



## Inhalte

- ⇒ Editorial
- ⇒ Interview
- ⇒ Von Unternehmen unterstützte Projekte
- ⇒ Veranstaltungen und Hinweise
- ⇒ Veröffentlichungen
- ⇒ Impressum

## Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

„Kunst ist schön, macht aber auch viel Arbeit“ – diesen Worten von Karl Valentin können sich viele Kunst- und Kulturschaffende nur anschließen. Neben dem künstlerischen Schaffen gehören aber auch z.B. Projektmanagement, Marketing oder die Klärung steuerrechtlicher Fragen zum Alltag eines Künstlers. Hier ist Know-how gefragt, das den wenigsten Künstler neben ihrer Begabung in die Wiege gelegt worden ist. Die Kölner KulturPaten zeigen, wie effektiv gesellschaftlich engagierte Unternehmen ihr spezielles Fachwissen für und in die Kultur einbringen können und warum Engagementprojekte einen Benefit für beide Seiten bringen.

Der Kontakt zur Kunst- und Kulturszene kann aber ebenso von Unternehmen gesucht werden, um Kultur für die eigene Imagebildung, Kundenbindung oder Personalentwicklung zu nutzen. Die von uns aufgezeigten Beispiele möchten Ihnen einen Einblick geben, wie vielfältig die Wege sein können – Theaterpädagogik zur Schulung der Mitarbeiter nutzen, über Nachwuchskünstler die Belegschaft wie auch Kunden an Kunst heranführen oder die regionale Kunstszene fördern, um das eigene Umfeld attraktiv zu gestalten.

Wir hoffen, Sie mit diesem Newsletter anzuregen und zu eigenen Projekten zu motivieren.

Unser nächster Newsletter wird sich dem Schwerpunkt „Kommunale Förderung von gesellschaftlichem Unternehmensengagement“ beschäftigen. Wir freuen uns, wenn Sie uns mit Beispielen zu diesem und weiteren Themen unterstützen.

Wir sind gespannt auf Ihre Rückmeldungen und freuen uns, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!

Ihr Redaktionsteam

## Interview

### „Schräg sind die Künstler. Aber originell.“

Julja Schneider ist Projektleiterin der Kölner KulturPaten e.V., einem Projekt der Stadt Köln, der Industrie- und Handelskammer zu Köln und der Kölner Freiwilligen Agentur e. V. Die KulturPaten vermitteln projektbezogene Engagementpartnerschaften zwischen Fachleuten aus Unternehmen und kulturellen Einrichtungen oder freischaffenden Künstlergruppen. Im Herbst 2010 zeichnete die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V. die Kölner KulturPaten e.V. mit dem Innovationspreis 2010 aus. Der Preis wurde von der Ministerin für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW, Ute Schäfer, überreicht.



*„Frau Schneider, sie vermitteln seit acht Jahren zwischen Unternehmen und Kulturschaffenden, inzwischen kommen durch Sie rund 50 Partnerschaften pro Jahr zustande. Wie erklären Sie sich den Erfolg?“*

„Es gibt auf beiden Seiten viel Interesse an einer Kooperation, nur der Weg dorthin ist nicht einfach. Die Kulturschaffenden haben Hemmungen, auf Unternehmen zuzugehen – „Wir machen ja nur Kunst!“ -, die Unternehmen scheuen sich, weil sie Vorbehalte aufgrund der eigenen Gewinnerorientierung vermuten. Wir als neutrale Mittler können diese Befürchtungen schnell reduzieren, indem wir beiden Seiten den wechselseitigen Gewinn darstellen.“

*„Was gewinnt ein Unternehmen durch eine KulturPatenschaft?“*

„Personalentwicklung – wenn eine Auszubildende selbstständig ein Corporate Design für ein Theater entwickelt, ist die Lernerfahrung immens. Kontakte – Kulturschaffende wollen und können nicht alles einkaufen, sie verfügen daher über ein großes Netzwerk. Image – wir verleihen den KulturPaten ein Siegel, das sie für ihre Öffentlichkeitsarbeit nutzen können. Erfolge – alleine durch das Know-how eines KulturPaten nehmen die künstlerischen Ideen für eine Website Gestalt an. Persönliche Kompetenz – welcher Mitarbeiter hat schon mal die Erfahrung gemacht, mit null Budget eine großartige Idee verwirklichen zu wollen? Die Liste lässt sich lange fortsetzen, jede KulturPatenschaft ist anders. Mich freut es am meisten, wenn neben all dem der Spaß nicht zu kurz kommt. Ein Fachmann für Telefonmarketing sagte nach einem Workshop: ‚Schräg sind die Künstler. Aber originell. Ich bin nicht wie sonst nach einem eintägigen Lehrgang geschafft, sondern beflügelt.‘“

