

# „Wertvolles Kulturgut“

Ein Gespräch mit Folke Mühlhölzer, Vorsitzender der Geschäftsführung, HA Hessen Agentur, über die Gründe, weshalb Unternehmen in Kunst investieren, und über die Möglichkeit, auch mit kleinem Budget eine Kunstsammlung aufzubauen.



Foto: Paul Müller

Folke Mühlhölzer, Vorsitzender der Geschäftsführung, HA Hessen Agentur: „Was im Einzelnen gesammelt wird, hängt letztendlich von den finanziellen Möglichkeiten des Unternehmens und der weltweiten Verfügbarkeit ab.“

Herr Mühlhölzer, seit bereits zwei Jahrzehnten öffnen hessische Unternehmen und Institutionen im Rahmen von Kunst privat einmal jährlich ihre Kunstsammlungen für die Öffentlichkeit. Aus welchen Überlegungen heraus wurde die Initiative ins Leben gerufen?

Vor 20 Jahren hat die Landesregierung sicherlich zu Recht erkannt, dass Kunst, die in Unternehmen gesammelt wird, ein wertvolles, aber nicht unmittelbar öffentlich zugängliches Kulturgut ist. Die Grundidee war, dies zu ändern und den Unternehmen die Möglichkeit zu geben, ihre Sammlungen auf freiwilliger Basis im Rahmen eines neuen Veranstaltungsformats der Öffentlichkeit zu präsentieren. Auf Anhieb ist es gelungen, Mitstreiter zu finden. So ist die Aktion Kunst privat seit 20 Jahren Stück für Stück gewachsen. Koordiniert wird die Initiative im Auftrag des hessischen Wirtschaftsministeriums von der Geschäftsstelle Kreativwirtschaft bei der HA Hessen Agentur. Die Vorbereitung und Begleitung des Projektes ob-

liegt einer Lenkungsgruppe aus Kunstexpertinnen und Kunstexperten aus Unternehmen, Institutionen und dem hessischen Wirtschaftsministerium.

Warum investieren Unternehmen oder Institutionen in Kunst?

Früher ging es oftmals vor allem um Status und Ansehen, wenn alte Meister das Kontor oder die Geschäftsräume zierten. Inzwischen sind wirtschaftliche Aspekte hinzugekommen. Zunächst einmal wird Kunst als Kapital- und Wertanlage gesehen. Dann sichern sich Unternehmen, die es sich leisten können, auf dem Kunstmarkt die zugänglichen Werke bestimmter Künstler. Oftmals wird nämlich nicht in der Breite gesammelt, sondern es bilden sich Sammlungsschwerpunkte. Unternehmen gehen da bisweilen ins Lead, sodass die Werke einzelner Künstler dann nicht in der ganzen Welt in Museen oder Privatsammlungen verstreut, sondern zu ihrer eigenen Sammlung hinzuaddiert werden. Die Werke der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, ist zugleich Teil ihrer Social-Responsibility-Strategie. Und genau an diesem Punkt setzt unser Projekt Kunst privat an und bietet den Unternehmen eine werbewirksame Veranstaltungsplattform.

Wie sammeln Unternehmen Kunst? Können Sie da bestimmte Trends beobachten?

Unternehmen sammeln oft modern und zeitgenössisch. Das liegt vornehmlich daran, dass die sogenannten alten Meister bereits in den Museen hängen oder deponiert sind. Zeitgenössische Kunst ist vielleicht etwas einfacher zusammenzutragen, als historische Sammlungen oder Einzelwerke zu erwerben. Was im Einzelnen gesammelt wird, hängt letztendlich von den finanziellen Möglichkeiten des Unternehmens und der weltweiten Verfügbarkeit ab. Möglicherweise kauft ein Mittelständler, der eine geringere Betriebsgröße hat, dann eher Kunst, die in Deutschland entstanden ist, während die Deutsche Bank oder die DZ-Bank auch weltweit am Kunstmarkt agieren können.

