



Bundesministerium
für Verkehr, Bau
und Stadtentwicklung



Bundesamt
für Bauwesen und
Raumordnung

BBSR-Online-Publikation, Nr. 33/2009

Kunst am Bau bei privaten Bauherren

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Verkehr,
Bau und Stadtentwicklung (BMVBS)

Bundesinstitut für Bau-, Stadt-
und Raumforschung (BBSR)
im Bundesamt für Bauwesen
und Raumordnung (BBR)

Bearbeitung

Dr. Claudia Büttner, München (Auftragnehmer)

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Auftraggeber)
Dr. Ute Chibidziura (Leitung)

Vervielfältigung

Alle Rechte vorbehalten

Zitierhinweise

BMVBS / BBSR (Hrsg.): Kunst am Bau bei privaten Bauherren.
BBSR-Online-Publikation 33/2009. urn:nbn:de:0093-ON3309R17X

Die vom Auftragnehmer vertretene Auffassung ist
nicht unbedingt mit der der Herausgeber identisch.

ISSN 1868-0097

urn:nbn:de:0093-ON3309R17X

© BMVBS / BBSR November 2009

Ein Projekt des Forschungsprogramms „Zukunft Bau“ des Bundesministeriums für
Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und des Bundesinstituts für Bau-, Stadt-
und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR).

Inhalt

Einleitung	5
Erster Teil	
Bestandsaufnahme für einen Überblick privater Kunst am Bau	6
1. Publikationen zu Kunst am Bau bei privaten Unternehmen	6
1.1. Firmeneigene Dokumentationen zur Kunst am Bau	6
1.2. Kunst am Bau auf den Internetseiten von Unternehmen	7
2. Befragung privater Unternehmen zu Kunst am Bau	8
2.1. Auswahl der Unternehmen	8
2.2. Kontaktaufnahme mit den Unternehmen	9
2.3. Definition der Kunst am Bau	9
2.4. Antworten der Unternehmen	10
2.5. Ergebnis der Unternehmensbefragung zu Kunst am Bau	12
2.6. Tabelle zu den Ergebnissen der Unternehmensbefragung	14
Zweiter Teil	
Fallbeispiele zu Kunst am Bau in privaten Unternehmen	15
1. HypoVereinsbank AG, München	15
1.1. Unternehmen	15
1.2. Architektur und Kunst am Bau	16
1.3. Kunst am Bau	18
1.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen	19
Kunstkonzeption	20
1.6. Verantwortliche und Verfahren	21
1.7. Rezeption und Vermittlung	22
1.8. Literatur	23
2. Allianz SE, München	25
2.1. Unternehmen	25
2.2. Architektur und Kunst am Bau	25
2.3. Kunst am Bau	28
2.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen	29
2.5. Kunstkonzeption	31
2.6. Verantwortliche und Verfahren	32
2.7. Rezeption und Vermittlung	34
2.8. Literatur	35
3. Daimler AG, Stuttgart	36
3.1. Unternehmen	36
3.2. Architektur und Kunst am Bau	36
3.3. Kunst am Bau	38

3.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen	39
3.5. Kunstkonzept	40
3.6. Verantwortliche und Verfahren	40
3.7. Rezeption und Vermittlung	41
3.8. Literatur	42
4. Deutsche Lufthansa AG, Köln	45
4.1. Unternehmen	45
4.2. Architektur und Kunst am Bau	45
4.3. Kunst am Bau	46
4.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen	47
4.5. Kunstkonzeption	47
4.6. Verantwortliche und Verfahren	47
4.7. Rezeption und Vermittlung	48
4.8. Literatur	49
5. SAP AG, Walldorf	50
5.1. Unternehmen	50
5.2. Architektur und Kunst am Bau	50
5.3. Kunst am Bau	53
5.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen	53
5.5. Kunstkonzeption	54
5.6. Verantwortliche und Verfahren	55
5.7. Rezeption und Vermittlung	55
5.8. Literatur	55
6. Jenoptik AG, Jena	56
6.1. Unternehmen	56
6.2. Architektur und Kunst am Bau	56
6.3. Kunst am Bau	57
6.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen	57
6.5. Verantwortliche und Verfahren	57
6.6. Rezeption und Vermittlung	58
6.7. Literatur	58
7. GASAG AG, Berlin	59
7.1. Unternehmen	59
7.2. Architektur und Kunst am Bau	59
7.3. Kunst am Bau	60
7.4. Konzeption und Bedeutung für das Unternehmen	60
7.5. Kunstkonzeption	61
7.6. Verantwortliche und Verfahren	61
7.7. Rezeption und Vermittlung	62
7.8. Literatur	63

8. Hotel Wedina, Hamburg	64
8.1. Unternehmen	64
8.2. Architektur und Kunst am Bau	64
8.3. Kunst am Bau	65
8.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen	65
8.5. Kunstkonzeption	66
8.6. Verantwortliche und Verfahren	66
8.7. Rezeption und Vermittlung	66
8.8. Literatur	66
Dritter Teil	
Analyse der Situation von Kunst am Bau bei privaten Unternehmen	67
1. Gründe für Kunst am Bau	68
1.1. Kunst am Bau als Ausdruck von gesellschaftlicher Verantwortung und Unternehmenskultur	68
1.1.1. Regionale Ausrichtung	70
1.2. Kunst am Bau als eine Form der Künstlerförderung	75
1.3. Kunst am Bau als Teil der Corporate Identity	77
1.3.1. Zugänglichkeit der Kunst am Bau	79
1.4. Kunst am Bau und Corporate Architecture	80
1.5. Kunst am Bau als räumliche Orientierungshilfe	86
1.6. Kunst am Bau zur Internen Kommunikation und Mitarbeitermotivation	87
2. Realisierung von Kunst am Bau bei privaten Unternehmen	89
2.1. Initiative und Entscheidungsstrukturen	90
2.2. Berater	95
2.3. Verfahren	99
2.3.1. Direktaufträge und Kuratorenmodell	100
2.3.2. Wettbewerbe	101
2.4. Umgang und Vermittlung	103
3. Zusammenfassung mit Schlussfolgerungen für die Kunst am Bau des Bundes	104
Anhang	
- Bestandsaufnahme. Befragung von 297 Unternehmen	107
- Literatur zur Kunst am Bau bei privaten Unternehmen	155
- Webseiten zu Kunst am Bau bei privaten Unternehmen	162
- Fotonachweis	163

Einleitung

Kunst am Bau ist kein Privileg öffentlicher Bauherrn. Eine respektable Anzahl von Privatunternehmen widmet sich dieser Sparte der zeitgenössischen Kunst. Aus welchen Gründen geben sie Kunst am Bau in Auftrag? Unterscheidet sich ihr Vorgehen vom Bund? Wie wird die Auswahl getroffen? Wie wird die Kunst betreut? An wen richtet sich die Kunst und wie wird sie vermittelt? Diese Fragen will meine Studie beantworten.

Zunächst war zu klären, welche Unternehmen, welcher Branchen und welcher Betriebsgrößen überhaupt Kunst am Bau realisieren. Da es kaum öffentliche Informationen und nur schwer zugängliche Dokumentationen der Kunst am Bau bei den privaten Unternehmen gibt, war eine umfangreiche Befragung von Unternehmen notwendig. Neben dem Ergebnis der Bestandsaufnahme, der Befragung von 297 Unternehmen in Deutschland, stelle ich acht exemplarische Unternehmen verschiedener Branchen und Unternehmensgrößen mit unterschiedlichen Strukturen, Verfahren und Kunstinteressen vor.

Einige Trends zeichnen sich ab, ein einheitliches Vorgehen in der Privatwirtschaft aber gibt es nicht. Am Ende meiner Studie bewerte ich die privaten Kunst-am-Bau-Vorhaben und Organisationsstrukturen, um so für den Bund wichtige Anregungen geben zu können.

Erster Teil

Bestandsaufnahme für einen Überblick privater Kunst am Bau

Um einen Überblick über die Verbreitung von Kunst am Bau bei privaten Unternehmen zu erhalten, war es notwendig, potentiell in Frage kommende Unternehmen direkt zu kontaktieren und zu befragen. Eine Recherche über verschiedene Publikationen, d.h. in der Fachliteratur, in Kunstkatalogen, Zeitungs- und Zeitschriftenartikeln sowie im Internet hatte nur ein sehr unvollkommenes Bild über die Gesamtsituation ergeben.

1. Publikationen zu Kunst am Bau bei privaten Unternehmen

In Einzelfällen wird die Kunst am Bau bei privaten Unternehmen in Eigenpublikationen der Unternehmen dargestellt. Diese findet aber weder in Fachbibliotheken, noch in öffentlichen Katalogen große Verbreitung, sondern wird lediglich Kunden und Interessierten überreicht oder einer überschaubaren Öffentlichkeit anlässlich von Eröffnungsveranstaltungen zugänglich gemacht. Auf einzelne Kunstwerke verweisen Künstlerkataloge¹ oder erste, teilweise auch wissenschaftliche Bestandsaufnahmen zu Kunst am Bau oder Kunst im öffentlichen Raum einzelner Städte². Größere Beiträge in Kunst- und Architekturzeitschriften zum Thema sind selten, einzelne Beispiele tauchen aber sowohl dort, als auch in der allgemeinen Presse³ immer mal wieder auf. Eine systematische Behandlung von Kunst am Bau bei privaten Unternehmen gibt es nicht.

So ergab auch das Ergebnis der Literaturrecherche lediglich Hinweise auf Kunst am Bau bei einigen wenigen Großunternehmen, vor allem Banken und Versicherungen sowie Infrastrukturunternehmen mit öffentlicher Beteiligung wie Versorgern, Messe- und Flughafengesellschaften.

1.1. Firmeneigene Dokumentationen zur Kunst am Bau

Obwohl eine ganze Reihe von Unternehmen Kunst sammelt und sie auch mehr oder weniger öffentlich präsentiert, findet sich nur in einer geringen Zahl der unternehmenseigenen Publikationen auch ein Hinweis auf Kunst am Bau. Diese wird hier zusammen mit anderen Werken der eigenen Kunstsammlung u. a. in Publikationen der Daimler AG, der HypoVereinsbank, der Allianz AG, der Victoria

¹ Vgl. Aribert von Ostrowski, Kunstverein München, München 2000.

² Vgl. S. 38-45 in Petra Giloy-Hirtz: Wegweiser Kunst für München im öffentlichen Raum 1972-1997, hg. v. Helmut Friedel, Baureferat München, München 1997, den Ausstellungskatalog Gestaltete Räume München 1984 - 92, hg. v. Büro Orange Siemens, München 1992 und Kunst in der Stadt. Skulpturen in Berlin, hg. v. Hans Dickel, Uwe Fleckner, Berlin 2003.

³ Siehe Michael Hierholzer: Kunst und Unternehmen. Lieber Kunst im Haus als Schrott am Bau, in: A.Z., 12.04.2007, Nr. 85 / Seite K3.

VersicherungsAG, der Deutschen Bank, der inzwischen in die Evonik AG integrierten RAG AG und einzelnen Sparkassen vorgestellt.

Darüber hinaus haben nur wenige Firmen eigene Publikationen zur Kunst am Bau – meist anlässlich der Einweihung neuer Firmensitze und von Erweiterungsbauten – herausgegeben.

So gibt es zum Beispiel Publikationen zur Einweihung der Neuen Messe Leipzig⁴ 1996, anlässlich der Kunst für das Heizkraftwerk Mitte in Berlin⁵ 2000 von der damals noch selbständigen Bewag AG, zur Einweihung des neuen Gewerbeimmobilie DomAquaree⁶ in Berlin durch die Deutsche Immobilien Fonds AG 2004; zur Einrichtung des neuen Hauptsitzes für Privat- und Geschäftskunden in Frankfurt am Main der Deutschen Bank AG⁷ 2005, zur Errichtung des Daimler-Benz-Museums in Stuttgart durch die damalige DaimlerChrysler AG⁸ 2006, zur Realisierung des Kunstkonzeptes für die 1998 neu errichtete Hauptverwaltung der WWK Versicherungsgruppe in München⁹ 2007 und des Lufthansa Aviation Center¹⁰ 2007. Außerdem halten einige Unternehmen kleinere Broschüren oder Flyer zur Kunst am Bau für interessierte Kunden und Besucher bereit¹¹.

1.2. Kunst am Bau auf den Internetseiten von Unternehmen

Auf den Internetpräsenzen der Unternehmen wird von einigen Firmen unter der Rubrik „Zum Unternehmen“ oder „Wir über uns“ auf das gesellschaftliche Engagement, Kunst und Kultur sowie im Rahmen der firmeneigene Kunstsammlung teilweise auch auf architekturbezogene Werke und andere Auftragswerke verwiesen. Nur wenige Unternehmen stellen Kunst am Bau gezielt in Zusammenhang mit der Architektur auf ihrer Homepage vor. Beispiele dafür sind die Münchner Rück in ihrer Hauptverwaltung in München¹², RWE AG in ihrem Hauptgebäude, dem 1997 eingeweihten Turmhaus in Essen¹³, die GASAG

⁴ Realisation: Kunst in der neuen Messe Leipzig. Realisations: Art at the New Trade Fair Center Leipzig, hg. v. Brigitte Oetker, Christiane Schneider, Leipzig 1997.

⁵ Ulrich Clewing: Das Kunstprojekt am Heizkraftwerk Mitte, München 2000.

⁶ Kunst im / Art in the CityQuartier DomAquaree, hg. v. Deutsche Immobilien Fonds AG, Arndt & Partner Berlin 2004.

⁷ Kunst im ibc, Deutsche Bank AG, Frankfurt 2005.

⁸ Zeitgenössische Kunst für die Mercedes-Benz Welt Stuttgart, hg. v. Renate Wiehager, Mercedes-Benz-Museum Stuttgart 2006.

⁹ Individuum und Gemeinschaft. Die Kunstsammlung der WWK Versicherungsgruppe, Konzept und Text Irene Netta, hg. v. WWK Lebensversicherungs-AG, München 2007.

¹⁰ Kunst Art. Lufthansa Aviation Center, hg. v. Max Hollein, Nicolaus Schafhausen, Frankfurt 2007.

¹¹ Vgl. Kunst verbindet. Kunst in der Hauptverwaltung München, Allianz SE, München o.J.; Kunst im Lufthansa Aviation Center, Frankfurt 2007; Chris Nägele. Kontrapost auf dem Werksgelände der Firma ratiopharm, Ulm o.J.; Kunst und Raum. Klaus Fußmann in der Ullstein-Halle, Axel Springer Haus, Berlin o.J.;

¹² http://www.munichre.com/de/corporate/art_and_architecture/default.aspx

¹³ <http://www.rwe.com/generator.aspx/info-welt/engagement/kulturfoerderung/rwe-turm-kunst-am-bau/language=de/id=3794/kunst-am-bau-home.html>

AG in ihrer Hauptverwaltung im Berliner „Shell Haus“ seit 2002¹⁴, die Lufthansa AG in ihrem Lufthansa Aviation Center 2007¹⁵ und die Daimler AG mit ihren Skulpturen in Berlin und Stuttgart¹⁶.

Überraschend wenige Wohnungsbaugesellschaften wie die SAGA GWG in Hamburg und Immobilienunternehmen wie die Union Investment Real Estate AG heben auf ihren Internetseiten „Wohnen mit Kunst“¹⁷ bzw. „CityQuartier DomAquaree – Kunst“¹⁸ die Kunst und Architektur ihrer Wohnquartiere hervor.

2. Befragung privater Unternehmen zu Kunst am Bau

2.1. Auswahl der Unternehmen

Um einen aussagekräftigen Überblick über Kunst am Bau bei privaten Unternehmen zu erhalten wurden die Firmen direkt befragt. Da eine Gesamtabfrage der deutschen Wirtschaft nicht geleistet werden konnte, wurde folgende Vorauswahl getroffen: Neben den durch einzelne publizierte oder öffentlich diskutierte Kunstwerke für ihre Kunst am Bau aufgefallenen Unternehmen wurden alle dreißig im Deutschen Aktienindex notierten Unternehmen angeschrieben. Sie wurden aufgrund ihrer Größe, ihrer Bedeutung für die deutsche Wirtschaft und ihrer strukturellen Ähnlichkeit mit den Behörden des Bundes zusätzlich befragt.

Wie bereits die Analyse der Veröffentlichungen zeigte, steht Kunst am Bau, wenn nicht ein neuer Firmensitz Anlass für den Erwerb aktueller Architektur und Kunst gibt, bei vielen Unternehmen in Zusammenhang mit der Einrichtung einer firmeneigenen Sammlung und weiteren Kunst- und Kulturaktivitäten. Damit erwies sich die Entscheidung als richtig, alle diejenigen Unternehmen zu befragen, die sich selbst dezidiert als Kulturförderer verstehen, indem sie zahlendes Mitglied des Kulturkreises des BDI sind oder sich selbst an einem der beiden Wettbewerbe des Arbeitskreises Kulturförderung des Kulturkreises des BDI um den Kulturförderpreis 2006 oder 2007 beworben hatten. Die Unternehmensauswahl ermöglicht einen Überblick über die Bedeutung von Kunst am Bau bei Unternehmen verschiedener Wirtschaftszweige, wenn auch bereits gefiltert durch das angegebene kulturelle Interesse. Da der Kulturförderpreis in drei Kategorien für Unternehmen bis 200 Mitarbeiter, bis 2000 Mitarbeiter und mit mehr als 2000 Mitarbeiter vergeben wird, gewährleistet diese Auswahl, ein breites Spektrum unterschiedlicher Unternehmensgrößen zu erhalten.

¹⁴ http://www.kunst.gasag.de/kunst_im_bau/index1.html

¹⁵ <http://lac.lufthansa.com/de/html/kunst/konzept/index.php>

¹⁶ http://www.sammlung.daimlerchrysler.com/sculpt/skulpturindex_g.htm

¹⁷ http://www.saga-gwg.de/quartiere/280_479.html

¹⁸ <http://www.domaquaree.de/index.php?SESSIONID=e47b0f8e70d029c37eef68dcec32fccd&Action=show>

Die Unternehmen wurden in folgende Branchen eingeteilt und befragt: Banken (29), Versicherungen (16), Versorger (18), Technologie / Maschinenbau (46), Automobil / Zulieferer (11), Chemie / Pharma (19), Transport / Verkehr (12), Kommunikation / IT (6), Bau / Immobilien (28), Konsumgüter / Handel (20), Nahrung / Genussmittel (20), Verlage / Medien (13), Dienstleister / Hotel (39) Verbände, Stiftungen, Kirchen (20).

Aufgrund ihrer unterschiedlichen Beteiligung an Kulturfördermaßnahmen sind einige Branchen verhältnismäßig stark repräsentiert, andere jedoch kaum. Um jedoch auch einen Eindruck über die Kunst-am-Bau-Aktivitäten in Branchen zu erhalten, die keine Kulturförderung betreiben, wurden zusätzlich eine Reihe größerer Unternehmen der Bau- und Immobilienbranche sowie weitere Verbände, Stiftungen und Kirchen in die Befragung aufgenommen. Während bei den ersteren der Bezug zu Bauaktivitäten und Architektur die Frage nach Kunst am Bau nahe legt, war bei letzteren die gesellschaftspolitische Verpflichtung Anlass für die Nachfrage.

2.2. Kontaktaufnahme mit den Unternehmen

Von allen Firmen wurden Anschriften und Ansprechpartner in den Kulturabteilungen, sofern es solche gab, oder in den Abteilungen Unternehmenskommunikation oder Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, z.T. auch im Facility Management und den Bauabteilungen recherchiert. Dann wurden bisher 297 Unternehmen per E-Mail z.T. mehrfach angeschrieben und anschließend häufig auch telefonisch und im persönlichen Gespräch vor Ort befragt. Recherchiert wurde im ersten Schritt, ob Kunst am Bau in Verwaltungs- und Produktionsräumen realisiert worden sei, welchen Umfang und welche Form die Kunst habe sowie wer die Verantwortlichen im Unternehmen dafür seien. Dann wurden Motive, Verfahren, Kosten, Betreuung und Vermittlung der Kunst genauer untersucht.

2.3. Definition der Kunst am Bau

In einer ganzen Reihe von Rückmeldungen wurde eine genaue Definition von Kunst am Bau verlangt, um einerseits die eigene Sammlungstätigkeit mobiler Kunstwerke und andererseits die dekorative Gestaltung durch Lichtdesign und Architektur abgrenzen zu können.

Die von mir dazu aufgestellte Definition ist folgende: Kunst am Bau ist die Kunst, die für einen spezifischen architektonischen Zusammenhang innerhalb oder außerhalb von Gebäuden in Auftrag gegeben und geschaffen wurde.

Problematische Grenzfälle sind einerseits Skulpturen und Objekte, die für bestimmte architektonische Räume angekauft wurden und andererseits Gemälde, Fotozyklen, Installationen und andere Arbeiten, die zwar für einen Raum und eine

unternehmensbezogene Thematik in Auftrag gegeben und vor Ort entwickelt wurden, letztlich aber transportable Kunstwerke bleiben.

2.4. Antworten der Unternehmen

Außer einem Unternehmen, das die Beantwortung von Anfragen kategorisch ablehnte, antworteten 178 von 297 kontaktierten Unternehmen. 119 Unternehmen meldeten sich auch auf wiederholte Anfragen hin nicht zurück. Zwei der Unternehmen lehnten erst in der Folge ab, weitere Fragen zu ihrer Kunst am Bau beantworten. Die Rücklaufquote lag damit bei **59,93 %**.

Der Rücklauf der Antworten differiert zwischen den Branchen zum Teil erheblich. Während bei den meisten Branchen etwa zwei Drittel der angefragten Unternehmen auch antworteten, bei Transport und Verkehr waren es sogar 83,33 % der Unternehmen, gab es nur eine geringe Beteiligung von 53,85 % bei den Verlagen und Medien sowie nur 43,59 % bei den Dienstleistern und Hotels. Es antworteten zwar nur 56,25 % der Versicherungen, von den 16 befragten hatten aber wiederum 68,75 %, Kunst am Bau zu realisieren. Andererseits antworteten von der Transport- und Verkehrsbranche 83,33 % der Unternehmen und von der Automobil- und Zuliefererindustrie sogar 81,81 %, während von den ersten nur 16,67 und den letztgenannten sogar nur 18,18 %, von den reinen Automobilherstellern sogar nur ein einziges Unternehmen Kunst am Bau realisierte. Diese unterschiedliche Auskunftsbereitschaft scheint damit nicht dem Thema Kunst am Bau geschuldet, sondern liegt an der grundsätzlich sehr unterschiedlichen Bewertung und Handhabung von Öffentlichkeitsarbeit in den verschiedenen Branchen, aber auch Unternehmensgrößen. So mag eine Erklärung für die geringe Antwortbereitschaft der Dienstleistungsbranche sein, dass es sich bei den Befragten außer einigen großen Beratungsunternehmen in der Mehrzahl um mittelständische oder kleine Unternehmen wie Anwaltskanzleien oder Hotels handelt, die z.T. nicht einmal einen Ansprechpartner für Presse- und andere Anfragen hatten. Die Auskunftsverweigerung hingegen kam aus den Presseabteilungen internationaler Konzerne mit deutschen Unternehmenszweigen.

Auffällig ist, dass die Beantwortung von Fragen zum Unternehmen von großen Konzernen, insbesondere natürlich den zu Transparenz verpflichteten Aktiengesellschaften, eher erfolgt als von mittleren und kleineren Unternehmen. Dieser Unterschied zwischen Großkonzernen und mittleren Unternehmen fällt sowohl bei den Kunst am Bau affinen Unternehmen wie Banken und Versicherungen als auch bei den Technologie- und Maschinenbauunternehmen

auf. Die großen Konzerne antworteten häufiger und auch schneller, während vor allem viele mittlere Banken nicht reagierten.

Anhand von übermittelten Bildern und Publikationen ließ sich die Einschätzung der Kunst als freie Kunst und ihre Charakterisierung als Kunst am Bau überprüfen. Schwieriger war es dagegen nachzuprüfen, ob die Verneinung von Kunst am Bau im Unternehmen korrekt war oder aus Unkenntnis oder Unwilligkeit erfolgte. In wenigen Fällen konnten aufgrund externer Publikationen und eigener Anschauung erste Aussagen zur Nichtexistenz von Kunst am Bau seitens der Kommunikationsabteilung von Konzernen hinterfragt¹⁹ oder durch die neuerliche Kontaktaufnahme²⁰ korrigiert werden.

Die Rückmeldungen machen deutlich, dass Kunst, obwohl fast immer in den Abteilungen für Kommunikation, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit angesiedelt, nur in wenigen Unternehmen eine besondere Bedeutung hat und entsprechend konzipiert und kommuniziert wird.

Innerhalb der komplexen Strukturen größerer Konzerne spielt die in einzelnen Unternehmensteilen oder Niederlassungen praktizierte Kunst am Bau oft nur eine marginale Rolle. Details der variierenden Vorgehensweisen zur Kunst am Bau werden zentral kaum kommuniziert. So ergeben sich widersprüchliche Aussagen zum Interesse an Kunst am Bau zwischen Konzern und Tochterunternehmen (E.ON AG – E.ON Energie AG). Es kommt auch zum Bedeutungsverlust von Kunst am Bau und dem damit einhergehendem Vergessen bei Übernahme eines Unternehmens durch einen anderen Konzern (RAG AG durch Evonik AG in Essen, BEWAG AG durch Vattenfall Europe AG in Berlin, Rosenthal AG durch die englisch-irische Firma Waterford Wedgwood, Dublin) und dabei vorgenommenen Immobilienverkäufen (Karstadt AG durch Arcandor AG). Wechsel in der Konzernstruktur durch Privatisierung, Neustrukturierung, Globalisierung sind nicht nur für Kunst am Bau, sondern auch für ganze Kunstsammlungen mit einer Neubewertung, wenn nicht sogar Abschaffung bisheriger Vorgehensweisen verbunden (Deutsche Post AG). Nicht nur aufgrund ihrer komplexen Entstehungsgeschichte gibt es bei einigen Großkonzernen Unterschiede im Charakter und den Auswahlmodalitäten von Kunst am Bau zwischen

¹⁹ So musste die Deutsche Bahn AG ihre Aussage revidieren und räumte Ausnahmefälle von Kunstaufträgen am Hauptbahnhof Berlin ein. Auch die Telekom AG musste sich korrigieren und bestätigte Kunst-am-Bau-Maßnahmen auf Nachfrage.