*„Welche Themen haben Ihre KulturPatenschaften?“*

„Am meisten nachgefragt wird Marketing, PR, Beratung in Rechts- oder Steuerfragen und Organisationsentwicklung. Die KulturPatenschaften beziehen sich immer auf ein zeitlich begrenztes Anliegen, so ist die Verantwortung für beide Seiten überschaubar. Bei einer guten Zusammenarbeit und Interesse beider Seiten entwickeln sich auch längere Partnerschaften. „

*„Was empfehlen Sie Unternehmen für ihr Engagement?“*

„Wir empfehlen beiden Seiten, klar zu kommunizieren, was sie wollen: Know-how statt Geld- oder Sachspenden; Verantwortliche benennen; gegenseitiges Verständnis, wenn etwas anders läuft, als man es gewöhnt ist. Unternehmen raten wir, sich ein Engagement zu suchen, das zu ihnen und ihren Interessen passt. Falls das Herz für die Integration schlägt, ist ein interkulturelles Theater empfehlenswerter als eine deutsche Autorenwerkstatt.“

*„Frau Schneider, wir danken Ihnen für das Gespräch.“ [www.koelnerkulturpaten.de](http://www.koelnerkulturpaten.de)*

## Von Unternehmen unterstützte Projekte

### Schmitz Junior: Ein Paradies für Kinder

Es liest sich wie ein Traum: Ein Haus, das bis in den letzten Winkel hinein mit anregenden, geheimnisvollen, seltenen Dingen gefüllt ist. Jeder kann in diesem Haus entdecken, stöbern und sich zurückziehen. Die Buchhandlung Schmitz Junior machte in Essen-Werden diesen Traum wahr.

In einer ehemaligen Druckerei richtete sie eine Kinderbuchhandlung ein, in die „die Kinder auch gerne einmal alleine kommen können“, so der Inhaber Thomas Schmitz. Es gibt neben dem großen Angebot an Kinderbüchern, Veranstaltungen oder einem Kinderclub eine Räuberhöhle, einen alten Kaufladen und eine alte Heidelberger Einfarbendruckmaschine. „Geld verdienen wollen wir mit unserem Angebot nur an zweiter Stelle. Uns war es wichtig, einen Ort zu schaffen, an dem Kinder mit Achtung und Liebe behandelt werden, alle – auch die Eltern - Spaß haben und seltsame Einfälle gesponnen werden können“, beschreibt Schmitz sein Konzept.



[www.schmitzjunior.de](http://www.schmitzjunior.de)

### „Düsseldorf ist ARTig“

Die Vodafone Stiftung Deutschland und die Stadt Düsseldorf engagieren sich mit dem Ideenwettbewerb „Düsseldorf ist ARTig“ seit 2003 für die Förderung junger Künstler zwischen 15 und 23 Jahren. Diese können sich mit ihren kreativen Projektideen in den Sparten Tanz, Theater, Literatur, Musik, bildende Kunst, Fotografie und Film/Video bewerben. Eine Jury aus sieben Künstlern und sieben Jugendlichen wählt die interessantesten Projektideen aus. Die Vorschläge werden finanziell, organisatorisch und künstlerisch bei ihrer Umsetzung begleitet. Beim viertägigen ARTig-Festival im November 2010 wurden die 47 unterstützten Ideen, die aus insgesamt 150 eingereichten Vorschlägen ausgewählt wurden, öffentlich präsentiert.



[www.duesseldorf-ist-artig.de](http://www.duesseldorf-ist-artig.de)

### Die Kunst der Mitarbeiterförderung im dm-drogerie markt

„Ein wichtiges Anliegen ist uns bei dm die ganzheitliche Bildung der Menschen“, fasst Christian Harms, Geschäftsführer von dm-drogerie markt, die Einbindung von künstlerischen Mitteln bei der Personalentwicklung im Unternehmen zusammen. Bekannt geworden ist vor allem das Projekt „Abenteuer Kultur“, mit dem das Unternehmen Theaterworkshops in die Berufsausbildung integriert. Aber auch Projektgruppen, Teamsitzungen und Seminare werden durch professionelle Künstler unterstützt. „Im Umgang mit verschiedenen Kunstformen haben unsere Kolleginnen und Kollegen die Möglichkeit, Kreativität und Phantasie zu erleben, ihre Persönlichkeit weiter zu entwickeln und Impulse auf das Alltagsleben zu übertragen. So können sie im Rahmen unserer Fähigkeitenwerkstatt Kurse in Bildhauerei, Malen, aber auch Musik, Bewegung oder Schauspiel belegen“, beschreibt Harms die Vielfalt der Förderung. Den Mitarbeitern zu ermöglichen, über künstlerisches Schaffen ihr Selbstbewusstsein und ihre Selbstständigkeit zu entwickeln, sieht dm als die beste Form der Unternehmensentwicklung.