Kleine und mittelständische Unternehmen haben sicherlich nicht so beachtliche Budgets für Kunstankäufe wie Banken,



Bei Cosnova Beauty, Sulzbach, ist Kunst ein Bestandteil der Unternehmenskultur.

**Versicherungen, Kanzleien oder Unternehmensberatungen. Welche Tipps haben Sie für KMU, die im Rahmen ihrer finanziellen Möglichkeiten anfangen möchten, Kunst zu sammeln?** Wenn man das Glück hat, im Unternehmen einige kunstaffine Mitarbeiter zu haben, könnte zunächst eine Kunst Arbeitsgruppe zusammengestellt werden, die ein Konzept erarbeitet und es der Geschäftsführung vorstellt. Hat der Unternehmer keine Mitarbeiter, die solche Kompetenzen mitbringen, könnte bei Museen oder sonstigen Kunstinstitutionen nachgefragt werden, ob jemand abgestellt werden kann, um ein Kunstkonzept gemeinsam mit dem Unternehmen zu erarbeiten. Und es muss ja nicht gleich eine große Kunstsammlung sein. Kleine und mittelständische Unternehmen können klein anfangen. Es genügen zunächst zwei, drei Kunstwerke, die – je nach Format – im Eingangsbereich, Empfang oder Konferenzraum präsentiert werden. Dann kann man schauen, wie die Kunst angenommen wird und wie die Sammlung noch ausgedehnt werden könnte. Ein wichtiger, nicht zu vernachlässigender Aspekt ist die Aufwertung des Arbeitsumfelds durch Kunst, sie wirkt sich auch positiv auf die Mitarbeiterzufriedenheit aus.

**KMU haben aufgrund ihrer beschränkten Budgets die besondere Chance, durch Ankäufe gerade auch lokale und regionale, noch nicht so bekannte Künstler finanziell zu unterstützen und zu fördern.**

Absolut, diese Auffassung teile ich. Wir haben in Hessen rund 18000 Unternehmen, die der Kultur- und Kreativwirtschaft angehören, knapp 129000 Menschen sind in diesem Sektor beschäftigt. Und da sind natürlich auch Kunstschaffende dabei. Das Spektrum ist vielfältig: Manche sind ganz klassisch mit Pinsel und Bleistift unterwegs, andere fertigen Skulpturen, kinetische Kunst, Popart, Urban Art. Unternehmen, die sich in der Szene gar nicht auskennen, biete ich an, bei der Geschäftsstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft in der Hes-

sen Agentur einfach mal nachzufragen. Wir haben die Kompetenzen und sind Unternehmen gerne mit Kontakten und Hinweisen dabei behilflich, eine eigene Kunstsammlung aufzubauen.

**Bei welcher Unternehmenssammlung schauen Sie bei Kunst privat in diesem Jahr vorbei?**

Diesmal werde ich noch einmal in die Kunstsammlung der DZ Bank gehen, deren Schwerpunkt auf abstrakt bis zeitgenössisch liegt. Mit über 10000 Kunstwerken von mittlerweile 1100 internationalen Künstlerinnen und Künstlern gehört die Sammlung zu der größten ihrer Art. Ich finde es spannend, dass man bei Kunst privat eine solche Vielfalt erleben kann und mit der Kunst, die sich manchmal nicht auf den ersten Blick erschließt, nicht allein gelassen wird. Der Zugang zu den Sammlungen erfolgt ausschließlich im Rahmen von Führungen, die von Kunsthistorikern, Sammlungskuratoren oder sogar den Sammlerinnen und Sammlern persönlich begleitet werden. Über Geschmack bei Kunst lässt sich bekanntlich kräftig streiten – aber man geht auf jeden Fall informierter aus der Führung, als man gekommen ist.



IHK ONLINE

**Kunst privat! (Eigenschreibweise des Veranstalters) findet in diesem Jahr vom 18. bis 22. September statt. Weitere Infos und Anmeldung unter:**

<https://kunstprivat.net>



INTERVIEW



**Petra Menke**

Chefredakteurin, IHK WirtschaftsForum  
[p.menke@frankfurt-main.ihk.de](mailto:p.menke@frankfurt-main.ihk.de)