Neues zu erschaffen. Dabei stellen sie viele Entwürfe und Skizzen her, bis sie sich für die endgültige Version entscheiden. Sie nehmen Scheitern als Chance. Sie können sich nicht stets zitieren und wiederholen, sondern jedes Werk sollte sich vom anderen unterscheiden. Das ist eine enorme Leistung im Vergleich zu industrieller Produktion. Künstler sind visionär, oft ihrer Zeit voraus, sensibel und seismografisch. Kunst ist Ausdruck von Andersdenken und dem Mut Neues auszuprobieren, auf den Kopf zu stellen oder umzudrehen. Und Kunst weckt Neugier. Sie emotionalisiert, fördert visuelles Denken und die Vorstellungskraft. Kunst inspiriert durch Farbe, Form, Material und deren Zusammenstellung. Die Kreativität und Fantasie des Künstlers überträgt sich bei der Betrachtung von Kunst auf den Rezipienten, weil er den Entstehungsprozess im Geiste wiederholt und die Botschaft interpretiert. Wer sich mit Kunstwerken beschäftigt, sie mit Leichtigkeit und Unbeschwertheit anschaut und sich auf sie einlässt, kann lernen, anders zu denken.

Hierzu mal ein Beispiel: Rene Magritte hat in einem Bild ein Weinglas in eine Landschaft platziert. Darin ragt eine Giraffe mit ihrem Hals über den Glasrand. Man kann hier lernen Fragen zu stellen: Warum muss das Weinglas immer auf einem Tisch stehen? Und warum muss es immer Wein beinhalten? Es geht auch anders.

Sie haben auch ein Buch geschrieben „Wirtschaft trifft Kunst“. Wie kam die Idee dazu?

2012 habe ich als Kunstvermittlerin Art Coaching gegründet. Ein halbes Jahr später initiierte und organisierte ich das Forum „Wirtschaft trifft Kunst“, das dann mehrere Male stattfand. Bei jedem Forum waren Redner aus der Kunst, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik eingeladen. Das Buch sollte diese Beiträge dokumentieren. Im Verlauf der Buchproduktion kamen noch weitere Autoren hinzu, die das Thema Kunst und Wirtschaft aus unterschiedlichen Blickwinkeln beobachteten. Seit dem Erscheinen 2017 mache ich mit einigen Autoren Buch- bzw. Themenvorstellungen in unterschiedlichen Städten Deutschlands.

Vielen Dank für das Gespräch!

Das neue Buch von Dr. Ulrike Lehmann finden Sie auf Seite 74 im Magazin.