[www.erlebnis-ausbildung.de](http://www.erlebnis-ausbildung.de)

## Neue Ideen unterstützen: Iris Kater Verlag & Medien GmbH

Förderung von Nachwuchskünstlern und bekannten Künstlern wie auch der Erhalt der kulturellen Vielfalt sind die primären Ziele der Kulturförderung der Iris Kater Verlag & Medien GmbH. Die Projekte sind vielfältig: Das Schulförderprojekt „Kunst & Schule“ möchte das Lernen in der Schule sinnvoll unterstützen, z.B. indem Schüler gemeinsam lesen. Die dafür notwendigen Bücher stellt der Verlag zur Verfügung. Mit dem Programm Kunst- und Kulturförderung werden Künstler der bildenden und literarischen Kunst aus Nordrhein-Westfalen unterstützt, die sich durch Innovation, künstlerische Eigenständigkeit, Kreativität, Originalität und Authentizität auszeichnen. Den Iris Kater Verlag wählten Besucher des Portals [www.engagiert-in-nrw.de](http://www.engagiert-in-nrw.de) zum „Engagement des Jahres 2009“.



[www.katercom.de](http://www.katercom.de)

## Kunst für die Region durch die HARTING KGaA

Regionales Engagement ist für die HARTING Technologiegruppe eine selbst auferlegte Verpflichtung, der sie gerne nachkommt. Seit der Gründung im Jahr 1945 bringt sich das Unternehmen an seinem Standort Espelkamp in Ostwestfalen wirtschaftlich, sozial, sportlich und kulturell aktiv ein. Margrit und Dietmar Harting wurden im vergangenen Jahr dafür mit der Ehrenbürgerwürde der Stadt Espelkamp ausgezeichnet. Außerdem erhielten beide das Bundesverdienstkreuz 1. Klasse für ihren Beitrag, die wirtschaftlich starke Region Ostwestfalen auch in kultureller und gesellschaftlicher Hinsicht zu einem attraktiven Lebensraum zu machen. Ein Beispiel aus dem vielfältigen Engagement des Unternehmerehepaars ist sein Einsatz für das Neue Theater in Espelkamp, an dessen Renovierung sie sich in derselben Höhe wie die Stadt Espelkamp beteiligten. Der Bundespräsident zeichnete 2006 im Rahmen der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ dieses Theater, das weit über die Region hinaus als kulturelles Highlight geschätzt wird, als Imageträger für Deutschland aus.



[www.harting.de](http://www.harting.de)

## Kulturförderung mit Strategie: Dornbracht

Die Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG, Hersteller hochwertiger Armaturen und Accessoires für Bad und Küche, fördert seit 1996 Kunst mit Strategie: Die Projektreihen „Statements“ und „Performance“ oder die „Dornbracht Installation Projects“ sowie die Ausstellungsförderung zeitgenössischer Kunst sind kein reines Mäzenatentum oder Sponsoring zum Imagegewinn. Durch die Förderung von Künstlern und Auseinandersetzung mit Kunst möchte Dornbracht neue Ideen für das eigene Unternehmen gewinnen und Kunden und Mitarbeiter zur Auseinandersetzung mit zeitgenössischer Kunst motivieren.



[www.dornbracht.com](http://www.dornbracht.com)

## Kultur braucht Musik: das Sparda-MusikNetzWerk

Ob brasilianische Kompositionen, traditionelle Blasmusik oder barocke Klänge: Beim Sparda-MusikNetzWerk ist erlaubt, was gefällt. Bereits seit 2005 zeichnet die Initiative der Stiftung Kunst, Kultur und Soziales der Sparda-Bank West jedes Jahr beispielhafte Kooperationsprojekte in NRW aus, an denen öffentliche Musikschulen oder Laienmusikvereine mit ihren nicht kommerziellen Kooperationspartnern beteiligt sind. Auszeichnungen mit einer finanziellen Anerkennung gibt es dabei in den vier Sparten Begegnung, Bildung, Kulturleben und Nachwuchs. Ziel ist, originelle Ideen zu fördern und zu einer langfristigen Zusammenarbeit zu motivieren. In diesem Jahr wurden am 13. November im Partika-Saal der Robert Schumann Musikschule in Düsseldorf die Musikschulen Ennepetal, Hürth, Lüdenscheid und Wuppertal sowie der Musikverein Birgden in einer feierlichen Veranstaltung geehrt.