²⁰ Laut telefonischer Rückmeldung aus der zentralen Kommunikations- und Pressestelle der E.ON AG in Düsseldorf gibt es keine Kunst am Bau im Konzern. Eine direkte Anfrage bei der Unternehmenskommunikation der Münchner Unternehmenstochter E.ON Energie AG ergab die gegenteilige Antwort und eine gewisse Verwunderung der Verantwortlichen.

verschiedenen Unternehmensteilen und -standorten (Allianz AG München – Allianz AG Bezirk Nordost, Berlin).

Die Fragen zur Kunst am Bau, ihrem Umfang, den beteiligten Künstlern und ihren Standorten wurden in unterschiedlicher Ausführlichkeit beantwortet. Über die Zielsetzung, Konzeption, Dokumentation und Vermittlung der Kunst wurde Auskunft erteilt. Zu den internen Zuständigkeiten, Auswahlverfahren und beteiligten Beratern differierte die Bereitschaft sehr, konkrete Informationen mitzuteilen. Mit wenigen Ausnahmen (ECE Projektmanagement GmbH, Schufa AG, Bewag AG, Heinrich Böll Stiftung) wurden grundsätzlich keine Angaben zu den Kosten und der Finanzierung gemacht.

2.5. Ergebnis der Unternehmensbefragung zu Kunst am Bau

Von den 297 angefragten Unternehmen gaben **87** Unternehmen an, Kunst am Bau realisiert zu haben oder demnächst realisieren zu wollen, **102** Unternehmen meldeten dezidiert, keine Kunst am Bau zu besitzen. Während damit von den antwortenden, kulturfördernden Unternehmen etwa 48,88 % Kunst am Bau realisierten, liegt der Anteil der **Kunst am Bau** bei allen angefragten Unternehmen bei **29,29 %**. Umgekehrt gaben 57,30 % der antwortenden Unternehmen ausdrücklich an, **keine Kunst am Bau** zu realisieren, dies waren **34,34 %** aller angefragten Firmen.

Obwohl mit der Befragung ein breiter Querschnitt durch Branchen und Unternehmensgrößen gewährleistet war, entspricht dieser Prozentsatz sicher nicht dem generellen Anteil der Kunst am Bau bei allen Unternehmen, berücksichtigte die Auswahl doch schwerpunktmäßig kulturräffine Unternehmen. Die zugrundegelegte Annahme, dass sich kulturfördernde Unternehmen auch besonders stark im Bereich der Kunst am Bau engagieren würden, bestätigte sich nicht. Auch wenn durchaus ein Zusammenhang zwischen der Kunstsammlungstätigkeit und der Bereitschaft auch Kunst am Bau zu realisieren besteht. Es hatten rund 34 % der befragten Unternehmen, die Kunst am Bau realisierten, darüber hinaus auch eine Kunstsammlung.

Die Branchen mit den **am häufigsten Kunst am Bau** realisierenden Unternehmen sind die **Versicherungen** mit Kunst am Bau bei **68,75 %** der befragten Versicherungsunternehmen, die **Banken** mit Kunst am Bau bei **48,28 %** der angefragten Banken. Es folgen die **Verbände, Stiftungen und Kirchen** mit **45 %** sowie die **Versorgungsunternehmen** (Energie, Wasser) mit Kunst am Bau bei **44,45 %** der befragten Versorger.

Im Mittelfeld liegt die Kommunikations- und IT-Branche mit Kunst am Bau bei **33,33 %** der befragten Unternehmen.

Am **geringsten** war das **Interesse an Kunst am Bau** in der Nahrungs- und Genussmittelbranche mit **10 %**, bei den Verlagen und Medienunternehmen mit **15,38 %**, bei der Transport- und Verkehrsbranche mit **16,67 %** sowie bei der Automobil- und deren Zuliefererindustrie mit nur 2 Unternehmen, das entspricht **18,18 %** der befragten Unternehmen.

Sehr auffällig ist, dass von den 87 Unternehmen, die Kunst am Bau realisierten, **67,06 % Großunternehmen** waren und nur **32,94 % vor allem mittlere und wenige kleine Unternehmen**.

2.6. Tabelle zu den Ergebnissen der Unternehmensbefragung Stand 20.12.2008

	Anfragen	Keine Antwort	Antwort	Antwort	Keine Kunst am Bau	Kunst am Bau	Kunst am Bau % der Antwortenden	Kunst am Bau % der Angefragten
	ges.	absolut	absolut	%	absolut	absolut		
Banken	29	12	17	58,62	6	14	82,35	48,28
Versicherungen	16	7	9	56,25	1	11	122,2	68,75
Versorger	18	7	11	61,11	3	8	72,73	44,45
Technologie, Maschinenbau	46	20	26	56,52	18	10	38,46	21,74
Automobil, Zulieferer	11	2	9	81,82	7	2	22,22	18,18
Chemie, Pharma	19	8	11	57,89	8	4	36,37	21,05
Transport, Verkehr	12	2	10	83,33	8	2	20	16,67
Kommunikation IT	6	2	4	66,67	1	2	50	33,33
Bau, Immobilien	28	11	17	60,71	10	8	47,06	28,57
Konsumgüter, Handel	20	4	16	80	10	6	37,5	25
Nahrung, Genussmittel	20	10	10	50	8	2	20	10
Verlage, Medien	13	6	7	53,85	5	2	28,57	15,38
Dienstleister, Hotels	39	22	17	43,59	10	7	41,18	17,95
Verbände, Kirchen	20	6	14	70	7	9	64,29	45
	297	119	178	59,93	102	87	48,88	29,29

Zweiter Teil

Fallbeispiele zu Kunst am Bau in privaten Unternehmen

Im Folgenden werden acht exemplarische Beispiele von Unternehmen verschiedener Branchen und Größen mit unterschiedlicher Kunst, Motivation zur Kunst und verschiedenen Auswahlverfahren vorgestellt. Die Auswahl entspricht einem Querschnitt der Unternehmen mit Kunst am Bau. Die wichtigsten Branchen: Versicherung, Bank, Versorger, Automobilindustrie, Technologieunternehmen, IT-Konzern und Dienstleister bzw. Hotelgewerbe sind vertreten. Trotz intensiver Suche gab es kein Bauunternehmen, das hier beispielhaft vorzustellen wäre. Da überproportional viele große Konzerne bzw. Aktiengesellschaften Kunst am Bau realisieren und diese in ihren Strukturen mit den Bundesbehörden vergleichbar erscheinen, sind große Unternehmen mit sechs Beispielen vertreten. Sowohl Aktiengesellschaften wie von Eigentümern geführte, mittelständische und kleinere Unternehmen finden sich unter je zwei Beispielen mittlerer und kleinerer Betriebsgröße. Auch die deutschen Wirtschaftsregionen sind mit den Standorten München (Bayern), Berlin, Stuttgart (Württemberg), Walldorf (Baden), Köln (Rheinland) Frankfurt (Hessen), Jena (Thüringen) und Hamburg in großer Bandbreite vertreten. Die Kunst am Bau bei den ausgewählten Unternehmen war mit allen Formen von der Malerei über Skulptur, Installation bis zur Licht- und Medieninstallation vertreten. Sie ist bei einigen Unternehmen integriert in eine breite Sammlungstätigkeit mit eigener, professionell geführter Kunstabteilung. Bei anderen gibt es lediglich anlässlich von Neubaumaßnahmen realisierte Einzelkunstwerke. Die Verfahren reichen von persönlich beauftragten Direktvergaben und einem Kuratorenmodell bis zu formalen Einladungswettbewerben. Auch (beschränkt) offene Wettbewerbe, die sonst kaum durchgeführt werden, werden vorgestellt.

1. HypoVereinsbank AG, München

Kardinal-Faulhaber-Straße 1

80333 München

www.hypovereinsbank.de

<http://sammlung.hypovereinsbank.de/?von=redirect&nach=sammlung&typ=redirect>

1.1. Unternehmen

Branche: Bank

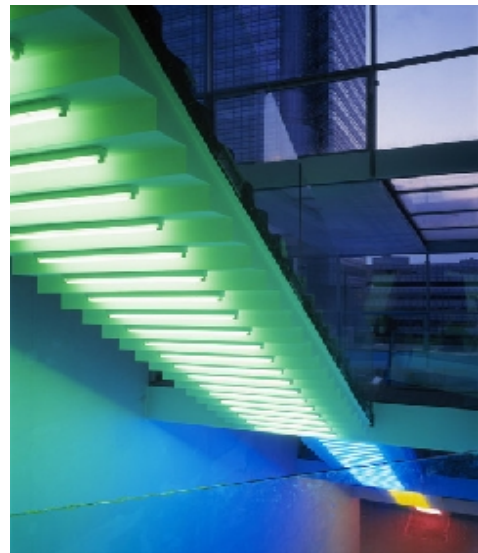
Größe: über 26.000 Mitarbeiter²¹

²¹ Eigenangabe der HypoVereinsbank.

Die HypoVereinsbank AG in München „ist die nach Bilanzsumme die sechstgrößte, nach Mitarbeiterzahl die viertgrößte Bank in Deutschland“²² und war bis 2007 auch eines der 30 im Deutschen Aktienindex notierten Unternehmen. Gegründet im 17. Jahrhundert als Königliche Staatsbank, wurde sie 1918 Bayerische Staatsbank, fusionierte 1971 mit der Bayerischen Vereinsbank und gehört seit 2005 zur italienischen Bankengruppe UniCredit S.p.A. in Mailand, der zweitgrößten Bank in Europa²³. Sie ist Fördermitglied im BDI Kulturkreis und belegte 2006 im Ranking kulturfördernder Unternehmen Rang 18.

1.2. Architektur und Kunst am Bau

- HVB Forum, ehemaliges Hauptverwaltungsgebäude der Bayerischen Staatsbank, heute HypoVereinsbank, 1893 (Albert Schmid), München, Kardinal-Faulhaber-Straße 1, umgestaltet 1995-2000 (Guido Canali, Gilberto Botti): Julien Opie; Lori Hersberger; Beat Streuli, Installation, angekauft; Pae White, „Birdherd“, nicht realisiert; Kantine: Sprüharbeit von Katharina Grosse, 2005.
- Verwaltungsgebäude, München, Am Tucherpark, errichtet 1965-1972 (Sep Ruf), Außenanlage: Toni Stadler; Fritz König; Isamu Noguchi, Zwillingplastik, 1971-72, 4 Granitquader und 1 Aluminiumquader und Bodengestaltung.
- Verwaltungshochhaus, Arabellastraße 12, 1981 (Walter Betz und Bea Betz), Foyer: George Rickey „Vierzig Dreiecke in drei Sätzen“, 1982.
- Verwaltungsgebäude, München, Arabellastraße 14, erweitert 1994/95: Dan Graham „Löwengang“, 1995; zentrales Treppenhaus: Dan Flavin: „Untitled, for Janet Chamberlain“, Lichtinstallation 1995.
- Filiale, München, Rindermarkt: Jutta Glöckner „Welle“, 1992 – deinstalliert.
- Filiale, München, Rotkreuzplatz, Kundenhalle: Aribert v. Ostrowski: „Noli me tangere“, 1990.



Dan Flavin „Untitled, for Janet Chamberlain“, 1995, Lichtinstallation, HypoVereinsbank AG, München.

²² Quelle: Die Welt (2006): "Die Top 50 Banken in Deutschland 2005" zit. nach Wikipedia <http://de.wikipedia.org/wiki/HypoVereinsbank>.

²³ Angabe zitiert nach Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/HypoVereinsbank>

- Filiale, München, Sendlinger Straße, München: Brigitte Schwacke „Labyrinth“ 1993, Sandstrahlzeichnung auf Rollo, auf Aluminium und Glas, 310x 610 x 90 cm.
- Filiale, München, Truderinger Straße, München: Brigitte Schwacke „Labyrinth“, 1994, Skulptur, zweiteilig, 45 x 189 x 200 cm, dreiteilig, 120 x 380 x 180 cm, einteilig, 85 x 240 cm, Eisenblech.
- Tagungsstätte Kempfenhausen bei München, 1993 (Hilmer und Sattler): Art & Language, Daniel Buren „Horizontal cut“, „Vertical cut“, „Fragmented reflexion“, 1992, Günther Förg, Francesca Gay, Ulrich Horndash, Thomas Huber, Axel Kasseböhmer, Jan Roth.
- Filiale Düsseldorf (Ungers): Gerhard Richter, Installation, 1991, Fries aus acht quadratischen Hinterglasmalereien, Ölfarbe auf Holz, je 120 x 120 cm, vier quadratische Spiegel, je 120 x 120 cm, vier rechteckige Hinterglasmalereien, Ölfarbe auf Glas, 350 x 172 cm, zwei rechteckige Spiegel, 350 x 120 cm; Sol LeWitt, Bodenarbeit, 1991.
- Geschäftsgebäude der HypoVereinsbank Hamburg, Hamburg, (Gerkan, Marg + Partner), Passage: Gerhard Merz, Deckengestaltung, 1993.
- Filiale Magdeburg, saniert (Busse und Geitner): Stephan Huber „Der Schrank“, 1994, 570 x 1520 x 50 cm, Tischlerplatte, Birkenholz furnier, Schlösser, Öl auf Leinwand (David Regher), Leuchtkästen (Fotos Arkira Fuji), Mechanik, Zeitschaltuhren, obere Reihe Sternenhimmel, mittlere Reihe Wolkenbilder, Änderung: 7 Uhr morgens, 18 Uhr abends.
- Filiale Halle, saniert 1994 (Brückner + Gussmann): Marin Kasimir „Die Gleichzeitigkeit des Ungleichen“, 1994, 1080° Panoramafotografie, Aluminium, Ciba-Klar-Großdias, Cibachrome Matt, Spiegel, Glas, Plexiglas, Bildlänge im Geländer; 16teilig 100 x 2000 cm, Geländerrahmen: 125 x 283 / 125 x 313 cm, Geländerfüllungen: 100 x 118 cm, 16 abgehängte Bilder: Kreis 60 cm, Oval 60 x 120 cm, Quadrat 60 x 60 cm, Rechtecke 60 x 120 cm. Die Arbeit wurde vom Künstler überarbeitet und ist heute in veränderter Form in der Münchner Zentrale, Kardinal-Faulhaber-Straße platziert.
- Filiale Leipzig: Herbert Hamak, „Ohne Titel“, 1989-94, 14-teilige Wandinstallation Pigmente, Leinwände, Bindemittel.
- Filiale Schönebeck, saniert (Klaus Theo Brenner): Susanne Fleischhacker / Holger Manthey „Morgenröte“, 1995, 127 Plexiglastafeln, Au, Folie, 720 x 680 cm, Text: Oscar Wilde „Das Gespenst von Canterville“, München Wien 1974 S. 16.
Wettbewerb unter 15 Studierenden der HBK Braunschweig, Klasse Lienhard von Monkiewitsch 1994/1995. Jury: Architekt, Lienhard von Monkiewitsch, Vertreter der Bank, Ankauf von 6 Modellen sowie Realisierung eines Entwurfes.

„Thema des Wettbewerbs war die Gestaltung eines sich über drei Etagen seitlich nach oben entwickelnden Lichthofs, der dem rückwärtigen Teil des Schönebecker Neubaus als Lichtquelle dient. Annähernd 12 Meter hoch, mehr als 8,50 Meter breit aber nur 3,15 Meter tief.“

- Filiale Luxemburg, 1993 (Richard Meier), Außenbereich: Frank Stella „Sarreguimes“, 1993, Skulptur.
- Filiale Luxemburg 2 (Atelier 5), 2000, Foyer: Michel Majerus „Gradnetz“, 1999-2000, 4-teilig, Aluminium, je 250 x 650 cm.
- Filiale Prag, Bodenarbeit von Stanislav Kolibal, 1998.
- Geschäftsgebäude mit Einkaufspassagen „5 Höfe“ zwischen Maffeistraße, Theatinerstraße, Salvatorstraße und Kardinal-Faulhaber Straße, Bauherr: HVB Immobilien AG zusammen mit der Fünf Höfe GmbH & Co KG, 2. Bauabschnitt mit Viscardihof, Theatinerstraße/Salvatorstraße, 2004 (Herzog & de Meuron), 2004 verkauft an die DIFA, heute Union Investment Real Estate AG. Viscardihof: Olafur Eliasson „Sphere 2003“, Installation, Edelstahl, Durchmesser 10 m. Treppenhäuser: Remy Zaugg, Farbkonzept und künstlerische Gestaltung ausgewählter Eingänge mit „Wortbildern“; Boden: Thomas Ruff, Fotoarbeiten auf Bodenplatten, Druck.

1.3. Kunst am Bau

Die HypoVereinsbank realisiert Kunst am Bau an vielen Ihrer Neu- und Erweiterungsbauten sowie bei Umbauten älterer Gebäude. Kunst am Bau ist eingebettet in die Kunstsammlungsaktivität des Unternehmens. Die Bank verfügt über eine zentrale Fachabteilung Kunst, die die Kunstsammlung mit ca. 20.000 Werken aller Gattungen an 6000 Standorten betreut, Kunstaussstellungen, interne Kunst- und Kulturvermittlung organisiert sowie Publikationen erstellt. Darüber hinaus gibt es eine gesonderte Kulturstiftung. Die Leiterin der hauseigenen Kunstsammlung, Dr. Bärbel Kopplin, konzipiert, organisiert und betreut die Kunst am Bau seit zwanzig Jahren.

1.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen

Bei der HypoVereinsbank werden Kunst und Kunst am Bau nicht getrennt gedacht und haben einen festen Stellenwert im Erscheinungsbild in allen Bereichen und an allen Standorten der Bank: „Denn schließlich ist Kunst hier immer auch ein Teil einer Ausstattung, eines Corporate Designs, einer Botschaft nach Innen und Außen.“²⁴ Traditionell ergab sich das Ansehen der Kunst aus der Bedeutung, die einer repräsentativen und kostbaren Ausstattung der Bank beigemessen wurde. Diese Bedeutung wurde um die kommunikative Funktion aktueller Kunst erweitert: „Unsere Kunden wollen wir in angenehmer Atmosphäre betreuen und beraten, den Mitarbeitern effiziente und angenehme Arbeitsplätze schaffen. [...] Die zeitgenössische Kunst, die sich der Architektur anpasst, fordert zu Dialog und Kommunikation auf und trifft damit unsere Ambition, eine Bank mit klar definierter Strategie zu sein, der man gern ihre Kernaussage abnimmt: ‚Leben Sie. Wir kümmern uns um die Details.‘“²⁵

Die Haltung zu Kunst am Bau hat sich aufgrund der Mobilitätsansprüche, der wirtschaftlichen Entwicklung und den damit verbundenen häufigen baulichen Veränderungen in den letzten Jahren dahingehend verändert, dass heute so wenig wie möglich Kunst am Bau realisiert wird und statt ihrer transportable Kunst. Ein Beispiel für die Problematik ist die Filiale Halle, für die Marin Kasimir 1994 eine Auftragsarbeit für eine Wand mit ortsspezifischen Fotomotiven realisierte. Die Fotografien zeigten Menschen auf Halles bekanntestem Platz. Nach Aufgabe des Gebäudes wurde die Arbeit demontiert und vom Künstler selbst an anderem Ort als Videoprojektion neu installiert. Teile der Fotoinstallation wurden als Relikte ins Depot verbracht. Vertraglich wird schon auf diese Möglichkeit von Veränderungen verwiesen. Dabei wird vereinbart, dass die Künstler konsultiert werden müssen.



*Michel Majerus „Gradnetz“,
2000, Wandinstallation,
HypoVereinsbank AG,
Luxemburg.*

²⁴ Bärbel Kopplin, Zeitgenössische Kunst in der Bank, in: - Sammlung HypoVereinsbank. Von der klassischen Moderne bis zur Gegenwart, hg. v. Bayerische Hypo und Vereinsbank AG, Redaktion Bärbel Kopplin, München 2000, S. 8-11, S. 8.

²⁵ Wolfgang Sprißler, Präsident des Verwaltungsrates des HypoVereinsbank Luxembourg, Zum Geleit, in: HypoVereinsbank Luxembourg. Architektur und Kunst, hg. v. HypoVereinsbank München, Redaktion Bärbel Kopplin, München 2000, S. 6.

1.5. Kunstkonzeption

Die Kunstexpertin erarbeitet Vorschläge für Kunst am Bau und entwickelt auch thematische Konzeptvorgaben für Kunst am Bau. Sie schlug z.B. für das neue HBV Forum mit seiner Dienstleistungs- und Eventebene in der Kardinal-Faulhaber-Straße das Thema Menschen vor. Dann schlägt sie entsprechende Künstler vor, die zum Thema eingeladen werden. So zeigte Marin Kasimir auf seinen Arbeiten 2005 Menschen auf verschiedenen Märkten wie dem Wiener Naschmarkt.

Wichtig ist neben der inhaltlichen, die räumlich-architektonische Bezugnahme der Kunst: „Sensibel und innovativ, ohne große Attitüde und doch mit eigener Kraft und klugem Einsatz der Mittel sollte die Kunst die zurückhaltende Architektursprache begleiten und ergänzen, sollte nicht applizierter Fremdkörper im Haus, sondern integraler Bestandteil des Gebäudes sein. Im Idealfall findet die Architektur Antwort und Ergänzung in den Kunstwerken des Hauses, die zugleich ihre eigene autonome Position behaupten. In den öffentlichen Bereichen – der großen Eingangshalle und den Zugängen vom Garagenbereich bis hin zum letzten Geschoss in allen Zonen des Treppenhauses – wurde dieser Anspruch vor allem in den Auftragsarbeiten zweier Künstler verwirklicht: Michel Majerus und Balthasar Burkhard. Beide Künstler wurden um eine Arbeit im Haus gebeten, beiden wurde ein fester Platz, bzw. bestimmte Bereiche innerhalb des Gebäudes vorgestellt und zugewiesen. Beide haben sich schließlich aus ganz unterschiedlichen persönlichen und künstlerischen Positionen ihrer Aufgabe genähert.“²⁶

Die Realisierungskosten für Kunst am Bau werden aus den Baukosten bestritten. Die Betreuung und Restaurierung organisiert die Kunstabteilung aus dem Kunstetat.

1.6. Verantwortliche und Verfahren

Zuständig für Auswahl und Durchführung von Kunst am Bau innerhalb des Unternehmens ist die eigene Fachabteilung Kultur bzw. ihre Leiterin Dr. Bärbel Kopplin in Kooperation mit der Bereichsleitung Architektur. Die interne Kunstexpertin fungiert dabei als „Scout“, sie kennt die interne Eckdaten, die beteiligten Architekten, die Interessen des Vorstands und stellt Namenslisten von Künstlern zusammen, die in der Kunstkommission diskutiert werden. Zusammen mit der Bauabteilung werden die Orte und Rahmenbedingungen vorab geklärt. So

²⁶Bärbel Kopplin, Kunst in der HypoVereinsbank Luxembourg, in: HypoVereinsbank Luxembourg. Architektur und Kunst, hg. v. HypoVereinsbank München, Redaktion Bärbel Kopplin, München 2000, S. 18-20, S.18.

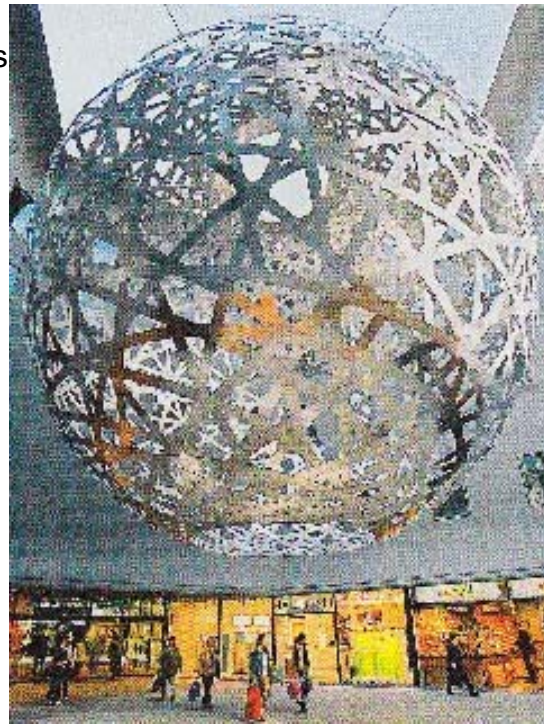
durfte beispielsweise die Fläche im Viscardihof der „Fünf Höfe“ nicht zugestellt werden, um die Handelsflächen zu erhalten, deshalb wurde ein hängendes Kunstwerk ausgeschrieben.

Bei der HypoVereinsbank existiert eine eigene interne Kunstkommission, die seit 1995 regelmäßig über Kunstankäufe und die Realisierung von Kunst am Bau entscheidet. Sie setzt sich zusammen aus zwei Vorständen, dem Vorstandssprecher und dem Arbeitsdirektor, aus dem Bereichsleiter Architektur, dem Bereichsleiter Kommunikation und der Fachbereichsleiterin Kultur sowie drei externen Kunstsachverständige. Diese wechselnden Experten waren international agierende Museumsleute oder unabhängige Kuratoren, aber keine Galeristen oder Kunsthändler. Sie sollen als externe „Supervisor“ eine unabhängige und internationale Perspektive gewährleisten. Beim Projekt „Fünf Höfe“ waren es z.B. Dr. Karla Schulz-Hoffmann, Leiterin der Neuen Pinakothek, Dr. Helmut Friedel, Leiter der Städtischen Galerie Lenbachhaus und der Schweizer Kurator und ehemalige documenta-Leiter Harald Szeemann. Anzumerken ist, dass in den Jahren vor 1995 Dr. Katharina Hegewisch von der Kunstberateragentur Achenbach Art Consulting für die Bank beratend tätig war.

