

## **Kunstsponsorings: Eine Chance für Unternehmen**

Die Verbindung von Kunst und Wirtschaftsunternehmen kann auf eine lange Tradition zurückblicken. Es ist keine neue Erkenntnis, dass Kunstförderung einem Unternehmen von Nutzen sein und Mehrwert bringen kann. Gerade in Zeiten starken gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Wandels sind neue Wege und Denkweisen gefragt. Unternehmen können davon profitieren mit Kunstschaffenden und Kunstmanagern den Austausch zu suchen.

### **Mehrwert von Kunst in der externen Unternehmenskommunikation**

Das Kunstsponsorings in Deutschland hat sich zu einem festen Kommunikationsinstrument entwickelt. Die effektivste Form des Sponsorings der Bildenden Kunst ist die Förderung von Ausstellungen. Mittlerweile investieren ca. 75% der deutschen Großunternehmen in Kunstsponsorings! Deren Motive: Image-/Goodwillziele, gesellschaftliche Verantwortung, differenzierte Zielgruppenansprache, Steigerung des Bekanntheitsgrades, Erzeugung von Assoziationen bei der Vermarktung hochpreisiger Produkte und Dienstleistungen, Kundenpflege, Mitarbeiter-Motivation. Auch bei kleineren und mittleren Unternehmen ist eine zunehmende Akzeptanz gegenüber Sponsoringsmaßnahmen in der Kunst zu beobachten. Die Investition in Kunst ist nicht nur als Investition in den Kunstsektor zu verstehen, sondern auch als Investition in das eigene Unternehmen. Steuerliche Vorteile, die sich durch Kunstsponsorings ergeben sind als „Return on Investment“ wirksam.

Gesamtwirtschaftlich betrachtet ist die Kunst ein Faktor, der die Volkswirtschaft belebt. „Art powers future.“ Die geflossenen Gelder sind ausdrücklich als Investitionen zu werten, nicht als Subventionen. Dieses Szenario birgt für Unternehmen Standortvorteile und Marketingeffekte. Die kulturelle Attraktivität eines Standortes und seiner Umgebung ist ein wichtiges Kriterium für die wirtschaftliche Prosperität geworden. Da die funktionalen und qualitativen Eigenschaften der Produkte und Dienstleistungen der Unternehmen immer ähnlicher werden, spielen die sogenannten weichen Faktoren für das Unternehmensimage eine immer größere Rolle. Veränderungs- und Kommunikationsbereitschaft, Kreativität und Courage gelten als Kernanforderungen für künftige Erfolge.

### **Wie kann Kunst den Erfolg eines Unternehmens positiv beeinflussen?**

Kunstsponsorings bietet Unternehmen die Möglichkeit Kunst, als Kommunikationsinstrument im Kommunikations-Mix eines Unternehmens zu integrieren. Kunstsponsorings bedeutet die Bereitstellung von Finanz- bzw. Sachmitteln oder Dienstleistungen durch Unternehmen zur Unterstützung von Personen oder Institutionen des Kunstsektors (Kunstschaffende / Kunstvereine) mit seinen Bereichen Malerei, Bildhauerei, Grafik, Fotografie, Architektur, Design (Bildende Kunst) um unternehmerische Zielsetzungen zu verwirklichen. Das Kunstsponsorings ist in der Regel ein vertraglich vereinbartes Geschäft auf Gegenseitigkeit zwischen Sponsor und Gesponsertem. Beim Kunstsponsorings steht im Vergleich zum Sportsponsorings die individuelle Zielgruppenansprache im Vordergrund, da die Zielgruppen zu den Kunstevents oft persönlich eingeladen werden. Die Zielgruppenanalyse ist daher eine wesentliche Voraussetzung für die Strategieplanung des Engagements.

### **Kunstsponsorings als „Instrument“**

Mit dem Mittel des Kunstsponsorings kann ein Unternehmen, Produkt oder Marke in einer positiv besetzten „Erlebniswelt“ besser positioniert und deren Image beeinflusst werden. Das Kunst-affine Publikum ist bei Kunstveranstaltungen sehr aufnahmebereit, nicht nur für die Inhalte der Veranstaltung, sondern auch für die Kommunikation durch Sponsoren.

Kunstsponsorings bietet den Unternehmen die Möglichkeit, mit Kunden, Unternehmern, Politikern, Journalisten und Meinungsführern bei Kunstevents Kontakt aufzunehmen. Anlässlich von Vernissagen, Finissagen oder z.B. Neujahresempfangen können spezielle Zielgruppen eingeladen und außerhalb des geschäftlichen Umfelds in einer nicht-kommerziellen Situation angesprochen werden.

### **Beispiel für Kunstsponsorings: Auslobung eines Kunstpreises**

Die Auslobung von Kunstpreisen kann in verschiedener Art und Weise umgesetzt werden. Eine Möglichkeit ist die Stiftung eines Kunstpreises durch ein oder mehrere Unternehmen, der von einem Kunstverein oder in einer Kunstgalerie verliehen wird.

**art powers future**