Die Stiftung Kunst, Kultur und Soziales der Sparda-Bank West kooperiert beim MusikNetzWerk mit dem Landesverband der Musikschulen in NRW und dem Landesmusikrat NRW.

[www.sparda-musiknetzwerk.de](http://www.sparda-musiknetzwerk.de)

## Bayer macht Kultur für alle

Ganz Leverkusen und natürlich seine Besucher profitieren vom Kulturrengagement der Bayer AG. In den Sparten Musik, Schauspiel, Tanz und Kunst bietet Bayer Kultur ein vielfältiges und anspruchsvolles Programm, das aufgrund der geringen Eintrittsgelder für Jeden erschwinglich ist. Zudem unterstützt das Unternehmen an seinen Standorten Dormagen, Krefeld, Leverkusen und Wuppertal Vereine und Ensembles, in denen die Mitarbeiter selbst künstlerisch aktiv sind. Das Engagement basiert auf dem Wissen, dass unternehmerischer Erfolg nicht nur wirtschaftliches Kapital braucht, sondern auch Kreativität, Interesse an Neuem und Aufgeschlossenheit gegenüber Fremden. Kulturelles Erleben fördert diese Eigenschaften, daher fördert Bayer Kultur. Mit einem positiven Nebeneffekt: Nicht nur das Kulturleben wird bereichert, sondern auch die gesellschaftliche Ausstrahlung von Bayer im Ausland.



[www.kultur.bayer.de](http://www.kultur.bayer.de)

## Nachtrag: 42Tausend laufen für einen guten Zweck

Im Nachklang zum letzten Newsletter mit dem Schwerpunkt Sport möchten wir auf das Benefizsportprojekt 42tausend aufmerksam machen. Entwickelt wurde es 2007 von den Wirtschaftsjunioren Köln. Ziel ist es,



Spenden, die die Läuferinnen und Läufer bei öffentlichen Wettkämpfen von ihren Freunden und Bekannten für jeden gelaufenen Kilometer erhalten, in gemeinnützige Projekte zu investieren. Junge Unternehmer, Selbständige und Führungskräfte sowie Mitarbeiter der Unternehmen und Freunde trainieren unter professioneller Anleitung für 5, 10, 21 und 42 km Läufe. So kamen in den letzten Jahren jeweils ca. 28.000 € zusammen.

[www.42tausend.de](http://www.42tausend.de)

## Veranstaltungen und Hinweise

### Interreligiöser Dialog über Kunst: Styleislam

Melih Kesmen gründete 2008 das Modeunternehmen Styleislam® als Reaktion auf die Unruhen nach den Mohammed-Karikaturen des dänischen Karikaturisten Kurt Westergaard. Kesmen bedruckte sich ein T-Shirt mit den Worten „I love my prophet“ und regte so viele konstruktive Diskussionen mit Muslimen und Nichtmuslimen an. Die Idee, den Islam durch bedruckte Kleidungsstücke und Accessoires auf kreativ-intellektuelle Art zum Thema zu machen und sich gleichzeitig deutlich abzugrenzen von radikalen Muslimen, führte zur Gründung von Styleislam®, dessen Produkte sich seither wachsender internationaler Beliebtheit erfreuen und so den interreligiösen Dialog unterstützen. Darüber hinaus bildet Styleislam muslimische Mädchen aus, um auch einen Beitrag zur gesellschaftlichen Partizipation muslimischer Frauen zu leisten.



[www.styleislam.com](http://www.styleislam.com)

### Deutscher Kulturförderpreis

Der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft und seine Partner Süddeutsche Zeitung und Handelsblatt verleihen seit 2006 jährlich den Deutschen Kulturförderpreis für unternehmerische Kulturförderung. Die Auszeichnung wird für vorbildliche Leistungen in den Kategorien kleine, mittlere und große Unternehmen vergeben. Ziel ist, kulturelles Engagement zu stärken und zur Nachahmung anzuregen. Die Jury aus Vertretern der der Wirtschaft, der Medien, der Wissenschaft sowie der Kultur und Politik, entscheidet nach Kriterien wie Kommunikation des Engagements, Einbindung ins Unternehmen und Risikobereitschaft. Am 9. September 2010 wurden im Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin die diesjährigen Gewinner ausgezeichnet: BASF SE für „Junges Theater im Delta“, die Deutsche Kreditbank AG für die „Berlin-Brandenburgische Kinderchorwerkstatt“ und die Intervideo Filmproduktion GmbH für den „Intervideo Nachwuchspreis“.