Bei der HypoVereinsbank gibt es keine offenen Wettbewerbe. Sie führt regelmäßig Einladungswettbewerbe für Kunst am Bau durch. Dazu erstellt die Leiterin der Fachabteilung Kunst eine Liste internationaler und lokaler, aber international bedeutender Künstler. Für den Viscardihof der „Fünf Höfe“ waren es zehn Künstlerinnen und Künstler, die angefragt wurden, Entwürfe für eine hängendes Werk einzureichen, zwei sagten ab, acht reichten Entwürfe ein.

Interessanterweise tritt die

Kunstkommission faktisch firmenintern zusammen. Die externen Experten wurden unabhängig von einander um schriftliche Gutachten gebeten. Damit sollen diese unabhängiger als in gemeinsamer Diskussion werten.



Olafur Eliasson „Sphere“, 2003, Installation, Fünf Höfe, München.

Sobald eine Entscheidung für einen Entwurf gefallen ist, wird er zusammen mit Experten und Mitarbeitern diskutiert, um dann überarbeitet und realisiert zu werden.

Die Entscheidung zu Kunst am Bau kann auch in Kooperation und auf Wunsch des Architekten fallen. „Meier, der sich ganz explizit eine Zusammenarbeit mit Stella wünschte, sieht in dessen Oeuvre Kräfte am Werk, die auch das eigene Schaffen bestimmen. Beiden geht es um die Aktivierung des Raumes.“²⁷ „Schon in den ersten Vorgesprächen kamen Architekt und Bauherr überein, dass die Einbeziehung jüngerer europäischer Künstler zu einem Schlüsselement der gewünschten Identität des Gebäudes werden soll. Das größte Wagnis bestand jedoch darin, Frank Stella mit einem Zeichen setzenden Werk für den Vorplatz zu beauftragen.“²⁸ „Dennoch wäre es falsch, das Luxemburger Gesamtensemble als Gemeinschaftsprojekt im herkömmlichen Sinne zu bezeichnen. Zu beobachten ist vielmehr das Zusammentreffen zweier Gesinnungen und Visionen, die sich ihre ausgeprägte Eigenart bewahren. Richard Meier hat ebenso wenig den Ort für Frank Stellas Skulptur geschaffen wie Stella Meiers Architektur mit einem Ornament verziert hat. Stattdessen haben beide – der eine den anderen ergänzend um ihm zum Teil widersprechend – Raum definiert.“²⁹

Die Entwicklung und Umsetzung der Kunst wird von der Fachbereichsleiterin Kultur begleitet, sie vermittelt zwischen der Baufachabteilung, den Architekten und Künstlern um auch technisch anspruchsvolle Probleme gemeinsam zu lösen, wie z.B. eine 10 Zentner schwere und 10 Meter durchmessende Skulptur in einen Innenhof zu bringen.

1.7. Rezeption und Vermittlung

Die Kunst am Bau und andere Kunstaktivitäten werden als interne Kommunikation angesehen und die Kunstabteilung ist auch Teil der Abteilung Interne Kommunikation.

Von Kunden genutzte Räume der Bank werden mit Blick auf eine externe Öffentlichkeit ausgestattet. Dieses Interesse an hochwertiger, kultureller Ausstattung hat bei Banken eine historische Tradition.

Gemischte Verwaltungs- und Geschäftsimmobilien wie die „5 Höfe“ wurden mit Kunst ausgestattet, nicht nur um eine hohe Qualität der Immobilien und Geschäfte

²⁷ Katharina Hegewisch, Der Dialog als Programm, in: HVB Luxembourg. Architektur und Kunst. Band 2, hg. v. HVB Luxembourg, Luxembourg 2001, S. 20-22, S. 21.

²⁸ David Galloway, Die Architektur. Die HVB Luxembourg und die Ästhetik des Städtischen, in: HVB Luxembourg. Architektur und Kunst. Band 2, hg. v. HVB Luxembourg, Luxembourg 2001, S. 12-15, S. 14.

²⁹ Ders., a.a.O., S. 15.

zu demonstrieren, ein Image zu kreieren, sondern auch, weil Kunst mehr „Emotionen“ als die bloße Architektur anspricht, so Dr. Bärbel Kopplin. Die Kunstwerke werden mit Hinweismaterial und Informationsblättern an Mitarbeiter und Besucher vermittelt. Außerdem werden intern im firmeneigenen Kunstpalais in München und in Filialen Kunstaussstellungen und Kulturveranstaltungen organisiert. Die 10 bis 15 Ausstellungen richten sich nicht nur an die Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner, sondern sind auch Teil der Außendarstellung des Unternehmens. Dazu gehören externe Ausstellungsteilnahmen, z.B. an der Ausstellung „Brillantfeuerwerk“ 2008 im Münchner Haus der Kunst, bei der Kunstwerke aus 12 Münchner Unternehmenssammlungen gezeigt werden.

Über einen eigenen, vierteljährlich erscheinenden Kunst- und Kulturkalender werden den Mitarbeitern Karten und Sonderführungen zu eigenen und externen Veranstaltungen angeboten, darüber hinaus Einführungen zu Werken in den eigenen Häusern. Bei Führungen durch Museen und Ausstellungen, bei Veranstaltungen wie dem jährlichen „Unicredit Art Day“ sowie durch die Veranstaltungsauswahl für den Kulturkalender wird versucht, den Mitarbeitern und ihren Familien Kunstwerke nahe zu bringen. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wird von der Kulturabteilung, die im Bereich Interne Kommunikation abgesiedelt ist, durchgeführt.

Neben Sammlungskatalogen werden von der Fachabteilung Kultur Sonderpublikationen auch zu Architektur und Kunst herausgegeben. 100 ausgewählte Kunstwerke der Sammlung und der Kunst am Bau werden im Internet auf einer eigenen Seite vorgestellt³⁰.

1.8. Literatur

- Kempfenhausen: das Kommunikations-Forum der Hypo-Bank; Hilmer & Sattler, Francesca Gay, Jan Roth, Art & Language, Daniel Buren, Günther Förg, Ulrich Horndash, Thomas Huber, Axel Kasseböhmer, hg. v. Bayerische Hypotheken- und Wechsel-Bank AG, Hans-Michael Besig, München, 1993.
- Kunst und Baukunst. Hypo-Bank 1, hg. v. Bayerische Hypotheken und Wechselbank, München, Hans-Michael Besig, Texte Katharina Hegewisch, 1994.
- Kunst und Baukunst. Hypo-Bank 2, hg. v. Bayerische Hypotheken und Wechselbank, München, Hans-Michael Besig, Texte Katharina Hegewisch, 1995.
- Kunst und Baukunst: Hypobank 3, hg. v. Bayerische Hypotheken und Wechselbank, München, Hans-Michael Besig, München 1997.

³⁰<http://sammlung.hypovereinsbank.de/index.php>

- Sammlung HypoVereinsbank. Von der klassischen Moderne bis zur Gegenwart, hg. v. Bayerische Hypo und Vereinsbank AG, Redaktion Bärbel Kopplin, München 2000.

- HypoVereinsbank Luxembourg. Architektur und Kunst, hg. v. HypoVereinsbank München, Redaktion Bärbel Kopplin, München 2000.

- HVB Luxembourg. Architektur und Kunst. Band 2, hg. v. HVB Luxembourg, Luxembourg 2001.

- Peter M. Bode: Heiteres Denk-Haus mit Satelliten in: art, 1995, Nr.2, S.28-33 (Kempfenhausen)

<http://about.hypovereinsbank.de/cms/aboutus/kulturerleben>

<http://sammlung.hypovereinsbank.de/?von=redirect&nach=sammlung&typ=redirect>

2. Allianz SE, München

Königinstraße 28

80802 München

<http://www.allianzdeutschland.de>

2.1. Unternehmen

Branche: Versicherung

Größe: etwa 181.207 Mitarbeiter³¹

Die Allianz Gruppe ist einer der größten Finanzdienstleister der Welt und in über 70 Ländern vertreten. Seit 2006 nennt sich die 1985 als Holding firmierende Allianz AG, Allianz SE (Europäische Aktiengesellschaft). Ein Viertel des Umsatzes erwirtschaftet die 1890 in Berlin als Allianz Versicherungs-AG gegründete Allianz Deutschland AG. Sie ist die größte deutsche Versicherungsholding, führend in den Geschäftsfeldern Schaden- und Unfallversicherung sowie Lebensversicherung sowie drittgrößte private Krankenversicherung.³² Seit 1949 ist der Hauptsitz der deutschen Allianz und der Holding in München, daneben hat die Lebensversicherungs-AG ihren Sitz in Stuttgart. In Frankfurt übernahm die Allianz 1929 Teile der zusammengebrochenen Allgemeinen Versicherungs-AG (FAVAG) und gründete die „Neue Frankfurter“, die heute für die Bereiche Hessen, Rheinland Pfalz und Saarland in der Allianz zuständig ist. Die Allianz SE ist eines der 30 DAX-Unternehmen und Mitglied im BDI Kulturkreis.

2.2. Architektur und Kunst am Bau

München

- Hauptverwaltungsgebäudekomplex, der Allianz SE, München, Hauptgebäude Königinstraße (A- Bau), errichtet 1954 (Josef Wiedemann), Gang: Sabine Haubitz / Stefanie Zoche „Treppenaug“, 2001, Wandmalerei, Bodenmosaik. Tunnel (B-D-Bau): Innenarchitekten Leniger & Raibl Partner / Kardorff Ingenieure, Lichtinstallation 2001.
- Verwaltungsgebäude (D-Bau): Ankäufe von Ernst Hesse, Robert Rauschenberg, Don van Vliet, Emil Schumacher, Julio Rondo „o.T. (Werastr.6)“, 2001, Laserchrome/Glas, 4 Leuchtkästen, 75 x 212 x 10 cm.
- Verwaltungsgebäude (F-Bau) Kantine, Innenhof: Juan Munoz „Conversation Piece (Allianz)“, 2000, Szenische Installation aus 22 Bronzefiguren auf perspektivisch gepflasterten Granitboden.
- Verwaltungsgebäude (G-Neubau) Kaulbachstraße, errichtet (Peter Lanz), 1. Treppenhaus: Daniel Buren „Transparences Colorées“, 2001, Folie/Glas, Treppenbrüstung. 1./2./3. Treppenhaus: Sabine Funke „o.T.“, 2001

³¹ Firmenangabe der Allianz SE für 2007.

³² Eigenangabe der Allianz SE.

Wandmalerei, 28 Wandflächen. Tunnel (G-Neubau): Hans Jörg Wiegner „Aquarium, 2001, Lichtinstallation, 26 Acrylglascheiben, Neonröhren, je 150 x 75 x 25 / 100 x 275 x 25 cm. Kantine und Innenhof: Tunnel (G-H-Neubau) : Johannes Brunner / Raimund Ritz „Exotic Echoes“, 2001, Licht-/Klanginstallation, 112, Leuchtstoffröhren, von 23 Allianz Mitarbeitern gepfiffene Melodien. Vorplatz: Eugenie Hinrichs „5 Gefäße“, 2000/01, Marmorgefäße/ Kalksockel, 150 x 700 x 70/120 cm.

- Verwaltungsgebäude (H-Neubau) Ohmstraße: Andreas Gursky „Siemens Karlsruhe“, 2001, Inkjet/Folie, 200 x 1500 cm, „Chicago Board of Trade II“, 2001, Inkjet/Folie, 200 x 1500 cm, „May Day IV“, 2001, Inkjet/Folie, 200 x 1500 cm; Frank Stella.
- Verwaltungsgebäude der ehemaligen Rhein-Main-Donau AG (H-Altbau) Leopoldstraße saniert (von Seidlein): Thomas Eller „THE mirros an stairs, simultaneous walking“, 13-teilige Wandarbeit Cibachrome, 300 x 450 cm; Dieter Rehm „New York“ 2001, Leuchtkasten mit Ilfochrome / Plexiglas, 124 x 200 x 14 cm.
- Verwaltungsgebäude der Bayerischen Versicherungsbank AG, Allianz AG, Unterföhring, München, Neubau 1995-98, (Peter Lanz): Außenraum: Serge Spitzer „Prototype“, 1991/98, Skulptur, Stahl, 17 x 21 x 17 m. 3 Hauptfassaden: Christian Herdeg, 3 Fassaden, 260 Acrylglassegmente, Lichtröhren, bewegte Abläufe, computergesteuert, je 134 x 156 cm. Innen: Joseph Kosuth „Ulysses, 18 Scenes“, 1998, 18 S/W Serigraphien auf geprägtem Karton, schwarz gestrichene Wandflächen 400 x 1050, 20 x 50 bis 20 x 75, Edition 3/8, 36, Substantive mit bestimmten Artikeln von James Joyce. Gang von Empfangshalle zum Innenhof, zur Kantine: Peter Kogler „Allianz München“, 1999 Tapete, Siebdruck auf Papier, 290 x 1600 x 3000 cm.

Frankfurt

- Allianz Versicherungs-AG, Frankfurt, Theodor-Stern-Kai 2002 (HPP Hentrich-Petschnigg & Partner KG, Köln): Eingangshalle, Gang, Innenhof: Stephan Huber, „Im Fluss“, 2002:

Im Maßstab 1:1500 führen der Main und der Rhein als blaue Neonlinie mit zwei großen Spiralen von der Eingangshalle zum Innenhof. Im 160 Meter langen Gang begleiten 21 Glasskulpturen an der Wand den Neonflusslauf des Mains. Trotz zeitgenössischem Gewand sind die Figuren durch ihre traditionellen Attribute als Schutzheilige zu erkennen. „Die Offenheit dieser Magistrale“, so Architekt Joachim H. Faust, „schafft Orientierung und Ausblicke. In diesem Haus entsteht ein Dialog von innen nach außen und von außen nach innen, aus dem die Bürowelt erlebbar ist – zu jeder Tageszeit mit den verschiedenen Stimmungen des Lichts.“ Für die gesamte künstlerische Gestaltung des Hauses hat die Allianz

einschließlich der dazu erforderlichen technischen Maßnahmen rund zwei Millionen Euro aufgewendet.

Berlin

- Treptowers, Dienstleistungszentrum der Allianz Versicherungs-AG, Berlin: Büroturm Stockwerke, (Schweger und Partner), vermietet, Freiraum, in der Spree: Jonathan Borofsky „Molecule Man“, 1999. Eingangsbereich: Carl Andre „CuPbSnZn DIAPASON“, 1998, in den Boden eingelassene Bodenskulptur, Kupfer, Blei, Zinn, Zink, 12 x 1cm x 100 cm x 200 cm.

- Neues Dienstleistungszentrum, denkmalgeschütztes Verwaltungsgebäude der AEG, saniert (Reichel und Stauth) und Neubau (Gerhard Spangenberg), Sammlung konstruktivistischer Kunst, Malerei, Graphik Skulptur, pro Etage vier Flure, je ein Künstler:

Ebene 0: Rainer Kallhardt „Multivariables System“, 1966/68/70/98, Element 32 x 32 cm.

Ebene 1: Pip Culbert „Two Shirts“, 1998, Stoff, 80 x 54 cm.

Ebene 2: Hannelore Landrock – Schumann „Kalt, Kalt Kaltr, Waaarm ... Heiß“, 1997/1998, Farbgestaltung.

Ebene 3: Osvaldo Cavandoli „La Linea“, 1973/92, Wandmalerei.

Ebene 4: Alexander Rogl „Light Walking“ 1998, interaktive Lichtinstallation im Boden, Bewegungsmelder. Foyer: Vollrad Kutscher „14 Leuchtende Vorbilder“, 1998, 12 Stelen, Glas, Lichtprojektion, Berliner Persönlichkeiten.

Konferenzraum: Helmut Dirnaichner „Mare“, 1994, 13teiliges Wandmosaik, 31 x 280 cm.

Ebene 5: Felice Varini „Double Cercle ouvert pour couloir“, 1998; „Ligne brisée pour couloir“, 1998, „Quadrilatère via la porte“, 1998, „Trois Cercles concentriques pour couloir“, 1998, Wandmalerei. Kantine: Casino: Klaus



Jonathan Borofsky "Molecule Man", 1999, Skulptur, Allianz AG, Berlin.

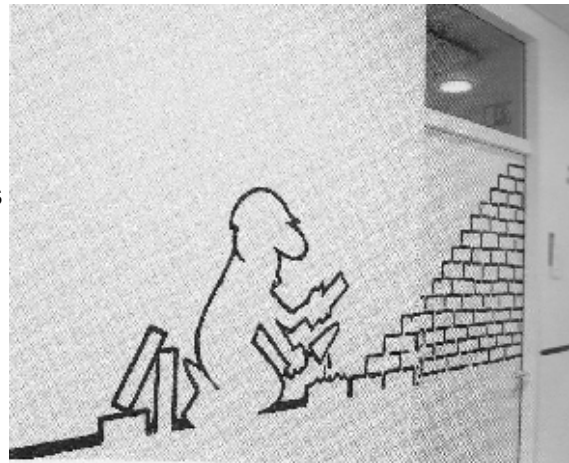
Staudt „Treptowers“, 1998, 6teilige Stelenwand, Plexiglas, 270 x 556 x 37 cm;
 „Helios“, 1998, 9 variable Glaswände, je 340 x 240 x 1,2 cm.

Ebene 6: Peter Vogel,
 Klanginstallationen, 1998; Riegel III:
 Charly Geger, Laserprojektion, 1998.

Ebene 7: Thomas Bayrle „Fotografie,
 Laserdrucke, 1998.

Ebene 8, Riegel II, III: Jakob Mattner
 „Optische Alleen, 1998, Installation aus
 Spiegelglas, Stahlblech, Holz.

Ebene 9: Jo Schöpfer, Wandobjekte,
 1998; Riegel III: Jan van Munster
 „rote/blau Lichtallee, Blaue/rote
 Lichtallee, 1999, Lichtinstallation,
 Leuchtröhren, Edelstahl, Acryl.



Oswaldo Cavandoli „La Linea“, 1973/92,
 Wandmalerei, Allianz AG, Berlin.

2.3. Kunst am Bau

Bei der Allianz AG gibt es keine einheitliche Position zur Kunst am Bau und keine Koordination der Aktivitäten. Die Regionaldirektionen handeln unabhängig voneinander. Es gibt auch keine zentrale Kulturabteilung oder Kunstsammlung, sondern sehr unterschiedlich konzipierte lokale Kunstsammlungen sowie eine unabhängige Kulturstiftung. In der Konzernzentrale in München wurden wiederholt externe Berater herangezogen, um Kunstkonzepte zu erarbeiten und eigenständig umzusetzen, eine kontinuierliche Betreuung der Kunst gibt es nicht. In der Regionaldirektion Nordost in Berlin wurden mit dem Neubau der Treptowers zwei Kunstwerke vor dem Gebäude und im Foyer zusammen mit dem Bau geschaffen, der zweite Neubau wurde jedoch im Nachhinein von einem Arbeitskreis Kunst mit Kunst ausgestattet. Diese Mitarbeiterinitiative wurde vom dortigen Regionalleiter initiiert. „Gerade ein Finanzdienstleister, dessen Produkte weitgehend abstrakt sind und kaum ästhetische Ausstrahlung haben, muss die Unternehmenspersönlichkeit – ‚the company behind the product‘ – entsprechend profilieren. Die konstruktivistische Kunst ist integraler Bestandteil der Unternehmenskommunikation der Allianz. Internationalität, Weltoffenheit, Innovationsfähigkeit und Experimentierfreudigkeit sollen in den Kundenzielgruppen und in der Öffentlichkeit als Eigenschaften der Allianz, als Bestandteil ihrer Identität erkennbar werden.“³³

³³ Joachim Rossbroich: Kunst und Wirtschaft – Widerspruch, Reibung und Synergie, in: Im Gehen sehen. Kunst in der Allianz Versicherungs-AG Berlin, Edition Hoffmann, Friedberg 1999, S. 223-235, S. 223.

2.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen

Da bei der Allianz AG nicht von einer unternehmenseinheitlichen Haltung zur Kunst gesprochen werden kann, werden auch Einzelheiten zu Programm, Verantwortlichen, Verfahren und Vermittlung nach einzelnen Unternehmensstandorten getrennt betrachtet.

München

In München wird stets auf die traditionelle Verpflichtung des Versicherungskonzerns gegenüber der eigenen Unternehmenskultur und seine repräsentative Funktion verwiesen: „Kunst aus der Entstehungszeit des Gebäudes aufzubieten – Mitarbeitern, Kunden, Besuchern des Hauses Anregungen zu vermitteln, und für die Allianz Zeichen zu setzen. [...] Die Sammlung soll die hohen Maßstäbe erfüllen, die wir an unsere eigene Unternehmenskultur anlegen.“³⁴ „Das komplexe Erschließungssystem, das die alten und neuen Gebäude der Allianz Hauptverwaltung [...] verbindet, ist eine Visitenkarte des Unternehmens. Die Kunstwerke, welche die ineinander greifenden Hallen, Passagen, Tunnel und Treppenhäuser akzentuieren, bieten nicht nur Orientierungs- und Unterscheidungshilfen. In der Vielfalt ihrer Themen, Ansätze und Aussagen machen sie Werte und gesellschaftliche Bezugspunkte ablesbar, die das Handeln der Allianz bestimmen.“³⁵ Neben der Repräsentation wird die interne Funktion der räumlichen Orientierung, der Identitätsstiftung und der Mitarbeitermotivation hervorgehoben:

„Neben dem Engagement der Kulturstiftung der Allianz ist es unser Bestreben, auch nach innen eine Initiative für die Kunst zu entwickeln. Das Verwaltungsgebäude der Allianz in Bayern in Unterföhring bietet den Rahmen für ein enges Miteinander von zeitgenössischer Kunst und der täglichen Arbeitswelt. Dr. Michael Albert, Vorstandsvorsitzender der Allianz in Bayern: ‚Aktionäre, Vorstand und Mitarbeiter dokumentieren mit ihrem Einsatz [...], dass sie Kultur und bildende Kunst für einen notwendigen, integralen Bestandteil nicht nur des gesellschaftlichen Lebens, sondern im übertragenen Sinne auch wirtschaftlichen Handelns halten.‘ Aus diesem Selbstverständnis heraus hat die Allianz in Bayern eine Sammlung geschaffen, die den ganz normalen Alltag aufbricht, für Neues öffnet und Kreativität in Gang setzt. Mitarbeiter, Kunden und Besucher unseres

³⁴ Dr. Michael Albert: KunstAllianzen, in: Allianz & Kunst, Eine Sammlung zeitgenössischer Kunst, erster Teil, Sammlung der Bayerischen Versicherungsbank AG, Allianz Versicherungs-AG, Dr. Michael Albert, Harald Szeemann, München 1999, S. 7.

³⁵ Katharina Hegewisch, Achenbach Art Consulting: Das Konzept, in: Kunst verbindet. Kunst in der Hauptverwaltung München, Hg. Allianz SE, Idee Detlev von der Burg, München o.J., o.S.

Hauses finden inmitten moderner, zukunftsweisender Architektur Oasen, die zum Verweilen und Nachdenken einladen. Auf einem Spaziergang durch die Kunst der Gegenwart lassen sich Experimentelles neben Bewährtem, Arbeiten junger Künstler neben bekannten Werken, Fotoarbeiten und Installationen entdecken. Die Kreativität wird lebendig und geht im Alltäglichen auf.“³⁶

Berlin

In Berlin spielte die zuletzt genannte, interne Funktion der Kunst eine besondere Rolle und war nicht nur Begründung der (späten) Integration baubezogener Kunst in den Neubau, sondern auch Anlass zur Einbeziehung der Mitarbeiter in die Auswahl der Kunst durch Bildung eines eigenen Arbeitskreises Kunst. „Die künstlerische Ausgestaltung des Dienstleistungszentrums der Allianz-Versicherungs-AG in Berlin geht über die Ziele einer Unternehmensprofilierung durch Kunst hinaus: Kunst wird hier weitgehend in die Arbeitswelt ‚hereingelassen‘ und als Mittel der Orientierung, ‚Schule der Wahrnehmung‘, als Stimulans für Kommunikation und Kreativität der Mitarbeiter und als ‚Brücke‘ zur Verständigung mit Kunden und Öffentlichkeit gezielt, installiert und eingesetzt.“³⁷ Weniger die Repräsentation des Gegebenen, als eine Korrektur bestehender Vorurteile und visueller Eindrücke stehen am Beginn der Kunstkonzeption in Berlin, so der Initiator der Kunstaktivitäten, Regionaldirektionsleiter Michael Beckord: „Ich glaube, dass die Allianz – wie übrigens die meisten Versicherungen – ein eher konservatives Image hat. Bei der Allianz kommt natürlich die Größe hinzu – diese Rieseninstitution in ihrem Riesenkasten. Ich glaube schon, dass das Erlebnis der Kunst hier im Hause dieses einschüchternde Bild ein wenig korrigieren kann – in Richtung weniger anonym, weniger kühl und mehr weltoffen. Man ist vielleicht doch angenehm überrascht, wenn man in dieses Haus kommt.“³⁸ In den von Rudi Fuchs vom Arbeitskreis Kunst für die Allianz in Berlin formulierten Leitlinien zur Kunst heißt es deshalb: „Die Größe des Gebäudes birgt die Gefahr der Anonymität und Monotonie. Dies bedeutet, dass die Kunst dabei unterstützen soll, Orientierungspunkte vorzugeben, damit das Gefühl vermittelt wird, dass ich angekommen, dass ich zuhause bin.“³⁹ Allerdings dürften sich die von Fuchs für die Mitarbeiter formulierten, an die neue Form der Kunstintegration geknüpften Erwartungen langfristig als Illusion erwiesen haben, denn auch die Allianzmitarbeiter in Berlin sind verstärkt von Entlassungen betroffen: „In den

³⁶ <http://www.allianz-juniorsleague.de/index.php?id=66>

³⁷ Joachim Rossbroich, a.a.O., S. 224.

³⁸ Michael Beckord im Gespräch mit Joachim Rossbroich: Das Haus mit Leben erfüllen, in: Im Gehen sehen. Kunst in der Allianz Versicherungs-AG Berlin, Edition Hoffmann, Friedberg 1999, S. 7-13, S. 12.

