

"Die Werke sind für uns geistige Nahrung" (FR 19.6. Wirtschaft Rhein-Main)

Der Unternehmensberater Jan Teunen über Kunst am Arbeitsplatz und ihre Wirkung auf die Firmenkultur

Sie sind Unternehmensberater. Warum braucht die Wirtschaft Kunst?

Kunst beschleunigt das Entstehen einer echten Unternehmenskultur, das heißt, Kunst trägt dazu bei, dass im Unternehmen ein Gleichgewicht entsteht zwischen wirtschaftlicher und ethischer Verantwortung. Darüber hinaus trägt sie zur Identitätsstiftung bei und motiviert die Mitarbeiter. Das sind Faktoren, die für den Erfolg eines modernen Unternehmens immer wichtiger werden.

Trotzdem sparen in der Finanzkrise viele Firmen auch beim kulturellen Engagement. Wie passt das zusammen?

Das sind eher die rückwärtsgewandten Firmen, die noch nicht gemerkt haben, dass das Diktat der Profitmaximierung, dem sich die Wirtschaft bisher untergeordnet hat, ein Holzweg ist. Moderne Unternehmen werden eher mehr in Kunst investieren. Fast alle großen Firmen beschäftigen sich inzwischen mit dem Thema Nachhaltigkeit. Wenn sie dieses Konzept umsetzen wollen, brauchen sie Kunst als Katalysator.

Sie beobachten demnach eine Rückkehr zum Unternehmer alten Schlags, der sich noch persönlich um seine Mitarbeiter kümmerte?

Unter dem Eindruck der Finanzkrise vollzieht sich derzeit tatsächlich ein Wandel in der Unternehmenskultur, eine Rückkehr zum Ursprung. Unternehmen müssen künftig ein Modell für Wirtschaftlichkeit, aber auch für Schutz, Zusammengehörigkeit und Kulturpflege werden. Sie müssen ihr ursprüngliches Ziel wiederentdecken: die Gestaltung von Gesellschaft.

Angesichts sinkender Kurse hat sich Kunst auch als überraschend sichere Geldanlage erwiesen. Steigt damit die Motivation für Kunstkäufe?

Für uns nicht. Wir wollen Künstler fördern. Die Werke sind für uns geistige Nahrung. Und ich glaube auch nicht, dass große Firmen Arbeiten junger Künstler kaufen, um später Geschäfte damit zu machen. Wenn ein Werk deutlich an Wert gewinnt, wird es eher einem Museum gestiftet, um es der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Veranstaltungen wie "Kunst privat!" haben aber doch auch einen Marketingeffekt.

Sie bewirken einen Sympathievorsprung, weil deutlich wird, dass sich das Unternehmen engagieren möchte. Das ist geschäftsfördernd, weil für eine zunehmende Zahl kritischer Kunden Nachhaltigkeit als Kaufkriterium immer wichtiger wird.

Viele Angestellte können mit moderner Kunst nichts anfangen. Wie soll sie dann für mehr Spaß bei der Arbeit sorgen?

Weil in Kunst ein konzentrierter Stoff vorhanden ist, den sonst nur die Religion bietet. Er nährt die Seelen und beflügelt Menschen, Egoismus zu überwinden. Es gibt Untersuchungen, dass sich in großen Firmen nur noch 16 Prozent der Mitarbeiter engagieren. Die meisten haben innerlich gekündigt. Eine schöne Umgebung trägt dazu bei, dass sich Menschen besser fühlen. Allerdings muss Kunst erklärt werden, sonst verkommt sie zur Wanddekoration.

Sie beteiligten sich zum ersten Mal bei "Kunst privat!". Was versprechen Sie sich davon?

Wir wollen die Schätze, die wir in den vergangenen Jahren gesammelt haben, nicht allein genießen. Deswegen laden wir in unsere Privat- und Firmenräume ein.

Interview: Regine Seipel