[www.kulturkreis.eu](http://www.kulturkreis.eu)

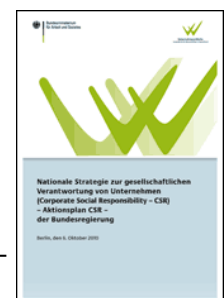
## Veröffentlichungen

### Bundesregierung beschließt Strategien zur Stärkung gesellschaftlichen Engagements

Mit der Verabschiedung der Nationalen Engagementstrategie und des Aktionsplans Corporate Social Responsibility (CSR) am 6. Oktober 2010 will die Bundesregierung den Grundstein für eine zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft besser abgestimmte Förderung bürgerschaftlichen und unternehmerischen Engagements legen.

Mit dem Aktionsplan Corporate Social Responsibility (CSR) möchte die Bundesregierung das gesellschaftlich verantwortungsvolle Handeln von Unternehmen unterstützen.

Ziele des Aktionsplans CSR sind die eine bessere Verankerung von gesellschaftlicher Verantwortung in Unternehmen und in der öffentlichen Verwaltung, die verstärkte Gewinnung von kleinen und mittleren Unternehmen für CSR und die Erhöhung der Glaubwürdigkeit von CSR.



Geplant ist auch ein Internetportal, auf dem sich Verbraucher über ökologisches und soziales Engagement von Firmen informieren können.

[www.bmas.de](http://www.bmas.de)

## Studie: „Unternehmerische Kulturförderung in Deutschland“

Der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V., das Handelsblatt und das Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln haben die unternehmerische Kulturförderung 2008 in einer Untersuchung durchleuchtet. Sie befragten 265 kulturell engagierte Unternehmen zu ihrer Motivation, den Förderbereichen und –formen, dem Umfang sowie der Wirkung ihres Engagements. Einige Ergebnisse: Der Hauptgrund für kulturelles Engagement ist bei 92 % der befragten Unternehmen die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, bei 79 % der Imagegewinn. Die Steigerung der Mitarbeitermotivation bzw. –identifikation spielt eine um so bedeutendere Rolle, je größer das Unternehmen ist. Die am häufigsten geförderte Kultursparte ist mit 71 % Musik/Musiktheater, die Bildende Kunst/Fotografie folgt mit 59 %, das Theater mit 50%. Sponsoring (82 %) und Spenden (75 %) sind nach wie vor die am meisten verbreitete Förderart. Rund ein Drittel der befragten Unternehmen (26 %) unterstützt auch mit Mitteln einer unternehmensnahen Stiftung. 42 % der Unternehmen fördern zudem mit Dienstleistungen und unterstützen damit Kulturschaffende mit ihrem Know-how.



[www.kulturkreis.eu](http://www.kulturkreis.eu)

### Impressum

**Herausgeber:** Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen

Haroldstraße 4

40213 Düsseldorf

Tel.: 0211/8 37 -02

Fax: 0211/8 37 -22 00

[www.mfkjks.nrw.de](http://www.mfkjks.nrw.de)

**Verantwortlich** nach § 7 TMG:

Dr. Hannelore Ludwig, Referat Kommunikation

**Redaktionsteam:**

Gabi Klein, VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH

E-Mail: [nl-cc-nrw@visavis-agentur.de](mailto:nl-cc-nrw@visavis-agentur.de)

Ulrike Sommer, Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport NRW

E-Mail: [Ulrike.Sommer@mfkjks.nrw.de](mailto:Ulrike.Sommer@mfkjks.nrw.de)

Petra Zwickert, Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport NRW

E-Mail: [Petra.Zwickert@mfkjks.nrw.de](mailto:Petra.Zwickert@mfkjks.nrw.de)

**Bildnachweis:**

Rolf Franke, actorsphotography (S. 2), HARTING Technologiegruppe (S. 4), Falco Peters, Düsseldorf (S. 5)

Ein herzliches Dankeschön an alle, die den Newsletter durch ihre Beiträge unterstützt haben.

© 2010/MFKJKS