³⁹ Rudi Fuchs: Leitlinien, zit. nach Joachim Rossbroich: Kunst und Wirtschaft – Widerspruch, Reibung und Synergie, in: Im Gehen sehen. Kunst in der Allianz Versicherungs-AG Berlin, Edition Hoffmann, Friedberg 1999, S. 223-235, S. 224.

Treptowers soll signalisiert werden, dass wir erstmalig unter einem Dach sind und auch im Umgang miteinander einen Wandel des Führungsstils einläuten.“⁴⁰

2.5. Kunstkonzeption

München

In München wurde bei unterschiedlichen Gelegenheiten und Bauten immer wieder auf eine Mischung aus sehr renommierten und einigen weniger bekannten (Münchener) Künstlern gewählt, die die Repräsentativität und Wertigkeit der Kunst immer mit berücksichtigt. „Die Allianz verfolgt bei der Auswahl von Künstlern und Werken kein vorgegebenes Motto. Neben renommierten Größen wird auch auf junge, noch unbekannte Künstler zurückgegriffen. Ziel und Motivation des Unternehmens ist es, mit der ausgestellten Kunst sowohl den Allianz Stakeholdern als auch der Kunstszene eine kritische Auseinandersetzung mit der gesellschaftlichen Entwicklung zu ermöglichen. ‚Die Allianz versteht sich dabei als Mittler zwischen Kultur und Wirtschaft‘, so Michael Albert, Vorstand Marktmanagement und Vertrieb bei der privaten Krankenversicherung der Allianz. Albert war maßgeblich am Aufbau der Sammlung beteiligt. Für ihn ist die Unternehmenssammlung Vehikel für eine innovative Kommunikation nach innen und außen und Kreativitätsquelle. So unterschiedlich die Objekte in der Allianzhauptverwaltung in München auch sind, alle stellen zeitgenössische Kunst aus jeweils anderen Blickwinkeln dar. Für Mitarbeiter und Besucher gestaltet sich der Weg durch die Hauptverwaltung als Abfolge klar zu unterscheidender Erzähl- und Erlebnisräume. Die Komposition folgt den drei Grundprinzipien Orientierung, Kommunikation, Veränderung.“⁴¹

Berlin

Neben den sehr repräsentativen Werken weltbekannter Künstler wie Jonathan Borofsky und Carl Andre für die (vermieteten) Neubautürme der Allianz in Berlin und einer sehr traditionellen Sammlung konstruktiver Kunst fallen die relativ wenig repräsentativ wirkenden Werke vieler eher unbekannterer Künstler bei den raumbezogenen Arbeiten der Berliner Allianziederlassung auf. Die Ballung von vielen in kurzer Zeit akquirierter Kunstwerke auf engem Raum ohne einen weitergehenden Einfluss auf die generelle Gestaltung und Ausstattung des Gebäudes, wie es sich heute präsentiert, widerspricht dem eigenen Anspruch: „Die Abstimmungen des Kunstkonzepts mit den architektonischen Gegebenheiten, den Anforderungen der Büroorganisation und den

⁴⁰ Ebenda.

⁴¹ Kunstausstellung "Brillantfeuerwerk": Kunst, die verbindet, Pressemitteilung, Allianz Deutschland AG, München, 11.09.2008.

Arbeitsabläufen mussten daher von Anfang an eine große Rolle spielen.“⁴² Andererseits kann die Ausstattungsfunktion, wenn auch nicht unbedingt ästhetisch geglückt, als den Zielen entsprechend gelungen, bezeichnet werden, lautete sie doch: „Die Gleichförmigkeit musste auf jeden Fall verschwinden. Jetzt ist es so, dass die unterschiedliche ... künstlerische Gestaltung der Etagen eine Orientierungsfunktion für alle Mitarbeiter übernimmt. ... Sie erfüllt das Haus mit Leben – und das ist ein wichtiger Beitrag zur Unternehmenskultur und zur Außendarstellung der Allianz.“⁴³ „Büros sind keine Wohnzimmer mehr, wo Blumentöpfe, Kaffeetassen, Gummibäume usw. herumstehen. Sie können in diesem schlichten Sinne nicht mehr ‚wohnlich‘ sein. Sie sind kühl und nüchtern – und als Ersatz für diese verschwundene Wohnlichkeit können Kunst und Ästhetik etwas Menschlichkeit und Wärme hinzufügen und damit dazu beitragen, dass Menschen sich wohlfühlen.“⁴⁴

In Berlin wird außerdem besonders großer Wert auf die regionale Ausstrahlung und die Wahrnehmung der Kunst in der unmittelbaren Nachbarschaft des Bezirks gelegt: „Die Kunst ist nicht nur für unsere Mitarbeiter und Kunden da, sondern auch für die Menschen, die hier in der Gegend wohnen. ... Deshalb haben wir das Gebäude für die Menschen geöffnet und alle hereingelassen. [...] haben wir täglich Führungen. Tausende haben inzwischen unsere Kunst gesehen. Diese Öffnung mussten wir zunächst gegen viele Bedenken – insbesondere seitens der Sicherheitsabteilung – durchsetzen. Es war insoweit ein Experiment, das aber hundertprozentig gut gegangen ist. Deshalb ist es heute auch teil der Gesamtphilosophie des Hauses und wird in immer mehr Filialen so praktiziert.“⁴⁵

2.6. Verantwortliche und Verfahren

Es gibt bei der Allianz AG weder eine Gesamtkonzeption noch eine zentral verantwortliche Person, die die Kunst- und Kunst-am-Bau-Aktivitäten koordiniert. Der Ansprechpartner für die Kunst ist der Kunstsachverständige der Versicherung für Kunstgegenstände und Kunst, Dr. Georg Freiherr von Gumpenberg, der jedoch an den Kunst-am-Bau-Realisationen nicht beteiligt war.

München

Die Allianz AG ging sehr unterschiedlich bei der Auswahl ihrer Kunst vor. So kam die Auswahl der Künstler für die Auftragskunst im neuen Verwaltungsgebäude in Unterföhring 1998 eher zufällig und durch persönliche Kontakte der Vorstandsmitglieder zu Kuratoren und Künstlern zustande: „Für die Auswahl der

⁴² Michael Beckord, a.a.O., S. 7/8.

⁴³ Michael Beckord, a.a. O., S. 8.

⁴⁴ Michael Beckord, a.a.O., S. 10.

⁴⁵ Michael Beckord, a.a. O., S. 11.

Kunst konnten wir uns auf kompetenten Rat stützen. Christoph Vitali verdanken wir den Hinweis auf Christian Herdeg, Detlev von der Burg machte uns auf Serge Spitzer aufmerksam.⁴⁶ Die Allianz ließ sich bei der Direktbeauftragung von bekannten Kuratoren und Kunstvermittlern beraten wie Christoph Vitali oder Harald Szeemann, der 1998 zusammen mit dem Vorstandsmitglied Dr. Michael Albert Kunstwerke für das Verwaltungsgebäude in München Unterföhring erwarb: „In zwei Monaten eine Sammlung, das ist doch etwas ungewöhnlich“⁴⁷. Kurz darauf wurde auf Veranlassung des damaligen Vorstandsvorsitzenden Henning Schulte-Noelle (bis 2003) und seines kunstinteressierten Vorstandskollegen Detlev von der Burg für die Ausstattung der Hauptverwaltung in München der Allianz AG in der Königinstraße ein Konzeptwettbewerb unter Kunstberatungsfirmen (u.a. Vinzentz Art in Architecture, Galerie Walter Storm, Achenbach Art Consulting) durchgeführt. Es gewann das Konzept von Achenbach Art Consulting, das 2001 von Dr. Katharina Hegewisch umgesetzt wurde.

Berlin

Mit der Auswahl der repräsentativen Kunstwerke unterhalb der Treptowers wurde der externe Kunstsachverständige Carl Haenlein, der ehemalige Leiter der Kestnergesellschaft in Hannover, beauftragt. Er hob das Thema seiner Konzeption, die Lage der Bürogebäude am Wasser hervor und beauftragte Jonathan Borofsky und Carl Andre. Für die Ausgestaltung des zweiten Neubaukomplexes setzte sich der Vorsitzende der Geschäftsleitung, Michael Beckord ein und initiierte einen Arbeitskreis Kunst und betraute ihn mit der Kunstauswahl. Der Arbeitskreis bestand aus fünf ehrenamtlich mit Kunst befassten Mitarbeitern verschiedener Abteilungen, Rudi Fischer, Stephan Block, Ute Galitz, Hans-Jürgen Ozimek und Rainer Schilkowski. Zusammen mit Michael Beckord wurde die Grundausrichtung auf eine Sammlung konstruktiver Kunst und neu zu beauftragenden Werken bestimmt und eine Konzeption für die Ausstattung des Gebäudes entwickelt. Der Arbeitskreis Kunst stimmte das mit Hilfe von Galeristen erarbeitete Konzept mit der Geschäftsleitung ab, sammelte Vorschläge und lud Künstler direkt zu Entwürfen ein. Obwohl der Leiter der Geschäftsstelle den demokratischen Prozess der Auswahl betont, kommt ihm als Initiator eine wichtige Bedeutung zu: „Insofern war das ein ziemlich demokratischer Prozess, bei dem sich mich zurückgehalten habe und das auch wollte. Es ist also

⁴⁶ Michael Albert, a.a.O., S. 7.

⁴⁷ Harald Szeemann: Ein Spaziergang durch die Kunst, in: Allianz & Kunst, Eine Sammlung zeitgenössischer Kunst, erster Teil, Sammlung der Bayerischen Versicherungsbank AG, Allianz Versicherungs-AG, Dr. Michael Albert, Harald Szeemann, München 1999, S. 8

keineswegs so, dass sich nun überall der Geschmack des Chefs durchgesetzt hat.“⁴⁸

Der inzwischen stark reduzierte Arbeitskreis ist für Ausstellungen und die Betreuung der Kunstwerke zuständig. „Anfangs wurden die sechs bis sieben Mitglieder des Kunstkreises nach Bedarf von ihrer alltäglichen Arbeit freigestellt, doch seit dem 1. April 2000 widmet sich Ute Galitz, die als Vertreterin des Betriebsrates zum Kunstkreis hinzustieß, ganzzeitig der Organisation von Kunstführungen und Ausstellungen. Ihr zur Seite stehen von Fall zu Fall externe Kuratoren auf Honorarbasis für einzelne Ausstellungsprojekte.“⁴⁹

2.7. Rezeption und Vermittlung

München

In der Hauptverwaltung der Allianz richtet sich die Kunst nicht nur an die Mitarbeiter, sondern auch an Geschäftspartner und Kunden. Dazu wird über die Kunst am Bau in einer kleinen Broschüre als Führer vor Ort informiert. Katalogbücher dokumentieren die Sammlungen.

Ansonsten gibt es außer vereinzelt Führungen und Pressetexten zu besonderen Ereignissen, wie der Teilnahme an der Ausstellung „Brillantfeuerwerk“ 2008 mit Kunst aus 12 Unternehmenssammlungen im Münchner Haus der Kunst, keine aktuelle Vermittlung der Werke nach außen. 2005 zählte die Unternehmenshomepage noch zum Unternehmensprofil unter „Engagement“ auch Kultur und wies u.a. auf einer eigenen Seite zur „Kunst am Bau“ auf die Ausstattung der Verwaltungsgebäude in München Unterföhrung hin: „Neben dem Engagement der Kulturstiftung der Allianz ist es unser Bestreben, auch nach innen eine Initiative für die Kunst zu entwickeln. Das Verwaltungsgebäude der Allianz in Bayern in Unterföhring bietet den Rahmen für ein enges Miteinander von zeitgenössischer Kunst und der täglichen Arbeitswelt“⁵⁰. 2008 findet sich zum Thema Kultur nur mehr ein Link auf die eigenständige Kulturstiftung der Allianz.

Berlin

Die Kunst am Bau bei der Allianz AG in Berlin ist zunächst auf die interne Wahrnehmung durch mehrere Tausend Versicherungsangestellte gerichtet, wurde aber auch um die Möglichkeit einer öffentlichen Präsentation erweitert. „'Ursprünglich war die Kunst für die Mitarbeiter bestimmt', erzählt Ute Galitz. 'Der neue Standort war anfangs nicht bei allen beliebt, und wir wollten dafür sorgen, dass sie sich hier von Anfang an wohlfühlen.' Erst angesichts des großen Erfolges

⁴⁸ Michael Beckord, a.a.O., S. 7.

⁴⁹ Pressetext der Allianz Versicherungs-AG.

⁵⁰ <http://www.allianz-juniorsleague.de/index.php?id=66>

kam man auf die Idee, auch außenstehende Besucher hereinzulassen. 'Der Nachteil unseres Konzepts ist, dass wir jetzt keinen Platz für Neuankäufe haben', bedauert Galitz. 'Die Sammlung ist in sich geschlossen.'⁵¹ „Wir haben inzwischen so viele Mitarbeiter, die Kunstkenner geworden sind... Die sagen mit einem gewissen Stolz, das ist unser Haus. Ein weiteres Indiz ist, wie sorgsam mit diesen Kunstwerken umgegangen wird – ohne jegliche Bewachung. Auch das spricht dafür, dass die Mitarbeiter die Kunst angenommen haben. ... Ich wage zu behaupten, dass die Frage der Akzeptanz der Kunst seitens der Mitarbeiter bei uns kein Problem ist.“⁵²

In Berlin richtet sich das Interesse der Kunstvermittlung nicht nur an die Angestellten. Hier werden auch für die interessierte Bevölkerung öffentliche Führungen von den dafür freigestellten Mitgliedern des Arbeitskreises angeboten. So gibt es z.B. regelmäßige Führungen am zweiten Samstag jeden Monats von 14 bis 18 Uhr. Darüber hinaus wird das Haus zu Kulturveranstaltungen wie der „Langen Nacht der Berliner Museen“ für Führungen geöffnet. „Diese Öffnung mussten wir zunächst gegen viele Bedenken – insbesondere seitens des Sicherheitsdienstes – durchsetzen. Es war ein Experiment, das aber hundertprozentig gut ausgefallen ist. Deshalb ist es heute auch Teil der Gesamtphilosophie des Hauses und wird in immer mehr Filialen so praktiziert. Dabei geht es nicht darum, für unseren Namen zu werben – mindestens 96 % der Bevölkerung kennen spontan die Allianz-, sondern darum, dass wir uns den Menschen, die hier wohnen, auf eine bestimmte Art vorstellen“⁵³, erklärt Michael Beckord. Neben einem ausführlichen Katalog der Sammlung und ihrer Entstehung, wurde in Presstexten, u.a. im Internet, auf die Kunst und ihre öffentliche Zugänglichkeit hingewiesen⁵⁴.

2.8. Literatur

- Allianz & Kunst, Sammlung der Bayerischen Versicherungsbank AG, Allianz Versicherungs-AG, Dr. Michael Albert, Harald Szeemann, München 1999.

- Im Gehen sehen. Kunst in der Allianz Versicherungs-AG, Berlin“, Edition Hoffmann, Friedberg 1999.

- Kunst verbindet. Kunst in der Hauptverwaltung München, Text Katharina Hegewisch, Allianz AG München 2001 (Broschüre)

<http://www.allianz->

[juniorsleague.de/index.php?id=66http://www.allianz.com/de/allianz_gruppe/presse/news/engagement_news/kultur/news120.html](http://www.allianz.com/de/allianz_gruppe/presse/news/engagement_news/kultur/news120.html)

⁵¹ http://www.allianz.com/de/allianz_gruppe/presse/news/engagement_news/kultur/news120.html

⁵² Michael Beckord, a.a.O., S. 8/9.

⁵³ Michael Beckord, a.a.O., S. 11.

⁵⁴ http://www.allianz.com/de/allianz_gruppe/presse/news/engagement_news/kultur/news120.html

3. Daimler AG, Stuttgart

Mercedesstraße 137

70327 Stuttgart

<http://www.daimler.com>

<http://www.sammlung.daimlerchrysler.com>

3.1. Unternehmen

Branche: Automobilindustrie

Größe: 272.382 Mitarbeiter⁵⁵

Die Daimler AG mit Sitz in Stuttgart produziert und PKW und Nutzfahrzeuge und bietet Finanzdienstleistungen. Gegründet 1883 als Benz & Cie. Rheinische Gasmotorenfabrik in Mannheim, schloss sich das Unternehmen später mit der

Daimler-Motoren-Gesellschaft zur Daimler Benz AG zusammen. 1998 fusionierte sie mit der Chrysler Corporation (USA) zur DaimlerChrysler AG, verkaufte 2007 80,1 % der Chrysler-Anteile wieder und wurde in Daimler AG umbenannt. Die Daimler AG gehört zu den 30 DAX-Unternehmen, ist Fördermitglied im BDI Kulturkreis und nahm Rang 6 im Ranking kulturfördernder großer Unternehmen 2006 ein.



Walther de Maria "Fünf Kontinente Skulptur", 1988, Daimler AG, Eingangshalle, Stuttgart Möhringen.

3.2. Architektur und Kunst am Bau

- Hauptverwaltung Hauptverwaltung der Daimler Benz AG in Stuttgart-Möhringen, erbaut 1986 (Architektengemeinschaft Beucker, Haider, Langhammer, Maschlanka), Foyer: Walter de Maria „5 Kontinente Skulptur“, 1987/88, 500 x 500 x 500 cm, Quarze (Asien, USA), Kalksteine (Europa, Afrika, Südamerika), Stahl, Plexiglas. Außenraum: Max Bill (künstlerische Berater), Platz vor Eingangs und Einfahrtbereich in Stuttgart Möhringen, mit

⁵⁵Firmenangabe, 31.12. 2007.



Max Bill „Bilsäulen-Dreiergruppe“, 1989/2006, Skulptur, Daimler AG, Stuttgart-Untertürkheim.

Granitsteinen, Linien, „Bilsäulen-Dreiergruppe“, 1989, Edelstahl, emailliert, 2006 versetzt nach Stuttgart-Untertürkheim. Heinz Mack „Große Stele“, 1988, Edelstahl, 42 m, 2006 versetzt nach Stuttgart Untertürkheim. (Sowie angekaufte strukturiert Skulpturen von Norbert Kricke, Ulrich Rückriem, ca. 30 Skulpturen, davon 11 Großskulpturen u.a.) Max Bill „Combillation aus 30 gleichen Elementen in 6 Gruppen“, 1986, Wandrelief, Polyester mit Glasfaser, lackiert, 324 x 844 x 21 cm, 2006 versetzt ins neue Museum.

Auditorium: Ben Willikens „Raum der Erfinder“, 575 x 1400 cm, „Dynamik der Idee“, 575 x 200 cm, Wandbilder, „Das All“, Deckengemälde, 1987.

Treppenhaus: Klaus Staudt „dem Lichte entgegen“, 1989/90, Glas, Plexiglas, 1536

Prisma, Polysterol, 930 x 120 x 120 cm (Vip Vorraum: Vantongerloo, Arp. Aufsichtsratskonferenzraum: 300 x 300 cm Nischen 500 cm hohe Scheiben: angekaufte Skulpturen von Mel Kendrik, Takashi Naraha, Bernar Venet, Ansgar Nierhoff).

- Hauptverwaltung der Daimler AG, Stuttgart-Untertürkheim, Stammwerk des Konzerns, 2006 wieder Hauptsitz, Entwicklung, Produktion und Versand von Motoren, Getrieben.
- Mercedes-Benz Museum, Stuttgart, Mercedes Strasse 1, 2006 (UN Studio van berkel & bos, Amsterdam), Rondell vor der Einfahrt: Heinz Mack „Große Stele“, 1989, Stahl, 42 m, aus Stuttgart- Möhringen versetzt. Vorplatz: Max Bill „Bilsäulen-Dreiergruppe“, 1989, Edelstahl, 32 m, emailliert, ebenfalls versetzt. (Norbert Kricke, Frank Stella).

Eingangsbereich außen: Franz Erhard Walther „Wortfeld“, 2005, Siebdruck auf Plexiglas, 17 Teile, 1000 x 3000 cm.

Mythos Raum 4, Wunderjahre (1945-60): Walter Niedermayr „Artefakte 85/2005“, 2005, Panoramafotografie, 320 x 600 cm.

Restaurant: Jan van der Ploeg „Wandmalerei No. 167 (grip)“, 2006, Acryl, 3950 x 2750 cm.

- Mercedes-Benz Center rückwärtiger Arbeitsbereich: Stéphane Dafflon „PM047“, 2006, Wandmalerei, Acryl, 631 x 3034 cm.

- Werk Stuttgart-Sindelfingen, erbaut 1915, Ausbau 1950, seit 1980 neues Kundencenter, größte Produktionswerk der Daimler AG. Einfahrt, innen und außen: Norbert Miller „Plan 3“, 2002, Wandskulptur, Aluminiumkassetten, lackiert, 110 x 7200 cm, „In Norbert Millers neuem Wandbild Plan 3 für das Center of Excellence in Sindelfingen, dem weltweit größten Maybach Center, thematisiert der schwarzweiße Farbverlauf die Einfahrt und Ausfahrt der Besucher, er unterstreicht als bildhafte Bewegung im Raum die Funktionalität des Gebäudes“⁵⁶.
- Forschungszentrum der Daimler AG, Ulm, Außengelände, im Wasserbecken: Christoph Freimann „Baumskulptur I, 1993, Stahl, lackiert, 1200 cm.
- Daimler Financial Services, Potsdamer Platz; Berlin, 1999 (Renzo Piano): (Außenraum: 8 angekaufte Werke von Keith Haring, Jeff Koons, Mark di Suvero.)
Atrium: Francois Morellet „Light Blue“, 1997, Argonröhren, 1250 cm; Nam June Paik „Nam Sat“, 1997/98, Stahl, Plexiglas, Leuchtstoffröhren, 24 Monitore, 4 DVD-Player, 250 m x 600 cm. Innenhof Fontaneplatz, über Wasserbecken: Robert Rauschenberg „riding bikes“ 1998, Metall, Leuchtstoffröhren, 200 x 200 cm.
Dach, Schellingstraße: Auke de Vries „Gelandet“, 2002, Permanente Skulptur, Eisen 700 x 900 x 1200 cm.
- Mercedes Benz Markencenter Paris: Sylvie Fleury, 6 Videoauftragsarbeiten.

3.3. Kunst am Bau

Bei der Daimler AG gehört die Beauftragung von Kunst am Bau zur breitangelegten Sammlungstätigkeit: „Wir erweitern kontinuierlich begleitend zu Erweiterungen bestehender Gebäudekomplexe oder im Rahmen neuer Gebäude des Unternehmens. Die Abteilung Kunstbesitz, die ich leite, Kunst am Bau ist eingebettet in die internen und weltweiten Aktivitäten der Daimler Kunst Sammlung“⁵⁷, so die Leiterin der zentrale Kunstabteilung, Dr. Renate Wiehager. Der besondere



Franz Erhard Walter „Wortfeld“, 2005, Wandinstallation, Daimler AG, Mercedes Benz Museum, Stuttgart Untertürkheim.

⁵⁶ Renate Wiehager: Gerold Miller, in: Sammlung DaimlerChrysler. Die Skulpturen, Daimler Chrysler Contemporary, Ostfildern 2003, S. 33.

⁵⁷ Dr. Renate Wiehager, Leiterin der Abteilung Kunstbesitz, Schreiben vom 17.9.2008.

Stellenwert der Kunst und Kunst am Bau wird bereits durch die Ansiedlung der Abteilung Kunstbesitz als eigenständiger Direktionsbereich von 12 weiteren direkt unterhalb des Vorstands.

Die international ausgerichtete Sammlung umfasst etwa 1500 Werke von 400 Künstlern. Neuerwerbungen und Bestände werden u.a. im 1999 eigens geschaffenen Ausstellungsraum „Daimler Contemporary“ im Haus Huth am Potsdamer Platz in wechselnden Ausstellungen vorgestellt. Die Daimler AG sammelt seit den siebziger Jahren Kunst, mobil und als Kunst am Bau in die Gebäude integriert. „Als eine der ersten Unternehmenssammlungen in Deutschland wurde die Sammlung 1977 mit dem Ankauf von Gemälden von süddeutschen Künstlern wie Willi Baumeister, Adolf Hölzel oder Oskar Schlemmer ins Leben gerufen“⁵⁸. Zunächst kümmerte sich um die entstehende Kunstsammlung und andere Kulturaktivitäten der „Arbeitskreis Kultur“, der sich aus dem Leiter des Hauptsekretariats, dem Leiter der Spendenabteilung und dem Leiter der Öffentlichkeitsabteilung zusammensetzte. Seit 1989 wurde Bildende Kunst im Referat Kulturförderung in der Direktion Öffentlichkeitsarbeit und Wirtschaftspolitik verwaltet. 1990 entstand ein eigenständiger Direktionsbereich Abteilung Kunstbesitz. Die Abteilung bestand zunächst nur aus einem Leiter und zwei Sekretärinnen, die von freien Kunsthistorikern auf Werkvertragsbasis unterstützt wurden. Nach Hans J. Baumgart, der als Leiter des Hauptsekretariats zu dieser Position gekommen war, übernahm 2000 die Kunsthistorikerin Dr. Renate Wiehager die Leitung der Abteilung Kunstbesitz (Corporate Art Department) in Stuttgart.

3.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen

Kunst am Bau wie andere bildende Kunst hat einen hohen Stellenwert in der Selbstdarstellung des Unternehmens. „Nicht nur die Produkte des Unternehmens müssen akzeptiert werden, sondern auch das Unternehmen als solches. Das Unternehmen ist Teil der Gesellschaft, da es in diese hineinwirkt (über Produktauftritt und Mitarbeiter). Kultur beeinflusst das Konsumentenverhalten und die Kaufentscheidungen, Damit beeinflussen die Kulturaktivitäten indirekt auch das Unternehmen.“⁵⁹

„Die Präsenz von Gegenwartskunst – sei es als ortsbezogene Skulptur oder Wandarbeit, sei es als Wechselausstellung aus der Kunstsammlung heraus an deutschen Standorten – ist Medium kultureller Bildung für die Mitarbeiter und ein

⁵⁸ 30 Jahre Daimler Kunstsammlung, Pressemitteilung, Daimler Communications, Stuttgart, 13.11.2007

⁵⁹ Dr. Manfred Gentz, Vorstandsmitglied Daimler AG, Interview 2004, zit. nach Kulturengagement von Unternehmen - integrierter Teil der Strategie? : Ergebnisse einer Umfrage bei kulturell engagierten Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Anregungen für einen übergreifenden Diskurs, hg. v. Hans-Jörg Heusser, Martin Wittig, Barbara Stahl, München 2004, S. 9.

wichtiger Aspekt kultureller und gesellschaftlicher Teilnahme und Verantwortung.“⁶⁰

3.5. Kunstkonzept

Die Kunst am Bau ist in das zentrale Sammlungskonzept des Unternehmens integriert und fällt durch international anerkannte Positionen klassischer und aktueller Kunst auf: „Die Daimler Kunst Sammlung orientiert sich an den abstrakten Avantgarden der Kunst der 20. Jahrhunderts, ergänzt um internationale Positionen von Fotografie und Videokunst. Dem folgt auch die Auswahl an Werken für den öffentlichen Raum.“⁶¹ Neben den repräsentativen, klassischen Positionen finden sich in jüngerer Zeit insbesondere am Mercedes Benz Museum auch einige konzeptionelle Positionen wie die Textarbeit von Franz Erhard Walter, die Wandmalerei von Stéphane Dafflon oder am Maybachcenter die Wandgestaltung von Norbert Miller. Ankäufe, Wartung, Unterhalt und Dokumentation werden von der Abteilung Kunstbesitz verantwortet und zum Teil in Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen bestritten.

3.6. Verantwortliche und Verfahren

Kunst am Bau wird durch die Leitung der Abteilung Kunstbesitz ausgewählt und betreut. Diese strukturell gefestigte Position im Unternehmen, die die Abteilung Kunstbesitz damit einnimmt, geht auf das besondere Kunstengagement eines ehemaligen Vorstandsmitglieds zurück, auf das des Vorstands für Finanzen Edzard Reuter: „Dank an Edzard Reuter, der das Unternehmen für die Kunst öffnete und auch Initiator dieser Arbeiten war.“⁶² Reuter ermöglichte die Realisation von Walter de Marias tonnenschwerer „Fünf Kontinente Skulptur“ im Foyer der Hauptverwaltung 1986: „Ein Unternehmen wie Daimler-Benz, das sich für ein neues Konzernzentrum künstlerisch beraten ließ, um Werke für ein Haus und für die Mitarbeiter zu wählen, hatte zunächst keinen ersichtlichen Grund, in einem Innenraum tonnenweise Steine aufzuhäufen. Ehe alles zusammen passte, so dass der Künstler sein Ziel vor Augen sah, dass das Museum mit einer Ausstellung keine übergroßen Verpflichtungen und Bindungen einzugehen hatte und dass sich der Mäzen genaue Rechenschaft über das Verhältnis von Preis und Leistung ablegen konnte, vergingen Jahre, in denen Großzügigkeit dem Alltag voller Probleme wich. Zwei Personen hatten die nötigen Weichen mit

⁶⁰ Dr. Renate Wiehager, Leiterin der Abteilung Kunstbesitz, Schreiben vom 17.9.2008.

⁶¹ Ebenda.

⁶² Jürgen E. Schrempp, Vorstandsvorsitzender der Daimler-Benz AG: Zum Geleit, in: Ben Willikens Auditorium, Daimler-Benz AG, Ostfildern Ruit 1995, S. 5.

großem Weitblick gestellt: Peter Beye, der Direktor der Staatsgalerie, und Edzard Reuter, der zu diesem Zeitpunkt als Vorstandsmitglied für Finanzen tätig war. Hansjörg Baumgart, damals Leiter des Hauptsekretariats bei Daimler-Benz begleitete mit großem Einfühlungsvermögen das Projekt, immer ansprechbar, wenn Probleme sich stellten.“⁶³

Für die Auftragsarbeiten lädt Dr. Renate Wiehager Künstler zu Entwürfen ein, bevor sie einem von ihnen den Auftrag erteilt „2-3 Künstler werden pro Projekt eingeladen, der Auftrag ergeht dann direkt nach Auswahl, die Werke werden angekauft. Die Abt. Kunstbesitz schlägt die Künstler vor und entscheidet gemeinsam mit den jeweiligen Kollegen. Keine interne oder externe Beratung oder Jury.“⁶⁴ Dieser direkte Weg und die persönliche Verantwortlichkeit des Auftraggebers gab es bereits vor der Etablierung einer festen Struktur für die Kunstabteilung. Damals übernahm der engagierte Vorstand diese Rolle: „Die Zusammenarbeit mit dem Maler und Gestalter des Auditoriums in Stuttgart Möhringen, Ben Willikens, begann nach seinen Angaben mit einem Telefonat, das Edzard Reuter mit folgenden Worten einleitete: ‚Wir möchten eine bedeutende Arbeit von Ihnen. Wir finden sie aber weder im Handel, noch in Ihrem Atelier. Bitte suchen sie sich einen Raum, und stellen Sie sich ein Thema.“⁶⁵ Die Zusammenarbeit von Vorstand und Künstler entwickelte sich zu einem kreativen Dialog, wenn z.B. Ben Willikens am 25.8. 1987 an Reuter schreibt: „Gerne würde ich diesen gesamten Raum, das Auditorium, einem schwäbischen (?) Gelehrten und Erfinder widmen. Ich habe ihm für mich den Arbeitstitel ‚Keplersaal‘ gegeben. Wenn Ihnen diese Idee zusagt, dann haben Sie vielleicht noch einen anderen Namensvorschlag.“⁶⁶

3.7. Rezeption und Vermittlung

Die Daimler AG präsentiert ihre Kunst intern und extern gleichermaßen und legt großen Wert auf eine kunsthistorisch solide Vermittlung. „Mitarbeiter werden durch Führungen, Publikationen und Künstlergespräche an die Kunst herangeführt. Kunden und Geschäftspartner können die Kunst im Rahmen von Führungen, Veranstaltungen und Publikationen kennenlernen. Externe Öffentlichkeit wird zu Führungen und Gesprächen eingeladen auf

⁶³Thomas Kellein: Die Entstehung der ‚5 Kontinente Skulptur‘, in: Walter de Maria. 5 Die Fünf Kontinente Skulptur, Ostfildern-Ruit 1991.

⁶⁴Dr. Renate Wiehager, Leiterin der Abteilung Kunstbesitz, Schreiben vom 17.9.2008.

⁶⁵Bettina M. Becker: Unternehmen zwischen Sponsoring und Mäzenatentum: Motive, Chancen und Grenzen unternehmerischen Kunstengagements, Phil. Diss., Frankfurt a.M. 1994, S. 139.

⁶⁶Ben Willikens: Brief an Edzard Reuter, in: Ben Willikens. Auditorium, Daimler-Benz AG, Ostfildern 1995, S. 6.

öffentliche/urbane Räume, so gibt es etwa regelmäßig Führungen zu Kunst und Architektur an Potsdamer Platz, ausgerichtet von der Abteilung Kunstbesitz, sowie auch zu den Skulpturen in Stuttgart.⁶⁷

Auffallend sind die zahlreichen Publikationen, die zu allen großen Arbeiten von der Kunstabteilung, aber auch von renommierten Kunsthistorikern verfasst wurden. „Broschüren und Kataloge zu allen Werken der Daimler Kunst Sammlung werden von der Abt. Kunstbesitz erarbeitet und stehen Mitarbeitern wie externen Interessenten zur Verfügung. Die Presse wird in größeren Abständen durch die Daimler Presseabteilung und durch den Kunstbesitz sowie durch Versand neuer Publikationen informiert.“⁶⁸ Die Kunst der Daimler AG ist auf der Homepage des Unternehmens gut und umfassend präsentiert, insbesondere die Skulpturen werden mit virtuellen Rundgängen vor Ort präsentiert⁶⁹.

3.8. Literatur

- Heinz Mack. Die Große Stele. Texte : Eberhard Roters, Peter Sandmeyer, Heinz Mack, Daimler Benz AG, Stuttgart 1991.
- Walter de Maria. 5 Die Fünf Kontinente Skulptur. Texte: Thomas Kellein, Franz Meyer, Uwe M. Schneede, Ostfildern-Ruit 1991.
- Von Arp zu Warhol. Sammlung Daimler-Benz, Text: Karin v. Maur, Stuttgart 1992.
- Richard Meier. Daimler-Benz. Forschungszentrum Ulm, Vorwort Hartmut Weule, Texte v. Thorwald Ewe, Ingeborg Flagge, Stuttgart 1994.
- Ben Willikens Auditorium, Texte: Wieland Schmied, Manfred Schneckenburger, Daimler-Benz AG, Ostfildern Ruit 1995.



Plan des virtuellen Skulpturenrundgangs Postdamer Platz auf der Webseite der Daimler Kunstsammlung.
http://www.sammlung.daimler.com/sculpt/potsdamerplatz/skulpt_index_g.htm

⁶⁷Dr. Renate Wiehager, Leiterin der Abteilung Kunstbesitz, Schreiben vom 17.9.2008.

⁶⁸Dr. Renate Wiehager, Leiterin der Abteilung Kunstbesitz, Schreiben vom 17.9.2008.

⁶⁹http://www.sammlung.daimlerchrysler.com/index_g.htm

- Sammlung DaimlerChrysler: Juni 2001; Neuerwerbungen Fotografie, Video Mixed Media; Oktober 2001: Neuerwerbungen Geometrical Affairs / Texte: Renate Wiehager. – 2. Aufl. Berlin 2002.
- Sammlung DaimlerChrysler: Februar 2002; Minimalism and After; Neuerwerbungen, John M. Armleder, Douwe Jan Bakker, Greg Bogin [...] Heimo Zobernig, hg. v. DaimlerChrysler AG. Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin 2002.
- Sammlung DaimlerChrysler: Februar 2002; Neuerwerbungen. Texte: Renate Wiehager, 2. Aufl. Berlin, 2002.
- Sammlung DaimlerChrysler: sieben Stücke für einen Raum, Katalogtexte: Claudia Seidel. Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin, 2002.
- Minimalism and after II: Neuerwerbungen / Sammlung DaimlerChrysler Collection. Text: Friederike Nymphius ..Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin 2003.
- Sammlung DaimlerChrysler, die Skulpturen, hg. v. DaimlerChrysler AG. Konzeption von Ausstellung und Katalog Renate Wiehager, Daimler Chrysler Contemporary, Berlin 2003
- Minimalism and after III: Neuerwerbungen, DaimlerChrysler Collection. Text: Friederike Nymphius [...] Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin, 2004.
- Photography, video, mixed media II: Neuerwerbungen, DaimlerChrysler Collection, DaimlerChrysler Contemporary, Berlin. Texte: Rudolf Scheutle [...] Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin, 2004.
- Sammlung DaimlerChrysler / DaimlerChrysler Kunstbesitz. Text und Red.: Renate Wiehager, Stuttgart 2004.
- Minimalism and after IV: Neuerwerbungen, DaimlerChrysler Collection. Text: Andreas Pinczewski, Claudia Seidel [...], Berlin, 2005.
- Zeitgenössische Kunst für die Mercedes-Benz Welt Stuttgart, hg. v. Renate Wiehager, Mercedes-Benz-Museum Stuttgart 2006.
- DaimlerChrysler Financial Services Potsdamer Platz Berlin, Fotos: Florian Bolk, Text: Philipp Meuser, Berlin 2006.
- Das Mercedes-Benz-Museum, Konzeption: Max-Gerrit von Pein; Texte: Thomas Wirth, Markus Bolsinger, Konstanz 2006.
- Mercedes-Benz Museum Stuttgart 2003 - 2006, Fotos: Christian Richters, Text: Christian Holl, Berlin 2006.
- Franz Erhard Walther. Wortfeld, 2005, hg. v. Renate Wiehager, Mercedes-Benz Museum Stuttgart 2006.
- Sylvie Fleury. Paris Commissioned, 2005, Sechs Videos im Auftrag der Sammlung DaimlerChrysler und Daimler Chrysler France, hg. v. Renate Wiehager, Stuttgart 2006.

-
- Renate Wiehager, Daimler Kunst Sammlung: Ziele, Projekte, Inhalte, Aufgaben, hg. v. Daimler AG, Renate Wiehager, Denise Andrade [...] Daimler Corporate Art Department, Stuttgart 2007.
 - Minimalism and after: Tradition und Tendenzen minimalistischer Kunst von 1950 bis heute Neuerwerbungen für die Sammlung 2000 bis 2006, DaimlerChrysler Collection. Renate Wiehager, Ostfildern 2007.
 - DaimlerChrysler Collection - Minimalism and applied: Objekte zum imaginativen und realen Gebrauch; objects for imaginative and real use; Josef Albers, Ruby Anemic, Leonor Antunes, Texte: Renate Wiehager, Claudia Seidel, Nadine Brüggebors [...], DaimlerChrysler Contemporary, Berlin 2007.
 - Classical: Modern II, hg. v. Renate Wiehager, Daimler Contemporary, Potsdamer Platz Berlin, Daimler AG, Stuttgart 2008.
 - Blitzen-Benz BANG. Daimler Art Collection. Mixed Media, Sculptures, Commissioned Works, hg. v. Renate Wiehager, Einführung von Tilman Osterwold u.a., Text von Renate Wiehager, Ostfildern 2009.

 - Peter Cachola Schmal: Meisterwerk für Mercedes. UN Studio; Mercedes-Benz-Museum, Stuttgart, 2006, in: Archithese, 36.2006, 3, S. 34-39.
 - Catherine Slessor: Stuttgart spiral: Car Museum, Stuttgart, Germany, Architect: UN Studio, in: The architectural review, 21.7. 2005, S. 74-77.
 - <http://www.sammlung.daimlerchrysler.com>

4. Deutsche Lufthansa AG, Köln

Von-Gablenz-Strasse 2-6

50679 Köln

<http://konzern.lufthansa.com>

<http://lac.lufthansa.com/de/html/kunst>

4.1. Unternehmen

Branche: Transport, Verkehr

Größe: 100.779 Mitarbeiter⁷⁰

Die Deutsche Lufthansa AG ist einer der größten, weltweit agierenden Konzerne in der Zivillufffahrtbranche mit Sitz in Köln. Die erste Deutsche Lufthansa AG wurde 1926 gegründet und 1951 liquidiert. Sie wurde 1955 wiedergegründet, ohne direkte Rechtsnachfolgerin zu sein und war bis 1962 fast 100prozentig in staatlichem Besitz. Seit 1966 werden ihre Aktien an der Börse gehandelt und ab 1994 der staatliche Anteil auf 34 % reduziert. Seit 1997 ist die Deutsche Lufthansa AG vollständig privatisiert. Sie ist Fördermitglied im Kulturkreis des BDI.

4.2. Architektur und Kunst am Bau

- Lufthansa Aviation Center, Airportring, Frankfurt, siebengeschossiges Bürogebäude, 1999-2005 (Christoph Ingenhoven, 2008 International Architecture Award, RIBA European Award 2008, Premio Internazionale Architettura Sostenibile 2008, iF communication design award 2007, mfi-Preis „Kunst am Bau“ 2007), Eingangsbereich außen: Liam Gillick „Four Levels of Exchange“, 2005, Aluminium, Schriftbänder um Säulen mit den Texten: „one unit of energy one unit of output“, „two ideas two actions“, „three units of input three units of stability“, „four units of decision four units of operation“. Atrium: Michael Beutler „Aluminium Pagode“, 2006, Aluminiumblech, Gitterbinderturm, Installation; Cerith Wyn Evans „Arr / Dep (imaginary landscape fort he birds)“, 2006, Neon, Metall, Elektrik, Lichtinstallation; Carsten Nicolai „Bit Waves“, 2004-2006, Edelstahl,



Michael Beutler "Aluminium Pagode", 2006, Installation. Lufthansa Aviation Center, Frankfurt.

⁷⁰Konzernangabe, 31.12.2007.

Naturstein, Bodenmosaik.

Kantine: Thomas Demand „Lichtung/Clearing“, 2006, Siebdruck auf Lochblechplatten, Wandarbeit.

Vorstandsräume: Beat Streuli „Ohne Titel“, 2006, Inkjet Prints auf Folie, Glas. Porträtfotografien.

Verschiedene Stockwerke: Elmgreen & Dragset „Knock Knock, Knock“, 2004, Glas, Stahl, Türklinken, Türangeln, sieben Installationen an Bürotüren.



Elmgreen & Dragset „Knock Knock, Knock“, 2004, Installationen an Bürotüren, Lufthansa Aviation Center, Frankfurt.

4.3. Kunst am Bau

Es gibt bei der Lufthansa AG weder eine größere Kunstsammlung noch eine Kunstabteilung.

Die Kunst am Bau mit sieben großen Arbeiten wurde nicht in der Kölner Hauptverwaltung, sondern bei der Errichtung des neuen Aviation Centers in Frankfurt realisiert. Es ist ein einmaliges, extern kuratiertes und organisiertes Kunstprojekt.

4.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen

Mit dem neuen Gebäude am Frankfurter Flughafen setzt die Deutsche Lufthansa auf ein einheitliches Erscheinungsbild von Unternehmen, Architektur und Kunst. „Lufthansa kennzeichnet eine offene Kultur. Wir fliegen in alle Welt. Wir verbinden Menschen, wir verbinden Länder. Wir sind ein transparentes Unternehmen, das viel Wert auf Kommunikation legt. All das sollte in dem neuen Lufthansa Aviation Center zum Ausdruck kommen. Und das ist auch gelungen“⁷¹, meint Stefan Lauer, Vorstandsmitglied der Deutsche Lufthansa AG. Für den kunstinteressierten Lauer gehört dazu neben guter, energiesparender, transparenter Architektur auch international orientierte Kunst; „Kunst hat etwas mit Dialogfähigkeit zu tun“. Sie solle die Sinne schärfen, gegebenenfalls provozieren und dazu anregen, Ideen zu entwickeln, so Stefan Lauer. „Das Lufthansa Aviation Center ist ein Gebäude, in dem sich unsere Kreativität entwickeln soll. Dazu kann auch Kunst einen Beitrag leisten.“⁷²

4.5. Kunstkonzeption

Die Kunst am Bau für das Lufthansa Aviation Center fällt durch ihre Aktualität und Breite der künstlerischen Ansätze auf, die neben skulpturalen Arbeiten, sowohl Fotografie-Installationen, Bodenarbeiten als auch konzeptionelle Eingriffe von Elmgreen & Dragset einschließt. „Die Werke ... repräsentieren ein breites Spektrum gegenwärtiger Ausdrucksformen. Dass sich nicht als harmonische Ergänzung versteht, sondern als kommunikative Herausforderung für die Besucher der Lufthansa Aviation Centers, vor allem aber für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“⁷³



Liam Gillick "Four Levels of Exchange", 2005, Installation, Lufthansa Aviation Center, Frankfurt.

4.6. Verantwortliche und Verfahren

Verantwortlich für das Zustandekommen der Kunst am Bau ist der Vorstand, insbesondere das Vorstandsmitglied Stefan

⁷¹ Stefan Lauer, Mitglied des Vorstands der Deutsche Lufthansa AG, 2007, <http://lac.lufthansa.com/de/index.php>

⁷² Ebenda.

⁷³ Stefan Lauer: Vorwort, in: Kunst / Art. Lufthansa Aviation Center, hg. v. Max Hollein, Nicolaus Schafhausen, Frankfurt 2007, S. 4.

Lauer. Er ist sehr kunstinteressiert und auch im Freundeskreis der Schirn-Kunsthalle aktiv. Er vertritt das Kunst-am-Bau-Projekt in Publikation und Webauftritt. Als Kuratoren beauftragte die Lufthansa AG die zwei wichtigsten Personen der Frankfurter Kunstwelt, den Kunstmanager Max Hollein, Direktor von Schirn-Kunsthalle, Städelschen Kunstinstitut und Liebighaus in Frankfurt, sowie den Kurator, ehemaligen Leiter des Frankfurter Kunstvereins und Direktor des Witte de With, Center for Contemporary Art in Rotterdam, Nicolaus Schafhausen. Diese wählten wiederum 2004 mit Michael Neff, einen prominenten Galeristen und Leiter der Frankfurter Kunstmesse als Projektleiter aus. Das Hoch- und Tiefbaumanagement des Lufthansa Aviation Centers ist heute für die Kunst zuständig, während die Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit für interne und externe Führungen verantwortlich zeichnet.

Ohne interne Kunstabteilung oder eine Jury wurde im Kuratorenverfahren ausgewählt. Die beiden international erfahrenen Kuratoren und Museumsdirektoren stellten aufgrund ihres Eindrucks von der Situation vor Ort, Gesprächen mit Mitarbeitern und Architekt während des Bauprozesses eine Künstlerauswahl zusammen und beauftragten die Künstler direkt mit der Entwicklung von Kunstwerken für das Lufthansa Aviation Center. Sie wählten Künstler, „denen wir zutrauten, dass sie sich von ihrem Arbeitsprozess und ihrer künstlerischen Haltung her auf diese spezifische Situation einlassen und auf das Gebäude sowie auf das Unternehmen Lufthansa reagieren können.“⁷⁴

4.7. Rezeption und Vermittlung

Die Kunst am Bau richtet sich in erster Linie an die Mitarbeiter, aber auch die Besucher des Lufthansa Aviation Centers. Kunst und Architektur werden ganz dem Corporate Design des Unternehmens verpflichtet, schwarz-grau-gelben, gebundenen Katalogbuch, mit Interviews und kunstkritischen Beiträgen renommierter Kunsthistoriker vorgestellt. Daneben gibt es eine Informationsbroschüre als Führer vor Ort und eine aufwändige Internetseite mit Videointerviews zur Architektur und Kunst des Lufthansa Aviation Centers. Nachdem sich die Deutsche Lufthansa AG 2008 erstmals an der Initiative „Hessen Privat“ beteiligte und öffentliche Kunstführungen durchgeführt hat, will man demnächst auch interne Führungen anbieten.

⁷⁴ Max Hollein, Nicolaus Schafhausen: Vorwort, in: Kunst / Art. Lufthansa Aviation Center, hg. v. Max Hollein, Nicolaus Schafhausen, Frankfurt 2007, S. 6.

4.8. Literatur

- Kunst Art. Lufthansa Aviation Center, hg. v. Max Hollein, Nicolaus Schafhausen, Frankfurt 2007.

- <http://lac.lufthansa.com/de/html/kunst/konzept>

5. SAP AG, Walldorf

Dietmar-Hopp-Allee 16

69190 Walldorf

<http://www.sap.com>

http://www.aec.at/source_code

5.1. Unternehmen

Branche: IT, Kommunikation

Größe: 51.800 Mitarbeiter⁷⁵

Die SAP AG ist der größte deutsche Softwarehersteller und der weltweit größte Hersteller von Unternehmenssoftware⁷⁶. Der Hauptsitz des Unternehmens liegt in Walldorf, Rhein-Neckar-Kreis. 1972 von fünf Programmierern in Weinheim als SAP Systemanalyse und Programmentwicklung gegründet, zog das seit 1976 als SAP GmbH firmierende Unternehmen 1977 nach Walldorf. 1988 ging die SAP (Systeme, Anwendungen und Produkte in der Datenverarbeitung) AG an die Börse und seit 2005 ist die Abkürzung SAP der offizielle Firmenname. Die SAP AG ist eines der dreißig DAX-notierten Unternehmen.

5.2. Architektur und Kunst am Bau

- SAP-Hauptverwaltung, Walldorf, Foyer: Wilhelm Schneider, Brunnen mit Kugel, 1992, Granit, 150 cm Durchmesser, Wasser, bewegt
- SAP-Gebäude 2, Walldorf, Vorplatz: Wilhelm Schneider „Pendel“, 1995, Stahl, 10.662 cm hoch
- Verwaltungsgebäude, Rosenthaler Str. 30, 10178 Berlin, 2004 (Marc Braun): Futurelab Ars electronica „Hidden world“. „Geplant in einem Stadtviertel, das durch eine lebhafte Kunstszene gekennzeichnet ist, bringt die Errichtung des Bürokomplexes in der Rosenthaler Straße in Berlin die Provokation eines Fremdkörpers im urbanen Umfeld mit sich. Deshalb zielt das medienkünstlerische Inszenierungskonzept auf die Verbindung von Außen und Innen des Gebäudes; die visuelle Welt im Inneren ist die emotionale Übersetzung und künstlerische Interpretation des akustisch wahrnehmbaren urbanen Lebens (dr)außen. Durch multimodale Interfaces wird die transparente Architektur für die Interaktion mit Passanten und Mitarbeiter geöffnet. Die intuitiv manipulierbare virtuelle Szenerografie schaltet sich als Echtzeit-Schnittstelle zwischen Bausubstanz und kulturellem Leben im Stadtviertel und transformiert das Gebäude vom Fremdkörper zum organischen Bestandteil seines unmittelbaren stadträumlichen Umfelds. Es wird ein Link sowohl

⁷⁵Firmenangabe 2008.

⁷⁶Ebenda.

zwischen virtuellem und physischem Raum als auch zwischen der Philosophie der SAP und ihrem lokalen Standort kreiert.⁷⁷

- Verwaltungsgebäude SAP Deutschland AG & Co. KG, Hasso-Plattner-Ring 7, 69190 Walldorf, 2005-07 (Vorfelder Architekten), Parkplatz, Vorplatz, Haupteingang, Foyer, Aufzug, 4. Obergeschoss: Ars Electronica FutureLab „Quellcode Folge dem Wasser!“, vierstrebige, beleuchtete Stahlstele, 65x 65 x 30.000 cm hoch, interaktives Display, glasgedeckter Wasserlauf, 16.000 cm lang, virtueller Wasserlauf, LCD-Monitore, 51 Computer, Datenbahn. Vom Parkplatz bis zum Haupteingang erstreckt sich ein glasgedeckter, blaubeleuchteter Wasserlauf. Er führt zu einer knapp 30 Meter hohen, vierstrebigen Stahlstele. Bei Berührung eines hier angebrachten Displays erscheinen Lichtimpulse in der beim Berührenden gemessenen Herzfrequenz auf der Stele. Sie werden auch im virtuellen Datenlauf aufgenommen. Darüber



Ars Electronica Futurelab „Quellcode“, 2007, Medieninstallation, Teilansicht, SAP AG, Walldorf, Vorplatz Kundencenter.



Ars Electronica Futurelab „Quellcode“, 2007, Medieninstallation, Teilansicht, SAP AG, Walldorf, Eingangshalle Kundencenter.

hinaus können über den Pulssensor und Voiceover Botschaften auf ein öffentliches Display der SAP in Berlin kommuniziert werden. An einer beiderseitigen Kommunikation wird noch gearbeitet. Nachts wird die Stele zur Leuchtsäule. Der Wasserlauf setzt sich im Inneren des Gebäudes als virtueller Datenstrom auf im Boden eingelassenen LCD-Monitoren fort. Hier wimmeln diffuse Bildelemente, die sich wie Tierchen zu Schwärmen formieren und den

⁷⁷ Ars Electronica Futurelab: http://www.aec.at/de/futurelab/about_mediaart.asp

Bewegungen des Eintretenden interaktiv folgen. Sie sind Echtzeit-Visualisierungen von den Geschäftsprozessen, d.h. jeder Dateneingabe bei SAP, jede Buchungszeile generiert ein ‚Tierchen‘. Der Datenfluss führt in der Empfangshalle zu einem Feld aus 24 Monitoren, in dessen Mitte sich mechanisch das ebenfalls aus Bildschirmen gestaltete „Data Wheel“ wie ein Wasserrad, angetrieben von der Aktivität der übertragenen Prozesse, dreht. Dann folgt der Datenstrom mit vertikal angeordneten Monitoren den Besuchern im gläsernen Aufzug bis in das 4. Obergeschoss. Dort auf einem großen Wanddisplay zerfallen die ‚Tierchen‘ in Binärcodes, Einsen und Nullen. Durch Berühren des Displays lösen sich die Zeichenketten auf und fallen wie Regen nach unten. Auf einem letzten Wandbildschirm im Besucherzentrum enthüllen sich endlich auch die verborgenen Prozesse hinter den Darstellungen, als lesbare Informationen benennen sie die Geschäftsprozesse.

SAP Team: Karsten Koch, Nadine Heitlinger, Facility Management; Rolf Schumann, Achim Ittner, Regional Solution Sales SAP NetWeaver; Christian Solda, Heike Mohr, IT F&A Management; Tobias Bergmann, CA PSI Business Consulting; Roland Hügel, IT Sales & Marketing; Sabrina Schaar, IT Solution Architecture.

Ars Electronica Futurelab Team: Idee / Konzept: Horst Hörtnner, Stefan

Mittlböck-Jungwirth, Peter Freudling, Christopher Lindinger, Martin Honzik.

Creative Director: Horst Hörtnner. Project Management: Stefan Mittlböck-

Jungwirth, Michael Badics, Yvonne Hauser, Daniela Kuka, Jutta Schmiederer.

Architektur / Design: Horst Hörtnner, Peter Freudling, Andreas Jalsovec, Stefan

Mittlböck-Jungwirth, Gerald Priewasser. Hardware Engineering: Rudolf Hanl,

Erwin Reitböck, Jürgen Nussbaumüller, Robert Abt. System Engineering:

Alexander Kneidinger, Erwin Reitböck, Schober Bianca. Technischer Berater:

Jakob Illera, Scott Ritter. Software: Matthias Bauer, Dietmar Suoch, Nina

Valkanova, Jakob Sebastian Doppler, Doris Zachhuber, Roland Haring, Tiago

Martins. 3D-Graphic: Florian Berger. AI-Design: Carl Johan Rosen. Computer

Vision: Katharina Nussbaumer, Kevin Quennesson. Data Fall: Zachary

Lieberman. Visuals & Rendering: Andreas Jalsovec, Peter Freudling, Michael Lankes, Daniel Fellsner.

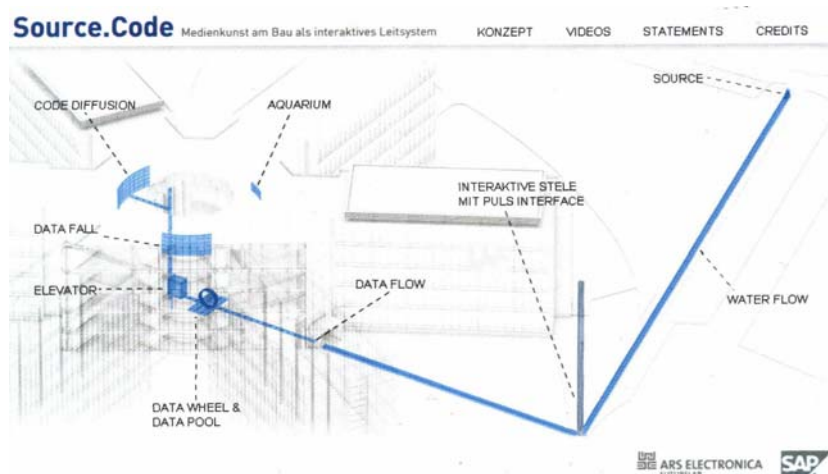


Electronica Futurelab „Quellcode“, 2007, Medieninstallation, Teilansicht, SAP AG, Walldorf, Eingangshalle Kundencenter.

5.3. Kunst am Bau

Die Kunst am Bau als Medienkunst am Bau setzt traditionellere Formen von Kunst am Bau bei der SAP AG fort, wurde aber unabhängig von der bestehenden Kunstsammlung, den Ausstellungs- und Kulturförderaktivitäten entwickelt. Nicht die Zuständige für die Kunstsammlung, Frau Hannelore Adametz, sondern der Leiter des Facility Managements, Karsten Koch initiierte die aktuelle Kunst-am-Bau-Entwicklung. Weitere spezifische Kunst-am-Bau-Projekte sind denkbar.

5.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen



Schema und Titelseite der Webseite, http://90.146.8.18/source_code/

Bereits seit der Unternehmensgründung 1972 werden die Verwaltungsgebäude des Unternehmens mit aktueller Kunst ausgestattet. Bei Neubauten 1992 und 1995 wurden bewegte Skulpturen in der traditionellen Form der Brunnenkulptur und eines Pendels im Foyer und vor den Gebäuden geschaffen. Seit 2004 gibt es eine Kooperation mit dem Futurelab Ars Electronica, aus der 2004 und 2007 neue Formen der Medienkunst am Bau für das Unternehmen hervorgingen. Einerseits wird auf die Potentiale der Kunst für das fortschrittliche Unternehmen hingewiesen: „Viele bedeutende und erfolgreiche Unternehmen haben erkannt, dass Kunst ein wichtiges Medium der Kommunikation ist. Kunst stellt Fragen und stellt in Frage. Sie regt unsere Phantasie und Kreativität an und fordert uns auf, Entwicklungen wahrzunehmen und weiterzugestalten. Sie fördert all die menschlichen Eigenschaften, die mitentscheidend für den andauernden Erfolg unserer Mitarbeiter und somit unseres Unternehmens sind[...] Dabei ist der Erwerb von Kunstwerken weit mehr als die Verschönerung der Gebäude unseres Hauptsitzes in Walldorf und unserer Geschäftsstellen; vielmehr sammeln wir aus

einer gesellschaftlichen Verantwortung heraus im Sinne des 'Corporate Collecting': Ziel ist, mit den Kunstwerken nicht nur unsere Mitarbeiter zu erreichen, sondern sie auch interessierten Kunden und Partnern sowie einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.⁷⁸ Auf der anderen Seite werden die speziell mit der interaktiven Medienkunst verbundenen Werte und Bezüge zum eigenen Unternehmen sowie dem Gebäude herausgestrichen: „Die Architektur der neuen Gebäude versinnbildlicht, wofür SAP steht: Innovation und Transparenz. Beide Werte unterstreichen unseren Anspruch, kontinuierlich neue Ideen, Trends und Technologien zu entwickeln – und diese in innovative Lösungen für unsere Kunden umzusetzen. Die Vielfalt und Komplexität der modernen Geschäftsprozesse anschaulich und greifbar zu machen – das ist Aufgabe der Medieninstallation „Quell.Code“, die eines der Gebäude in Form eines immensen Datenflusses durchströmt und es zugleich auf innovative Weise mit gestaltet.“⁷⁹ Neben Innovation war der Ausdruck von Kreativität eines der wichtigsten Kriterien des Projekts für die Geschäftsleitung.

5.5. Kunstkonzeption

Quell.Code versteht sich als medienkünstlerisches Statement, das Natur und Kultur bzw. Mensch und Architektur in Dialog stellt und damit einen individuellen Zugang zu den Geschäfts- und Informationsprozessen der SAP eröffnet: „Auch die Medieninstallation ist Teil des Gebäudes. Ein in die Architektur integriertes, innovatives Leitsystem, das zugleich unsere Kompetenz im Umgang mit Geschäftsprozessen widerspiegelt. Sie ist nicht unveränderlich, sondern kann sich weiterentwickeln – so wie es der lebendigen, sich kontinuierlich erneuernden Unternehmenskultur von SAP entspricht.“⁸⁰ „Bei Quell.Code [geht es] darum, die Verbindung zwischen dem funktionalen Anspruch eines Besucherleitsystems und dem künstlerisch-ästhetischen Anspruch einer Selbstdarstellung der SAP herzustellen. Dezidiert setzt das Projekt den Gedanken fort, Kunst am Bau als Implantat und organischen Bestandteil der Architektur zu begreifen. In seinen Facetten ist Quell.Code aus der Architekturplanung und den Umgebungsdetails des viergeschossigen, sternförmigen Hauptsitzes der SAP Deutschland, deren Geschäftsaktivität und den Eckpfeilern der Firmenphilosophie hergeleitet. Hierfür ist der Ansatz gefunden worden, ein Leitsystem nicht als konventionelles Beschilderungssystem, sondern als für Menschen aller Nationen intuitiv funktionierendes Gebäudeimplantat zu begreifen, das modernste Technik und

⁷⁸ Henning Kagermann, Vorstandssprecher der SAP AG: Kunst@SAP – Ein Einblick in die Sammlung, in: Art@SAP, Konzeption Hannelore Adamez, Alexandra Cozgarea, hg. v. SAP AG, Walldorf 2005, S. 4.

⁷⁹ Michael Kleinemeier, President EMEA Central, in: Wandel nimmt Gestalt an, Broschüre, SAP AG, Walldorf 2007, o. S.

⁸⁰ Karsten Koch, Leiter Facility Management, SAP Deutschland AG & Co. KG, in: Wandel nimmt Gestalt an, Broschüre, SAP AG, Walldorf 2007, o. S.

eine der ältesten kulturgeschichtlichen Navigationshilfen ineinander blendet. Medientechnik als Architektur zu verwenden, ist einer der wesentlichen Ansätze hierbei.“⁸¹

5.6. Verantwortliche und Verfahren

Karsten Koch, Facility Management, hat das Projekt angeregt und der Geschäftsleitung die Entwicklung des Konzepts mit dem Futurelab der Ars electronica in Linz vorgeschlagen. Nach deren Einverständnis mit dem Grobentwurf wurde das Medienkunstkonzept zusammen mit dem Futurelab entwickelt und mit der SAP Entwicklungsabteilung sowie der Abteilung Gewerke realisiert. Für die Wartung und Kontrolle, z.B. das Remote, sowie die Präsentation ist die IT-Abteilung zuständig.

Die Kunst am Bau wurde im direkten Auftrag vom Unternehmen zusammen mit den Künstlern entwickelt. Betont wurde zur Wahl der Künstler immer wieder, die „Bereitschaft der Künstler, sich auf das Unternehmen einzulassen. Sie sind intensiv in die SAP Welt eingedrungen“, so Karsten Koch im Gespräch. Die Kosten des Projekts beliefen sich auf ca. 1-2 % der Bausumme und kamen aus dem Baubudget des Neubaus.

5.7. Rezeption und Vermittlung

Das Kunstwerk richtet sich an die Mitarbeiter sowie Geschäftspartner und Kunden der SAP, da der Ort sich durch regelmäßigen Publikumsverkehr definiert. Es ist eine repräsentative Selbstdarstellung der SAP durch die Visualisierung ihrer Geschäftsprozesse in dem ihr ureigenen Medium der elektronischen Datenverarbeitung.

Zur Dokumentation des Projekts gibt es eine Broschüre und eine eigene Homepage des Kunstwerks, die aber über die SAP-Webseite (noch) nicht verlinkt ist. Ein eigens über das Projekt informierender Terminal ist geplant.

5.8. Literatur

- Kunst@SAP – Ein Einblick in die Sammlung, in: Art@SAP, Konzeption Hannelore Adametz, Alexandra Cozgarea, hg. v. SAP AG, Walldorf 2005.

- Wandel nimmt Gestalt an, Broschüre, SAP AG, Walldorf 2007.

http://www.aec.at/source_code

http://90.146.8.18/source_code/

http://www.aec.at/de/futurelab/about_mediaart.asp

⁸¹ Ars Electronica Futurelab: http://www.aec.at/de/futurelab/about_mediaart.asp

6. Jenoptik AG, Jena

Carl-Zeiß-Straße 1

07743 Jena

<http://www.jenoptik.com>

http://www.jenoptik.com/cps/rde/xchg/SID-26EE34DB-3FEF3958/jenoptik/hs.xsl/1581_1666.htm

6.1. Unternehmen

Branche: Technologieproduzent

Größe: 3.436 Mitarbeiter⁸²

Die Jenoptik AG ist ein auf Laser/Optik, Optoelektronik und Mechatronik spezialisierter Technologiekonzern mit Sitz in Jena. Hervorgegangen aus der 1846 von Carl Zeiss gegründeten, optischen Werkstatt eröffnet, wurde das Zeiss-Werk 1948 verstaatlicht und als Kombinat VEB Carl Zeiss JENA weitergeführt. 1990 übernahm die Treuhandanstalt das Unternehmen, gründet die Carl Zeiss Jena GmbH und benennt die aus 13 Betrieben bestehende Firma JENOPTIK Carl Zeiss Jena GmbH. 1991 wird die Carl Zeiss Jena GmbH abgespalten und die Jenoptik GmbH, später Jenoptik AG als landeseigenes Unternehmen der Länder Baden-Württemberg und Thüringen entsteht. Die Jenoptik AG wird seit 1998 an der Frankfurter Börse gehandelt und ist Mitglied im BDI Kulturkreis.



Christa Winter „Cycolor“, 2000, Installation, Jenoptik AG, Jena, Optik-Zentrum.

6.2. Architektur und Kunst am Bau

- Bau 59, Hauptwerk, Jena, heutiges „City-Center“: Ben Willikens „Raum aus Asche“, 1993, Wandgemälde. Gebäude wurde später verkauft. Leinwände wurden vom Nachbesitzer abgenommen und eingelagert.
- Ernst-Abbe Hochhaus, Jena: Leonardo Mosso „Jenaer Reflexionen“, 1994, Lichtinstrument, Raumskulptur, Plexiglas. Emmanuel Raab, Installation von Lichtbildern, 1995
- Vorplatz: Frank Stella „Hudson River Valley Series“, 1996 Platzgestaltung.
- Optik-Zentrums der Jenoptik Laser, Optik, Systeme GmbH, Jena, Foyer, dreigeschossig: Christa Winter „Cycolor“, Floating Color-Technologie, 2000.
- Hans-Peter Reuter, Rauminstallation mit blauen

⁸² Firmenangabe, 31.12.2007.

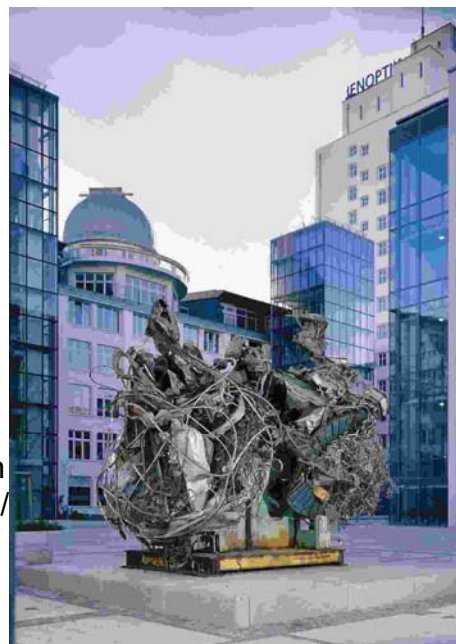
Würfeln, Ultramarinblau auf Leinwand, Gebäude gehört inzwischen nicht mehr zu Jenoptik.

6.3. Kunst am Bau

Ohne äußeren Anlass wurden bei der Jenoptik GmbH und späteren Jenoptik AG in den neunziger Jahren einige Kunst-am-Bau-Werke für bestehende Gebäude in Jena in Auftrag gegeben, „die Zukunft ist allerdings offen“⁸³. Die Kunst am Bau ist eingebettet in weitere Kunstaktivitäten: Kunstsammlung, Kunst im Büro und die Ausstellungsreihe „tangente“. Koordiniert werden die Aktivitäten vom Referat Kultur, das in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit angesiedelt ist. Die Leiterin ist Anna-Maria Ehrmann-Schindlbeck.

6.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen

Kunst am Bau gehört wie die Kunstsammlung, Ausstellungen und Kulturförderung zum Profil der Jenoptik AG. „Die Auseinandersetzung mit Kunst eröffnet neue Ressourcen für die Firma und die Öffentlichkeit. Wir sehen daher die Notwendigkeit, der Kunst einen Raum zu schaffen. Mit unseren Aktivitäten bringen wir ihre identitätsstiftende Kraft und kreative Inspiration zur Entfaltung. Den Kern des Kunstengagements der Jenoptik bildet die eigene Konzeption und Organisation von Projekten der bildenden Kunst. Unsere Ausstellungen und Projekte sind zu lebendigen Bausteinen des Kulturlebens der Region Jena / Weimar geworden“⁸⁴, heißt es in der Selbstdarstellung auf der Homepage des Unternehmens. Kunst „stützt das Selbstverständnis des Unternehmens als innovativer und inspirierender Ort“, so die Kulturreferentin der Jenoptik AG, Anna-Maria Ehrmann-Schindlbeck.



Frank Stella „Hudson River Valley Series“, 1996, Skulptur, Jenoptik AG, Jena.

⁸³ Anna-Maria Ehrmann-Schindlbeck, Schreiben, 29.8.2008.

⁸⁴ <http://www.jenoptik.com/cps/rde/xchg/SID-26EE34DB-B479356F/jenoptik/hs.xsl/1581.htm>

6.5. Verantwortliche und Verfahren

Zuständig für die Kunst am Bau ist das Referat Kultur, deren Leiterin in Abstimmung mit dem Vorstand und der Leitung Öffentlichkeitsarbeit die Kunst auswählt und realisiert. Eine besondere Bedeutung für die Position der Kunst hatte der kunstinteressierte Geschäftsführer (1991-1998) und spätere Vorstandsvorsitzende Lothar Späth (1998-2003). So setzt sich beispielsweise Späth sehr für die Beauftragung Frank Stellas ein: „Im Dezember 1995 besucht Lothar Späth Frank Stella. Er begeistert sich sofort für seine Skulpturen. Das Kunstprojekt in Jena wird in Angriff genommen.“⁸⁵
Alle Kunstwerke wurden als Direktaufträge vergeben.

6.6. Rezeption und Vermittlung

Die Kunst am Bau ist auf einem Platz, in einem Foyer und bis auf eine Ausnahme, die Arbeit von Hans-Peter Reuter, in zu den Arbeitszeiten frei zugänglichen Gebäuden angebracht. So richtet sie sich neben den Mitarbeitern auch an die lokale Öffentlichkeit. Die Kunstwerke wurden z. T. in der Betriebszeitschrift, in Überblickskatalogen und Kalendern vorgestellt. Zu den öffentlichen Neueröffnungen der Gebäude wurden meist persönliche Führungen durch den Künstler durchgeführt. Neben der allgemeinen Pressemitteilung erschien dann auch eine spezielle Information über die Kunst. Auf die einzelnen Werke der Kunst am Bau wird auf einer eigenen Seite der Unternehmenshomepage hingewiesen⁸⁶.

6.7. Literatur

- Gespräch Ehrmann-Schindlbeck, Gespräch in: Torsten Blanke: Unternehmen nutzen Kunst: neue Potentiale für die Unternehmens- und Personalentwicklung, Stuttgart 2002, S. 276-281

http://www.jenoptik.com/cps/rde/xchg/SID-26EE34DB-3FEF3958/jenoptik/hs.xsl/1581_1666.htm

⁸⁵ http://www.jenoptik.com/cps/rde/xchg/SID-26EE34DB-B479356F/jenoptik/hs.xsl/1581_1666.htm

⁸⁶ Ebenda.

7. GASAG AG, Berlin

Reichpietschufer 60

10785 Berlin

<http://www.gasag.de>

http://www.kunst.gasag.de/kunst_im_bau

7.1. Unternehmen

Branche: Versorgungsunternehmen

Größe: 1494 Mitarbeiter⁸⁷

Die GASAG AG (Berliner Gaswerke) Aktiengesellschaft ist das größte regionale Gasversorgungsunternehmen Westeuropas. Sie versorgt Haushalte, Stadtwerke und Industrieunternehmen in Berlin und Brandenburg mit Erdgas. 1989 wurde die GASAG vom Land Berlin privatisiert und ist heute im Besitz von Gaz de France, Vattenfall Europe und der Thüga AG.

7.2. Architektur und Kunst am Bau

- Hauptverwaltung (Shellhaus) angemietet, Reichpietschufer 60, 1931 (Emil Fahrenkamp) denkmalgeschützt: EG/ 1.OG: Slawomir Elsner: Flieseninstallation; Wessel Huber „Zugang“, 2 Türattrappen; Alena Meier „Fluchtweg I / II“, Wandmalerei; K. Privat „Transit I-V“, 5 Leuchtkästen. 2./3. OG: Tine Benz „Pipelines“, Wandmalerei; Markus Strieder „Parallelbeschilderung“, 49 Türschilder; Geka Heinke „Fliegende Teller“, Wandmalerei; 4./5. OG: Heidi Sill „Skins #2“, Wandzeichnung, Tusche; Frank Kästner „Haltung“, Wandobjekt; Sarah Schönfeld „Genius Loci_landscapes 1#-9#“, 9 Foto-Lichtobjekte; Katja Brinkmann, Wandmalerei; Roland Boden „Bei Gasgeruch muß Hilfe her“, Fotoarbeit; Esther Neumann, Bildtapeten; 2005/06, Innenhof-Dach: Moritz Wiedemanns „Guesthouses“, Skulpturen. Kantine: Stephan Kurr, Tabletteinlagen.



Alena Meier "Fluchtweg I / Fluchtweg II", 2002, Wandmalerei, Gasag AG, Berlin.



Katja Brinkmann "O.T.", 2004, Wandmalei, Gasag AG, Berlin.

⁸⁷ Unternehmensangabe, 31.12.2007

Treppenhäuser: Armin Bremicker „Gas“, Wandmalerei, Öl; Peter Hauenschild / Georg Ritter „Luftbild“, Wandbild, Graphit, Kreide; Elke Ulmer: „Erdgastrasse“, Wandmalerei, Graphit; Henrik Schrat „Der Schwarm“, Mobile; Carsten Eggers „Ping Pong“, Klanginstallation. Dach: Valeska Peschke „Jet Flame“, Glasgranulatinstallation.

7.3. Kunst am Bau

Die Kunst am Bau wurde als Sponsoring und Kunstförderungsmaßnahme in Kooperation mit dem Künstlerhaus Kunstfabrik am Flutgraben 2002 begonnen und 2006 abgeschlossen.

Sie ist unabhängig von anderem Kunsterwerb und Kulturfördermaßnahmen wie dem GASAG Kunstpreis. Betreut wird die Kunst am Bau von der Abteilung Sponsoring / Kommunikation, von Birgit Jammes.

7.4. Konzeption und Bedeutung für das Unternehmen

Kunst am Bau wird von der GASAG als Künstlerförderung verstanden und kommuniziert: „Damit fördert die GASAG einen Kunstverein, der als Atelierstandort und als Akteur seit Jahren kontinuierlich seinen Beitrag zum Berliner Kunstleben leistet. Schließlich partizipieren die beteiligten Künstlerinnen und Künstler durch die Ankäufe an einer Form der indirekten Künstlerförderung.“⁸⁸ Die Künstlerförderung wird eine wichtige Sponsoringmaßnahme des Unternehmens in der Außendarstellung genutzt: „Dabei versteht die GASAG Sponsoring als eine gezielte moderne Strategie der unternehmerischen Kommunikation, welche die Möglichkeit eröffnet, auf einer breiteren Ebene aktiv mit Kunden, Partnern, Mitarbeitern und der breiten Öffentlichkeit zu kommunizieren. In diesem Rahmen ist unser Projekt Kunst im Bau entstanden und umgesetzt worden.“⁸⁹ Selbst in der



Henrik Schrat "Der Schwarm", 2006, Installation, Gasag AG, Berlin.

⁸⁸ http://www.kunst.gasag.de/kunst_im_bau/index1.html

⁸⁹ Georges Hoffmann, Vorstandssprecher der GASAG: Grußwort, in: Kunst im Bau. Unternehmen Kunstsammlung, hg. v. GASAG Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft, Berlin 2006, S.3.

Katalogdokumentation des Projekts resümiert eine Sponsoringexpertin ihre Einschätzung der Maßnahme aus Marketingsicht: „Zusammenfassend würde ich meinen: Die Markenpersönlichkeit des Unternehmens hat dadurch klare Züge bekommen. GASAG ist meines Erachtens durch die Zusammenarbeit mit der Kunstfabrik ein Stück spannender, sympathischer, menschlicher geworden“⁹⁰. Außerdem dient sie den Mitarbeitern als eine Gestaltung und Verbesserung der Arbeitsplatzsituation.

7.5. Kunstkonzeption

Die als Kunst im Bau bezeichneten 38 Auftragswerke von 42 relativ unbekanntem Künstlerinnen und Künstlern sind alle in direktem Bezug zum Anbringungsort, in Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern oder zum Thema Gas entstanden. Neben ortsgebundenen Kunstformen wie Installationen, Wandmalereien, Bodenarbeiten und Bildtapeten sind großformatige Fotoarbeiten, Objekte, Gemälde und konzeptionelle Eingriffe geschaffen worden. „Unter dem Titel „Kunst im Bau“ werden seit 2002 die öffentlichen Bereiche des Hauptsitzes, die Flure, Treppenhäuser und Verkehrsflächen auf insgesamt sechs Etagen des Gebäudes, künstlerisch gestaltet. Auf diese Weise ist im Gebäude eine Sammlung mit aktuellen Werken zeitgenössischer Kunst entstanden, die mit vielfältiger Bezugnahme auf die Architektur, die Mitarbeiter oder das Produkt Gas dazu beiträgt, die unmittelbare Arbeitsumgebung zu thematisieren und zu verändern.“⁹¹

7.6. Verantwortliche und Verfahren

Die Abteilung Sponsoring / Kommunikation mit Dr. Klaus Haschker und Birgit Jammes entwickelte und realisierte das Kunstkonzept in Kooperation mit dem Kunstverein Kunstfabrik am Flutgraben. Die Kunstfabrik Flutgraben e.V. ist ein 1996 gegründeter Verein, der eines der größten Berliner Atelierhäuser mit 44 Ateliers für bildende Künstlerinnen und Künstler, einer Galerie und einer Veranstaltungshalle in Berlin-Treptow unterhält. Der Verein wurde für die Kooperation honoriert und übernahm die Projektsteuerung, Koordination und Durchführung mit Ausschreibung des Wettbewerbs, Organisation des Juryverfahrens und die Realisierung der Arbeiten vor Ort. Für die Kunstfabrik übernahmen MaRi Brellochs und Ulf Wetzka die Projektleitung, Mitarbeiter waren Sirid Amsel, Svenja Moor.

⁹⁰ Elisa Bortoluzzi Dubach: „Über Ansprüche und Erwartungen, zu Risiken und Nebenwirkungen...“, in Kunst im Bau. Unternehmen Kunstsammlung, hg. v. GASAG Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft, Berlin 2006, S.135-148, S. 137.

⁹¹ http://www.kunst.gasag.de/kunst_im_bau/index1.html

Die Auswahl der Kunst erfolgte durch eine Jury, beraten von sachverständigen Beisitzern aus den Bereichen Denkmal- und Arbeitsschutz. Die fünfmal einberufene, fünfköpfige Jury setzte sich zusammen aus jeweils einem Vertreter der GASAG, Carsten Döring (2002), Uwe Zeterberg (2003) und Eberhard Maria Richter (2004/05); je einem Künstler oder einer Künstlerin, Christian Hanussek (2002/03), Veronika Kellndorfer (2004) Norbert Radermacher (2005); der lokalen Kunstvermittlerin, Gabriele Horn von KunstWerke Berlin; dem Galeristen und Künstler, Andreas Koch von der Galerie Koch & Kessler Berlin; und der Kulturamtsleiterin Lichtenberg, Ute Tischler.

Das Projektteam der Kunstfabrik Flutgraben führte von 2002 bis 2005 einmal im Jahr einen (fast) offenen Wettbewerb unter den mit dem Kunstverein assoziierten Künstlerinnen und Künstlern durch. Eingeladen waren neben den Mitgliedern des Vereins, aktuelle und ehemalige Mieter des

Atelierhauses sowie Beteiligte an Vereinsprojekten und Ausstellungen. Es sollten Kunstwerke zur Ausgestaltung der Flure und offenen Räume von je zwei Geschossen des Hauptverwaltungsgebäudes vorgeschlagen werden, 2002 für das Zentralgeschoss und das 2. Obergeschoss, 2003 für das 2. und 3. Obergeschoss, 2004 für das 4. und 5. Obergeschoss. 2005/06 wurden Werke für den Innenhof, die Kantine, drei Treppenhäuser und die Dachterrasse gesucht. „Ziel der Ausschreibung ist die Entwicklung künstlerischer Konzepte, die in der Auseinandersetzung mit dem Ort – mit der Architektur, den Mitarbeitern oder dem Produkt Erdgas – entwickelt wurden und die den Bedingungen vor Ort sowohl technisch als auch ästhetisch Rechnung tragen.“⁹² Die Jury tagte dazu jeweils zwei Tage und ermittelte in vier Durchgängen die Auftragnehmer.

7.7. Rezeption und Vermittlung

Die Kunst am Bau richtet sich vor allem an die Mitarbeiter, da die Räumlichkeiten der internen Verwaltung dienen. Darüber präsentiert sich das Haus mittels



Aufwändig gestaltete Broschüre als Führer vor Ort, Gasag AG, Berlin.

⁹² http://www.kunst.gasag.de/kunst_im_bau/index1.html

öffentlicher Führungen, u.a. zu Veranstaltungen wie der „Langen Nacht der Berliner Museen“ einer breiten Öffentlichkeit.

Die Sponsoring Abteilung der GASAG AG gab ein ausführliches Katalogbuch zu den Werken, dem Zustandekommen und dem Sponsoringgedanken des Unternehmens heraus und ließ zusätzlich eine aufwändig ausgestattete Broschüre mit herausnehmbaren Karten zu den Einzelwerken als Führer vor Ort gestalten. Auch eine ausführliche Webseite zu Konzept, Werken und Künstlern ist über die Homepage der GASAG AG zu erreichen⁹³.

Im Haus sind die Werke ausgewiesen und werden durch interne und öffentliche Führungen vermittelt.

7.8. Literatur

- Kunst im Bau. Unternehmen Kunstsammlung, hg. v. GASAG Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft, Berlin 2006.
- Kunst im Bau, Broschüre, hg. v. GASAG Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft, Berlin o.J.

http://www.kunst.gasag.de/kunst_im_bau/

⁹³ http://www.kunst.gasag.de/kunst_im_bau/

8. Hotel Wedina, Hamburg

Gurlittstr. 23

2099 Hamburg

<http://www.wedina.de/>

8.1. Unternehmen

Branche: Hotel- und Gaststättengewerbe

Größe: unter 200 Mitarbeiter

Das Hotel Wedina in Hamburg ist eines von mehreren Hotel des Schweizer Hoteliers Felix Schlatter. Bekannt für kostenfreie Unterbringung aller Gäste des Literaturhauses Hamburg erhielt das Hotel mehrere Kulturförderpreise.

8.2. Architektur und Kunst am Bau

- Baues Haus, Gurlittstraße, Hamburg, Eingangsbereich Blaues Haus: Barbara Steppe „Transit – ein Tag in Hamburg“, 2002, grauer und rot pigmentierter Beton. „Dafür wurden im Herbst 2001 dreißig Hotelgäste gebeten, 24 Stunden ihres Aufenthalts in Hamburg zu protokollieren und ihre Tätigkeiten mit exakter Zeitangabe zu notieren. Die Informationen aus den Protokollen wurden zusammengefasst und bildhaft umgesetzt. Der Flur wurde so zu einem Portrait des durchschnittlichen Hotelgastes: Die Wände, der Boden und die Decke sind einheitlich mit grauem Beton ausgelegt. Darin sind verschieden große, rot pigmentierte Betonflächen eingearbeitet. Diese roten Flächen sind mit jeweils einer Tätigkeit und dem dazugehörigen Zeitraum beschriftet, der in Prozent angegeben ist. Die Gesamtheit der roten Flächen repräsentiert alle Tätigkeiten innerhalb von 24 Stunden. Die Größe einer einzelnen roten Fläche entspricht der Zeit, die eine Tätigkeit in Anspruch genommen hat.“



Barbara Steppe "Transit - ein Tag in Hamburg", 2002, Wandinstallation, Hotel Wedina, Hamburg, Eingangsbereich Blaues Haus.

Treppenhaus: Fritz Balhaus: LUPOLUPOLUPO, 2002 Installation, Siebdruck, Luftpolsterfolie

8.3. Kunst am Bau

Die Kunst am Bau wurde im Rahmen einer Um- und Neubaumaßnahme des Hotels realisiert. Sie ist unabhängig von den anderen Kulturaktivitäten des Hotels. Einen Zuständigen für die Kunst gibt es nicht.

8.4. Konzept und Bedeutung für das Unternehmen

„Ein Hotel ist ein gesellschaftliches, ein zwischenmenschliches Phänomen, auch eine geistige Heimat.“⁹⁴ Kunst am Bau ist für den Hotelier Felix Schlatter eine Facette seiner avancierten Hotelkultur, bei der es nicht um dekorative Ausstattungskunst oder leicht konsumierbare Lektüre, sondern um spröde konzeptuelle Kunst und anspruchsvolle Literatur geht. Während Literatur in den Zimmern zur Verfügung steht, Literaten hier kostenlos übernachten und ihnen Zimmer mit ihren Werken und Zitaten gewidmet sind, konnten im neugestalteten Flur und Treppenhaus zwei bildende Künstler Kunst am Bau realisieren: „Kunst am Bau ist für uns genauso notwendig wie die Haustechnik, ein integraler Planungsbestandteil. Ohne Kunst erreichen wir unser Ziel, ein gelungenes



Fritz Balthaus "LUPOLUPOLUPO", 2002, Installation, Treppenhaus, Hotel Wedina, Hamburg.

Ambiente für den Gast zu gestalten, auf keinen Fall. Ein Abflussrohr ist ein Abflussrohr, ohne das funktioniert kein Gebäude. Kunst ist genauso wichtig, aber eben anders. Dieser Ansatz ist sicher ungewöhnlich, da Kunst immer außerhalb der normalen Wahrnehmung dargestellt und präsentiert wird. Kunst am Bau muss unzertrennlich mit dem Rest verwoben sein, sie folgt der inneren Logik des Gebäudes. Sie darf nicht zur Dekoration verkommen, wie dies ja meistens der Fall ist: Man hat eine Hotelhalle, einen Korridor, ein Zimmer und braucht hierfür noch etwas Kunst. Der Kunstbegriff muss schlicht und einfach gelebt werden, ohne von außen aufgesetzt zu wirken [...] Ein aktiv gelebtes künstlerisch-kulturelles Engagement ist Teil meiner Unternehmensphilosophie.“⁹⁵

⁹⁴ Kunst am Bau, in: Hotel Wedina, Broschüre, Hamburg 2002.

⁹⁵ Felix Schlatter, Beitrag, in: Mehrwert Kunst am Bau. Privates Engagement und seine Motive. Werkstattgespräch 1. Dezember 2008, Berlin.

8.5. Kunstkonzeption

Die Kunst am Bau ist formalästhetisch in die puristische Betongestaltung des Hauses und die transparente Glasarchitektur des Treppenhauses integriert. Inhaltlich setzt sich die Arbeit von Barbara Steppe mit der Situation der Menschen im Hotel auseinander.

8.6. Verantwortliche und Verfahren

Angeregt hat die Integration von Kunst am Bau der Berliner Architekt Markus Maria Schell vom Büro 213, der mit dem Neubau und Teilumbau des Hotels beauftragt war. Er wählte die Künstler aus und betreute sie bei der Entwicklung ihrer Projekte. Die Konzepte beider Künstler wurden vom Hoteleigner akzeptiert und ihre Realisation direkt beauftragt.

8.7. Rezeption und Vermittlung

Die Kunst am Bau ist nur von Mitarbeitern und Hotelgästen zu erfahren. In einem kleinen Faltblatt zum Hotel wird auf die Kunstwerke und Künstler hingewiesen. Es gibt keine Hinweise vor Ort und nicht alle Angestellten wissen von der Kunst, obwohl sie als Gestaltung sehr auffällt.

8.8. Literatur

- Hotel Wedina, Broschüre, Hamburg 2002.

Dritter Teil

Analyse der Situation von Kunst am Bau bei privaten Unternehmen

Bereits bei der quantitativen Betrachtung der Befragungsergebnisse war ein erhöhtes Interesse an Kunst am Bau bei großen Unternehmen ohne deutlich vermarktbarere Produkte zu erkennen. Versicherungen, Banken und Versorger nutzen Kunst am Bau, wie auch ihre Sammlungstätigkeit und Sponsoringmaßnahmen zur Kommunikation von Werten. Bei den produzierenden Branchen ist Kunst am Bau nur im Rahmen eines gezielten Werte- und Design-Marketings von Interesse. Sowohl die Unternehmen der Nahrungs- und Genussmittelbranche als auch der Automobilindustrie haben mehrheitlich kein Interesse an Kunst oder Kunst am Bau.

Es gibt mehr Großunternehmen mit Kunst am Bau als mittlere und kleine Unternehmen. Das kann dazu führen, dass Branchen, in denen es überwiegend kleine und mittlere Unternehmen gibt, wie den Produzenten von Nahrungsmitteln, Konsumgütern sowie Verlage und Dienstleister auch durch wenig Kunst am Bau auffallen. Dennoch sind auch hier die Haltung zur öffentlichen Selbstdarstellung und die Marketingansätze der Unternehmen einer Branche maßgeblicher für das Interesse an Kunst am Bau als die Größe. Denn auch in Branchen, in denen es besonders viele große Unternehmen gibt, wie bei den Automobilherstellern oder Pharmaproduzenten, wird nur selten Kunst am Bau realisiert.

Bei den Versicherungen realisierten nur Großunternehmen Kunst am Bau, bei den Banken und Versorgern fallen auch viele mittlere Unternehmen durch ein solches Engagement auf. Viele von ihnen (Stadtwerke, Sparkassen, Landesbanken) wie auch Messe- und Flughafenbetreiber sind zwar private Wirtschaftsunternehmen, werden aber von Kommunen und Ländern finanziert und kontrolliert. Sie unterliegen fast nie staatlichen oder kommunalen Richtlinien zu Kunst am Bau, sind aber – je nach Einsatz ihrer öffentlichen Anteilseigner – zumindest einem stärkeren Druck zur Übernahme gesellschaftlicher und kultureller Verantwortung ausgesetzt. Eine ähnliche, öffentliche Verantwortung, wenn auch weniger über die Anteilseigner, als über den eigenen Anspruch definiert, trifft auf viele Verbände, Stiftungen und Kirchen zu. Auch öffentlich-rechtliche Stiftungen unterliegen, selbst dann, wenn sie direkte Zuwendungsempfänger des Bundes bei ihren Baumaßnahmen sind, wie zum Beispiel die Parteienstiftungen, keiner strikten Auflage zu Kunst am Bau⁹⁶: „Die Konrad-Adenauer-Stiftung ist kein ‚privater Bauherr‘. Das Verwaltungsgebäude in Berlin ist mit öffentlichen Mitteln finanziert. Auch haben wir keine ‚Kunst am Bau‘

⁹⁶ Lediglich die Friedrich-Ebert-Stiftung verwies auf eine Verpflichtung zur Kunst am Bau durch öffentliche Gelder, so Heiner Naumann, Koordinierung Abt. Finanzen und Organisation, Friedrich-Ebert-Stiftung, im Gespräch am 29.09.2008.

verwirklicht.⁹⁷ Während daher einige auf Kunst am Bau verzichten, realisieren andere wie die Heinrich-Böll-Stiftung dies ‚quasi unabhängig‘ von den Richtlinien: „Wir waren nicht verpflichtet, Kunst am Bau zu betreiben - es wurde uns vom BBR sehr ans Herz gelegt. Aber: Wir hätten es auf jeden Fall getan, weil uns Kunst als Ausdruck der Einmischung und als Seismograph in der Wirklichkeit wichtig ist und wir auch als Stiftung der Kunst verpflichtet fühlen.“⁹⁸ Bei den Stiftungen und Verbänden scheint das Interesse an Kunst am Bau relativ unabhängig von der Unternehmensgröße zu sein, da hier fast alle Unternehmen, die Kunst am Bau realisierten, mittlere Größe aufweisen. Grundsätzlich ist also die Größe eines Unternehmens nicht so ausschlaggebend, wie das branchenspezifisch unterschiedliche Interesse am eigenen Erscheinungsbild.

1. Gründe für Kunst am Bau

1.1. Kunst am Bau als Ausdruck von gesellschaftlicher Verantwortung und Unternehmenskultur

Bei vielen Unternehmen gehört Kunst am Bau zum kulturellen Engagement, zu dem neben verschiedenen Formen der Kulturförderung, die Ausstattung des Unternehmens mit Kunst bzw. der Aufbau einer eigenen Kunstsammlung zählt: „Die Sammlung spiegelt hinsichtlich ihrer Qualität wie auch ihrer Präsenz bei den Mitarbeiter/innen, dass das Engagement für die Kunst ein gewachsener Teil des gesellschaftlichen Selbstverständnisses und des kulturellen Profils des Unternehmens darstellt“⁹⁹, so begründet z. B. die Daimler AG als eines der wenigen produzierenden Unternehmen und einziger Automobilhersteller mit Kunst am Bau ihr Engagement. Mit gesellschaftlicher Verantwortung, Unternehmenskultur und nicht zuletzt mit Mitarbeitermotivation argumentiert auch der Softwarehersteller SAP: „Dabei ist der Erwerb von Kunstwerken weit mehr als die Verschönerung der Gebäude unseres Hauptsitzes in Walldorf und unserer Geschäftsstellen; vielmehr sammeln wir aus einer gesellschaftlichen Verantwortung heraus im Sinne des ‚Corporate Collecting‘: Ziel ist, mit den Kunstwerken nicht nur unsere Mitarbeiter zu erreichen, sondern sie auch interessierten Kunden und Partnern sowie einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.“¹⁰⁰ In vielen Untersuchungen zum Kulturengagement von Unternehmen wurden gesellschaftliche Verantwortung und Unternehmenskultur als Hauptgründe für den firmeneigenen Kunstbesitz und die Kunstförderung

⁹⁷ Uta Hellweg, Pressesprecherin, Leiterin PÖA, Konrad-Adenauer-Stiftung, Schreiben vom 22.09.2008.

⁹⁸ Annette Maennel, Leitung Öffentlichkeitsarbeit, Heinrich-Böll-Stiftung, Schreiben vom 23.10.2008.

⁹⁹ http://www.sammlung.daimlerchrysler.com/sammlung/sammlung_profil_g.htm

¹⁰⁰ Henning Kagermann, a.a.O., S. 4.

angegeben¹⁰¹. Auch eine Studie der Unternehmensberatung Roland Berger Strategy Consultants und des Schweizerischen Institut für Kunstwissenschaft 2004¹⁰² kam zu dem Ergebnis, dass sich die Unternehmen zwar Wettbewerbsvorteile durch ihr Kulturrengagement versprechen, diese aber nicht wirklich strategisch, sondern lediglich als Kommunikationsmittel einsetzen. Die Vorteile sahen 60,7 % der Unternehmen im Unternehmensimage und 45,9 % im gesellschaftlichen Wohlwollen. Für ihren Produkt- und Marktauftritt spiele das Kulturrengagement nach 22% der Unternehmen eher keine Rolle und nach 15 % überhaupt keine Rolle 15,3 %. Diese Annahme könnte eine Begründung für den großen Unterschied zwischen dem Interesse an der Kunst am Bau beim Finanz- und Versicherungsgewerbe, Versorgern und einigen Dienstleistern gegenüber dem Desinteresse bei den meisten produzierenden Branchen sein. Die Differenz zwischen den Branchen ist nicht nur ein bei der Bestandsaufnahme zur Kunst am Bau besonders auffälliger Befund, sondern wurde schon in den meisten Untersuchungen zum allgemeinen Kulturrengagement festgestellt. In der oben genannten Untersuchung von 2004¹⁰³ hatten z.B. im Finanz- und Versicherungswesen 67% der Unternehmen eine Kunstsammlung, gegenüber 50 % der Dienstleistungsunternehmen und nur 44% der Unternehmen im produzierenden Gewerbe.

Neben dem geringen Wert der Kunst für die Produktvermarktung könnte sich gerade der hohe Stellenwert der gesellschaftlichen Verantwortung, den die Untersuchungen bei den produzierenden Unternehmen ermittelten, gegen den Kunsterwerb auswirken, sobald nämlich Kunstaufträge in Konkurrenz mit Sozialengagement, Bildungsarbeit, Sportförderung und Umweltschutz treten.

¹⁰¹ Cornelia Landensperger: Der Künstler zwischen Sponsoring und Mäzenatentum, Diss., Weimar 2002. Von 164 befragten Unternehmen begründeten 120 ihr Engagement mit Unternehmenskultur 80%, gesellschaftlicher Verantwortung 72 %, Imagepflege 68 %, Kunstinteresse 48 %, Mitarbeitermotivation 56 %, Marketing 24 %, persönlichem Interesse 12 %. Bettina M. Becker: Unternehmen zwischen Sponsoring und Mäzenatentum, Motive, Chancen und Grenzen unternehmerischen Kunstengagements, Frankfurt 1994. Von 200 1991 befragten Unternehmen gaben 124 als Grund für ihr Kulturrengagement an: Unternehmenskultur 70 %, Bereicherung des unternehmerischen Alltags 68 %, Mitarbeitermotivation 62 %, Imagepflege 50 %, Kommunikation 46 %, Steigerung der Popularität des Künstlers 39 %, Impulse für neue Ideen 28 %. Heinz H. Fischer: Kulturförderung durch Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland: empirische Bestandsaufnahme und Ausblick, Diss. Phil., Köln 1989. 1997 begründeten von 4382 Unternehmen 1059 ihr Engagement mit gesellschaftlicher Verantwortung 74 %, Imagepflege 56 %, persönlichem Interesse 45 %, persönliche Kontakte zur Szene 18%, Mitarbeitermotivation 15 %, Kapitalanlage 1 %.

¹⁰² Kulturrengagement von Unternehmen - integrierter Teil der Strategie? Ergebnisse einer Umfrage bei kulturell engagierten Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Anregungen für einen übergreifenden Diskurs, hg. v. Hans-Jörg Heusser, Barbara Stahl, Martin Wittig, Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft, Roland Berger Strategy Consultants, München 2004. Befragt wurden 2003 193 Unternehmen (48 % in Deutschland, 29 % in der Schweiz, 23 % in Österreich), von denen 33 % antworteten.

¹⁰³ Ebenda, S. 25.

1.1.1. Regionale Ausrichtung

Dort, wo der Kunsterwerb mit gesellschaftlicher Verantwortung begründet wird, ist er häufig auch mit einer regionalen oder sogar lokalen Orientierung der Kunstaufträge verbunden. Bei den wenigen produzierenden Unternehmen mit Kunst am Bau fällt ihre Hinwendung zu regionaler Kunst als Ausdruck gesellschaftlicher Verbundenheit mit dem Unternehmensstandort auf, wie z.B. beim ursprünglich mittelständischen, familiengeführten Pharmahersteller Merckle Ratiopharm in Ulm: „Die Auswahl der Künstler war bewusst auf den schwäbischen bzw. südwestdeutschen Raum beschränkt. Einmal, um den Malern dieser Region Gelegenheit zum Ausstellen zu geben und auch, um auf dem Boden der realisierbaren Möglichkeiten zu bleiben. Auch bei den Ankäufen für die Sammelstelle stehen die Künstler aus Süddeutschland im Vordergrund.“¹⁰⁴ In Hinblick auf ihre Kundenzielgruppe scheint die regionale Ausrichtung von Kunstwettbewerben und Auftragsvergaben bei regional agierenden Unternehmen besonders verständlich, wie den Energieversorgern GASAG AG oder der EnBW Energie Baden Württemberg AG. Während erstere ihre Kunst am Bau einige Jahre vor Ort bei einem Berliner Künstleratelierhausverein ausschrieb, beauftragte die zweite bisher nur regionale Künstler, sucht aber – nach der Öffnung des nationalen Energiemarktes – für neuere Projekte national und international ausgerichtete Künstler. Diese Tendenz der Anpassung der künstlerischen Ausrichtung von regionalen zu internationalen Künstlern an die eigene, globale Unternehmensausrichtung ist immer wieder zu beobachten. So begann z.B. auch die Daimler AG ihre heute international orientierte Kunstsammlung mit einem Schwerpunkt im Bereich südwestdeutscher Künstler. Die anfänglich regionale Spezialisierung der Kunstsammlung bei der Daimler AG hatte nach Aussagen des ehemaligen Vorstandsmitglieds Edzard Reuter „ein wenig ‚Feigenblatt-Funktion‘ erfüllt, weil sich das ehrgeizige Projekt einer eigenen Kunstsammlung als Beitrag bodenständiger Kulturpflege hausintern besser ‚verkaufen‘ ließ“¹⁰⁵. Heute kauft die Abteilung Kunstbesitz des Unternehmens nicht nur Werke arrivierter internationaler Künstler an, sondern gibt auch Kunstwerke bei international aktuell diskutierten Künstlerinnen und Künstlern wie Sylvie Fleury in Auftrag¹⁰⁶. Bei einigen Unternehmen werden mit der internationalen Expansion jeweils nationale Künstler beauftragt wie von der B. Braun Melsungen AG oder nationale Architekten wie von der Würth AG für ihre neuen Niederlassungen.

¹⁰⁴ Kunst am Arbeitsplatz in der Firma Merckle / ratiopharm, o.J.

¹⁰⁵ Hans Otto Eglau: Edzard Reuter, Düsseldorf, Wien 1992, S. 261.

¹⁰⁶ Sylvie Fleury. Paris Commissioned, 2005, Sechs Videos im Auftrag der Sammlung DaimlerChrysler und Daimler Chrysler France, hg. v. Renate Wiehager, Stuttgart 2006.

Insbesondere von einigen mittelständischen Unternehmern wird damit auch das der Kunst und Kunst am Bau innewohnende Potential zur Steigerung des Ansehens ihres Unternehmens in der Region, vor allem auch bei politischen Entscheidungsträgern gesehen. „Das Kommunikationspotenzial sind neben Mitarbeitern und Kunden politische Entscheidungsträger und die Öffentlichkeit insgesamt. Es geht um die Positionierung des Unternehmens im Konkurrenzumfeld, bei der die öffentliche Meinung über Leistungen und Wertvorstellungen von Wirtschaftsunternehmen eine immer größere Rolle spielen.“¹⁰⁷ Ganz deutlich zum Imagegewinn bekennt sich die Berliner GASAG AG und erklärt: „Als modernes und innovatives Energiedienstleistungsunternehmen steht die GASAG im Blickfeld der Öffentlichkeit. Also gehört es dazu, sich als Unternehmen in der Öffentlichkeit darzustellen. Sponsoring ist dabei ein Instrument, um die Imagebasis des Unternehmens langfristig positiv zu beeinflussen und die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens für die Stadt deutlich zu machen. Dabei versteht die GASAG Sponsoring als eine gezielte moderne Strategie der unternehmerischen Kommunikation, welche die Möglichkeit eröffnet, auf einer breiteren Ebene aktiv mit Kunden, Partnern, Mitarbeitern und der breiten Öffentlichkeit zu kommunizieren. In diesem Rahmen ist unser Projekt Kunst im Bau entstanden und umgesetzt worden.“¹⁰⁸

Neben der Repräsentation gesellschaftlicher Verantwortung geht es bei dem Erwerb von Kunst und Kunst am Bau immer auch um den Image- bzw. Wertetransfer von der Kunst auf das Unternehmen. So wurden die 1995 für die neue Telekomzentrale in Bonn in Auftrag gegebene Kunst-am-Bau-Werke von Daniel Buren, Markus Lüpertz, Mario Merz und A.R. Penck dezidiert als ein Zeichen des Aufbruchs nach der Privatisierung der Deutschen Telekom AG eingesetzt: „Der bewusste Bruch der Bundespost-Vergangenheit spiegelt sich auch in der Auswahl von moderner, positiver, frischer und dynamischer Kunst für die Neubauten“¹⁰⁹. Neben den Versorgern ist Banken und Versicherungen der Hinweis auf ihre Unternehmenskultur, d.h. dezidiert auch ihr Interesse und Ihr Besitz von Kunst und Kultur besonders wichtig. So heißt es bei der DZ-Bank: „Wie schon Claes Oldenburgs und Coosje van Bruggens Krawatte – ,Inverted Collar

¹⁰⁷ Prof. Karlheinz Essl, Aufsichtsratsvorsitzender Baumax AG, Interview Okt. 2003, zit. nach Kulturrengagement von Unternehmen – integrierter Teil der Strategie? Ergebnisse einer Umfrage bei kulturell engagierten Unternehmen in Deutschland und der Schweiz ... hg. v. Hans-Jörg Heusser, Barbara Stahl, Martin Wittig, Schweiz. Institut für Kunstwissenschaft, Roland Berger Strategy Consultants, 2004, S.18.

¹⁰⁸ Georges Hoffmann, a.a.O., S.3.

¹⁰⁹ Ulrich Lissek, Pressesprecher der Deutschen Telekom AG, zit. Nach Heidi Wiese in: Welt am Sonntag, 04.10.1998.

and Tie', 1994 – auf dem Vorplatz deutlich macht, versteht das Institut Kunst als Element der Unternehmenskultur.¹¹⁰ „So sorgt Kunst in der täglichen Begegnung immer wieder für neue Perspektiven. Und ist damit längst zu einem prägenden Bestandteil unserer Unternehmenskultur geworden.“¹¹¹ Denn, wenn auch unterschiedlichen Kunstformen von der Gesellschaft heute verschiedene Wertigkeiten zugemessen werden, junger Kunst geringere als alter, Gemälde und Skulpturen höhere als Graphik, so hat Kunst generell nach wie vor ein hochwertiges Ansehen. Bei den wenigen produzierenden Unternehmen, die wie die Daimler AG Kunst und Kunst am Bau in großem Umfang im Unternehmen präsentieren, scheint die hohe Wertigkeit von Kunst als eine Entsprechung zum angestrebten, hohen Statuswert der eigenen Produkte angesehen zu werden: „Nicht nur die Produkte des Unternehmens müssen akzeptiert werden, sondern auch das Unternehmen als solches. Das Unternehmen ist Teil der Gesellschaft, da es in diese hineinwirkt (über Produktauftritt und Mitarbeiter). Kultur beeinflusst das Konsumentenverhalten und die Kaufentscheidungen. Damit beeinflussen die Kulturaktivitäten indirekt auch das Unternehmen.“¹¹² Umgekehrt führt die der Kunst zugemessene Wertigkeit aber auch dazu, dass z.B. mittelständische Unternehmen einen ungünstigen Wertetransfer für die Preisqualität ihrer Produkte befürchten und daher wie Lars Kahl, Geschäftsführer der Kahl GmbH in Mannheim, lieber auf Kunst am Bau in seiner Büromöbelfabrik verzichten: „Wir haben keine Kunst am Bau eingesetzt, weil das nicht zu uns passt. [...] Wir vertreiben (leider) recht ‚schlichte, sachliche‘ Artikel, die in einem schlichten Industriegebäude stehen. In unserem Kundenkreis sind wir als bodenständig usw. bekannt. Insofern wollen wir hier auch ganz bewusst ‚zurückhaltend‘ auftreten.“¹¹³

Kunst am Bau wird also nach wie vor als wichtiges Instrument der Repräsentation von Werten und Ansehen verstanden. Nicht von ungefähr wird ein Großteil der Kunst am Bau daher auch für den Eingangsbereich der Unternehmen in Auftrag gegeben. Insbesondere dann, wenn nur wenige einzelne Kunstwerke in Auftrag gegeben werden, handelt es sich immer um Skulpturen und Objekte vor dem Gebäudeeingang oder Bildwerke im Empfangsbereich des Unternehmenshauptgebäudes. Dabei scheinen Größe, Kunstform, Materialität und eventuell der Rang des Künstlers eine größere Rolle zu spielen als der Inhalt

¹¹⁰ http://www.dzbank.de/unternehmen/index.jsp;jsessionid=00004ApRjOMiiRVjaQoQS35RBct:10mv51hct?path=dz_profil_engage_etagen.html

¹¹¹

<http://www.maintower.de/hlb/generator/Sites/Maintower/wwwroot/Kunst/isKunst.de,templateID=ur.html>

¹¹² Dr. Manfred Gentz, Vorstandsmitglied Daimler AG, Interview 2004, zit. nach Kulturengagement von Unternehmen - integrierter Teil der Strategie? a.a.O., S. 9.

¹¹³ Lars Kahl, Schreiben vom 17.7.08.

der Kunst. Neben nonfigurativen Plastiken moderner Klassiker wie Max Bill (Deutsche Bank AG Frankfurt, Daimler AG Stuttgart), Joel Shapiro (Tishman Speyer Berlin) oder Frank Stella (HypoVereinsbank Luxemburg) sind anthropomorphe Figuren von Jonathan Borofsky (Tishman Speyer Frankfurt, Münchener Rückversicherungs-AG München, Allianz AG Berlin) oder Stefan Balkenhol (Union Investment AG Berlin, Wemhöner GmbH Köln, Sparkassenversicherungs-AG Stuttgart) besonders beliebt.

In den Foyers empfangen häufig eigens für die Eingangshallen in Auftrag gegebene Ölgemälde Besucher, Kunden und Mitarbeiter, wie bei der Victoria Versicherung, Düsseldorf 1985 „Victoria I und II“ von Gerhard Richter, bei der WWK in München eine vierteilige Arbeit von Rupprecht Geiger von 2000 oder im IBC der Deutschen Bank in Frankfurt zwei puristische Arbeiten von Karin Sander 2004. Dies gilt für große, international agierende Versicherungen und Banken wie die HypoVereinsbank AG in Luxemburg mit einer vierteiligen Arbeit von Michel Majerus wie für Unternehmen mittlerer Größe, z. B. die Sparkasse Fulda mit einer monumentalen Arbeit von Peter Zimmermann 2001. Neben großen für den Raum gearbeitete Leinwänden werden fest installierte Wandbilder in Auftrag gegeben wie z.B. beim Axel-Springer Verlag im Hamburger Neubau 1997 mit vier Wandbildern von Frank Stella oder die Telekom AG in Bonn 1997 mit einem Wandbild von A. R. Penck. Einige Foyers werden von mehrteiligen Arbeiten ganz bestimmt wie die Victoria Versicherung am Victoria Platz 2 in Düsseldorf durch Sol LeWitts Wandarbeit von 1997 oder die Eingangs- und Veranstaltungshalle der Stadtwerke Düsseldorf in einer ehemaligen Turbinenhalle, die 2006 Jorge Pardo mit vierzehn großen Wandbildern und einem neuen Boden gestaltete.

Auch Großskulpturen finden in den großen Hallen, als die viele Foyers heute erscheinen, ihre Aufstellung, wenngleich wenige die Räume derart bestimmen und musealisieren wie Walter de Marias „Fünf Kontinente Skulptur“, 1989, in der ehemaligen Hauptverwaltung der Daimler Benz AG in Stuttgart Möhringen. In den entsprechend großen Räumen, wie dem Aviation Center der Lufthansa AG in Frankfurt erscheint auch Michael Beutlers 16 Meter hoher „Pagodenturm“ von 2006 nicht mehr überdimensioniert.

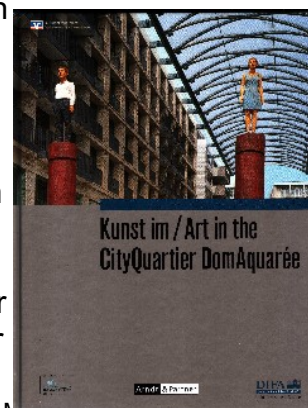
Auffälliger als Skulpturen durchziehen Lichtinstallationen Foyers und Atrien wie die von Francois Morellet, 1997, das Foyer der Daimler AG am Potsdamer Platz in Berlin oder Reiner Johns hinterleuchtete Glasmalerei an der Decke des Foyers der Bayerischen Landesbank, ebenfalls von 1997. Besonders formal und inhaltlich aufwändig ist eine Arbeit von Stephan Huber für die Allianz AG in Frankfurt, die seit 2002 vom Foyer bis in den Innenhof führt. Mobileartig aufgehängte Neonlinien und Spiralen geben den exakten Verlauf der Flüsse Rhein und Main wieder. Dieser wird im Gebäude von 21 gläsernen Figuren

flankiert, die zwar zeitgenössisch gekleidet, über ihre Attribute als Schutzheilige zu erkennen sind.

Seltener werden komplexe inhaltliche Werke in Auftrag gegeben wie Klaus Rinkes aufwändige Installation „Wasser und Graviation“, 1981-84 für die Kölner Hauptverwaltung der Colonia, heute Axa Versicherungs-AG. Vom Vorplatz durch die Empfangshalle bis in den Innenhof des Verwaltungsgebäudes verläuft ein Brunnensystem zwischen zwei achtzehn Meter hohen Edelstahlpylonen mit Loten und führt Wasser der sieben Meere in zwei Kreisläufen in kupfergedeckten Röhren durch das Areal. Erst sechsundzwanzig Jahre später schuf das Futurelab der Ars electronica mit „Source Code“ eine ähnlich aufwändige Installation für die SAP AG in Walldorf. Auch hier führt ein Brunnensystem mit Stele Wasser über den Vorplatz zum Haupteingang, wandelt sich hier jedoch als interaktives Medienkunstwerk in einen virtuellen (Daten-)Strom und zieht sich durch die Empfangshalle, entlang eines gläsernen Aufzugs bis ins vierte Obergeschoss. Nach Wolfgang Ullrich übernimmt die Kunst hier gleich zwei Aufgaben: „So erfüllt zeitgenössische Kunst in Banken und Firmen genau genommen eine Doppelfunktion: Insoweit sie modern oder gar befremdlich und ungewohnt wirkt, signalisiert sie Umbruch und Dynamik; sofern sie aber überhaupt als Kunst erkennbar ist, stellt sie ein Bekenntnis zur kulturellen Tradition dar und erscheint als Garant zeitloser Werte.“¹¹⁴

Besonders spezifisch an die neue Medien nutzende Zielgruppe des Unternehmens richtet sich die 3 x 30 Meter lange Graffitiwand der Internetwerbeagentur Jung von Matt / next. Die Agentur beauftragte dazu 2007 die bekanntesten Graffitikünstler Daddy Cool, DAIM und TASEK aus Hamburg, DESUR aus Jena sowie SEAK aus Köln gemeinsam die Wand im Hof der Agentur zu gestalten. Die Graffitis und weitere Informationen zum Projekt und den Künstlern können über an der Wand angebrachte Plaketten mit so genannten Quick Response Codes durch Fotohandys auf das eigene Mobiltelefon geladen werden¹¹⁵.

Erstaunlicherweise wird diese Idee der Kommunikation von gesellschaftlichen und kulturellen Werten in Zusammenhang mit dem eigenen Unternehmen oder Projekten bisher in keinem nennenswerten Umfang von der Bau- und Immobilienbranche genutzt. Da Kunst am Bau für



Dokumentation "Kunst im Cityquartier DomAquaree" der Union Investment

¹¹⁴ Wolfgang Ullrich: Mit dem Rücken zur Kunst. Die neuen Statussymbole der M

¹¹⁵ <http://www.nextwall.de>

den Wohnungsbau heute als ein Auslaufmodell eines staatlichen Künstlerförderinstruments der fünfziger Jahre verstanden wird, gibt es nur wenige privatwirtschaftlich arbeitende Wohnungsbaugesellschaften wie die SAGA in Hamburg, die die Tradition aus Zeiten kommunaler Trägerschaft freiwillig fortsetzen und dabei sogar neue künstlerische Ansätze und Formen unterstützen. Auf der anderen Seite wird nur bei relativ wenigen großen Immobilienprojekten Kunst am Bau realisiert. Dies geschieht zur Zeit fast ausschließlich im Bereich der Luxusimmobilien, in großen innerstädtischen Luxuseinkaufspassagen wie den „Fünf Höfen“ der HypoVereinsbank, heute Union Investment AG in München mit Werken von Olafur Eliasson, Thomas Ruff und Olaf Nicolai, dem Quartier 205 in der Berliner Friedrichstraße von Tishman Speyer mit Werken von Sol LeWitt, John Chamberlain und Joel Shapiro oder im Berliner „CityQuartier DomAquaree“ der Union Investment AG mit Werken von Stefan Balkenhol, Jeppe Hein und Massimo Vitali. Für die Union Investment AG, zuvor DIFA ist das Stichwort dazu „Lebensqualität“: „Ein wichtiger Bestandteil des Anspruchs, Leben und Arbeiten zu verbinden, ist die Kunst. Sie schafft für Beschäftigte und Mieter einen greifbaren Zuwachs an Lebensqualität.“¹¹⁶

Die meisten künstlerischen Gestaltungen von Einkaufspassagen sind kaum mehr als hochwertige Dekoration. Selbst John Chamberlains zwölf Meter hoher „Turm von Klythie“ von 1995 läuft im Atrium der Einkaufspassage Quartier 205 der TishmanSpeyer Properties in Berlin Gefahr zwischen den bunten Warendekorationen unterzugehen. Die monumentale, aus Autoblech zusammengepresste Skulptur verliert alles Grobe, fast Gewaltsame, das sie in anderem Kontext ausstrahlt. Auch Fabrizio Plessis Videoinstallation von 2006 in den Erlangen Arcaden der Management für Immobilien AG steht den Passanten eher im Wege – umso konsequenter wenn nicht nur die Betreiber, sondern auch die Künstler die Räume nicht zustellen, sondern die Kunst über den Köpfen ihrer Betrachter schweben lassen wie die gewaltige 10 Meter durchmessende Stahlkugel von Olafur Eliasson in den Fünf Höfen in München.

1.2. Kunst am Bau als eine Form der Künstlerförderung

Einige Unternehmen sehen durchaus auch in ihren Kunst-am-Bau-Aufträgen eine Form der Künstlerförderung: „Damit fördert die GASAG einen Kunstverein, der als Atelierstandort und als Akteur seit Jahren kontinuierlich seinen Beitrag zum Berliner Kunstleben leistet. Schließlich partizipieren die beteiligten Künstlerinnen und Künstler durch die Ankäufe an einer Form der indirekten Künstler-

¹¹⁶ Dr. Frank Billand: Vorwort, in: Kunst im / Art in the CityQuartier DomAquaree, hg. v. Galerie Arndt & Partner, Deutsche Immobilien Fonds AG, Union Investment Gruppe, Berlin 2004, S. 6.

förderung.“¹¹⁷ Nicht in jedem Fall wird die Künstlerförderung jedoch auch so klar als eine strategische Sponsoring- und damit Marketingmaßnahme erklärt wie von der GASAG AG: „Eine wesentliche Grundlage des GASAG-Sponsorings ist von daher seit jeher das Prinzip von Leistung und Gegenleistung. Sponsoring ist für das Unternehmen ein Geschäft auf Gegenseitigkeit und ganz klar vom Mäzenatentum abgegrenzt. Nicht nur die Sponsoringpartner sollen von der Förderung profitieren, auch das Unternehmen gewinnt durch die Unterstützung von Projekten, zum Beispiel in Form des positiven Imagetransfers.“¹¹⁸ Statt dessen wird die Kooperation mit Hochschulen, Akademien und Künstlerorganisationen immer wieder zu einer mäzenatischen Förderung des Künstlernachwuchses erklärt wie bei der Ströer Out of Home Media in Köln, die seit 2005, als Kunsthochschüler eine temporäre Kunstinstallation für den Außenbereich des Werbeunternehmens realisierten, mit der Alanus Hochschule kooperieren: „Wir unterstützen als Unternehmen einerseits Projekte im Bereich Kunst und Kultur, andererseits engagieren wir uns für Kinder und Jugendliche sowie Bildung. Bei der Alanus Hochschule kommt beides zusammen: Nachwuchskünstler erhalten im Rahmen eines Uni-Projektes die Möglichkeit, für einen Kunden aus der Wirtschaft (also für uns) Kunst zu entwerfen und umzusetzen.“¹¹⁹ Auch die Mainova AG in Frankfurt realisierte für ihren Neubau 2006/07 vier Kunstprojekte in Kooperation mit der Hochschule für Gestaltung in Offenbach. Die Festo AG in Esslingen führte schon einen Wettbewerb unter den Studierenden und Absolventen der Hochschule für Bildende Kunst des Saarlandes durch, bei dem „der technologisch orientierte Produktionsraum, die Unternehmensphilosophie und die Schaffung eines bestimmten innerbetriebliche Klimas in den Mittelpunkt der Wettbewerbsausschreibung gestellt“¹²⁰ wurden. Bei Preisgeldern von 1000 DM wie sie 1995 in Esslingen gezahlt wurden und vielen studentischen Arbeiten, die gänzlich ohne Honorare realisiert wurden, können diese Fördermaßnahmen auch als eine günstige PR-Maßnahme der Unternehmen gesehen werden. Auf der anderen Seite schätzen – angesichts schwieriger Ausbildungsverhältnisse – Hochschullehrer wie Studierende die

¹¹⁷ http://www.kunst.gasag.de/kunst_im_bau/index1.html

¹¹⁸ Birgit Jammes, Abteilung Sponsoring GASAG AG, in: „Über Ansprüche und Erwartungen, zu Risiken und Nebenwirkungen...“, in Kunst im Bau. Unternehmen Kunstsammlung, hg. v. GASAG Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft, Berlin 2006, S.135-148, S.141.

¹¹⁹ Margit von Kuhlmann, PR-Referentin, Unternehmenskommunikation, Ströer out of Home Media, Köln, Schreiben vom 21.07. 2008.

¹²⁰ Horst Haberl, Rektor der HBK Saar, in: Wirtschaft und Kunst: Festo, Werk Rohrbach in Kooperation mit der Hochschule der Bildenden Künste Saar, 1996, hg. v. Institut für Aktuelle Kunst im Saarland, Saarlouis. Red.: Christine Balthes, Claudia Maas, Dokumentation Kunst im öffentlichen Raum im Saarland, Saarbrücken 1997, S.15.

Gelegenheiten, unter Realbedingungen erste Kunst-am-Bau-Werke zu realisieren. Außerdem ist bei vielen Firmen die Realisation von Kunst am Bau mit einer Reihe weiterer Maßnahmen wie Ausstellungen, Künstlergesprächen und Führungen zur Vermittlung der Kunst und Förderung der Künstler verbunden wie bei der SAP AG: „Wir geben den Kunstwerken Raum zur Entwicklung und organisieren zweimal jährlich Kunstausstellungen in unserem Haus, veranstalten Künstlergespräche und arbeiten mit der Ars Electronica, einem renommierten Partner in der Medienkunst, zusammen. Damit geben wir gleichermaßen international bekannten als auch viel versprechenden jungen Künstlern eine Plattform.“¹²¹

1.3. Kunst am Bau als Teil der Corporate Identity

Als Grund für Kunst am Bau wurde immer wieder auf die Bedeutung der Kunst als Teil der Außenwirkung und Kultur eines Unternehmens hingewiesen. Ihre Wirkung richtet sich auf die Wahrnehmung der Unternehmen in der Öffentlichkeit. Damit gehören die Ausstattung des Unternehmens mit Kunst, der Aufbau einer unternehmenseigenen Kunstsammlung und die Realisation von Kunst am Bau wie die Architektur zum engeren Bereich der Selbstdarstellung. Dieser Corporate Identity wurde in den vergangenen Jahrzehnten eine größere Aufmerksamkeit zuteil. „Corporate Identity ist ein Begriff, der sich über die Jahre in unserem Sprachgebrauch fest verankert hat. Immer mehr Themenbereiche und Ausdrucksformen von Unternehmen und Organisationen werden heute unter den Vorgaben des Erscheinungsbildes betrachtet. Insofern ist es nicht verwunderlich, dass sich die CI in verschiedenste Unterthemen zu gliedern beginnt. Heute spricht man auch gerne über das Corporate Design, das Corporate Behavior, die Corporate Architecture oder das Corporate Light.“¹²² Inzwischen gehört auch Kunst am Bau als Teil der Unternehmenskultur zum CI der Unternehmen. Fachkundige Kunstberater wie Helge Achenbach haben Jahrzehnte daran gearbeitet, dass Kunst am Bau mit Bedacht in das allgemeine Erscheinungsbild eingefügt wird: „Kunst ist kein Allheilmittel, aber weit mehr als Dekoration und Kuschelfaktor. Ein künstliches Image durch das Deckmäntelchen Kunst macht keinen Sinn, Kunst muss zum Standort, zum Unternehmen, seinen Produkten und den Mitarbeitern passen. Ein Rüstungskonzern kann noch so viele blaue Bilder mit Tauben aufstellen – das nimmt ihm keiner ab. Es muss ein Konzept entwickelt werden, das zum Unternehmen passt. Es geht um ein gesamtes kulturelles

¹²¹ Henning Kagermann, Vorstandssprecher der SAP AG, a.a.O., S. 4.

¹²² Tim H. Maack, Editorial, in: ERCO Lichtbericht 83, 2007, hg. v. Tim H. Maack, Gütersloh 2007, S.1.

Engagement. Die Ausstrahlung von Kunst trägt zur Kultur des Unternehmens bei. Sie muss eingebettet sein in ein Klima, das ihrem Wesen entspricht.“¹²³

Eine besondere Rolle in der Unternehmenskultur und Corporate Identity spielt Kunst am Bau bei Versicherungen, Banken und Versorgern. „Gerade ein Finanzdienstleister, dessen Produkte weitgehend abstrakt sind und kaum ästhetische Ausstrahlung haben, muss die Unternehmenspersönlichkeit – ‚the company behind the product‘ – entsprechend profilieren. [...] Internationalität, Weltoffenheit, Innovationsfähigkeit und Experimentierfreudigkeit sollen in den Kundenzielgruppen und in der Öffentlichkeit als Eigenschaften der Allianz, als Bestandteil ihrer Identität erkennbar werden.“¹²⁴ Bei Versicherungen und Banken gehört Kunst am Bau wie die Kunstsammlungen zur traditionellen, repräsentativen Ausstattung der öffentlichen und halböffentlichen, d.h. besonderen Kunden oder Geschäftspartnern vorbehaltenden Räumlichkeiten. „Für die Finanzunternehmen spielen Unternehmenstradition sowie eigene Kulturkompetenz eine größere Rolle als für die beiden anderen Branchensegmente“¹²⁵, so die Autoren der bereits mehrfach zitierten Studie von 2004. Auch wenn dies sich so klar für die Kunst am Bau nicht belegen lässt, u.a. weil nur verhältnismäßig wenige produzierende Firmen Kunst am Bau realisierten, fällt die Betonung von Kulturbewusstsein und traditionellem Kunstbesitz bei den Unternehmen der Finanz- und Versicherungsbranche auf. Und so wirbt die Leiterin des Kunstberatungsfirma Kunstkontor des Deutschen Sparkassenverlages bei den Banken, indem sie die Funktion der Kunst folgendermaßen hervorhebt: „Die Ausstattung von Büro- und Empfangsräumen mit Originalen, seien es Grafiken, Malereien, Fotografien oder Skulpturen, dient den Repräsentationsbedürfnissen unserer Gesellschaft und fungiert als mäzenatisches Statussymbol: Sie macht außerdem deutlich, dass die Funktionsträger eines Unternehmens ihre Position durchaus auch im Sinne einer kulturellen Verantwortung begreifen. Kunst verweist auf die wirtschaftliche Prosperität eines Unternehmens und nicht zuletzt auf den kultivierten Umgang mit Kunden und Mitarbeitern.“¹²⁶ Der Architekt Klaus Theo Brenner geht sogar soweit zu behaupten: „Eine Bank ist heute vor allem ein öffentlicher Raum mit großzügigem, offenem Zuschnitt. Insofern unterscheidet er sich nur unwesentlich

¹²³ Helge Achenbach: Interview in: Wirtschaftswoche, "Wie ein Igel mit Stacheln", 19. Dez. 2002.

¹²⁴ Joachim Rossbroich, a.a.O., S. 11.

¹²⁵ Kulturengagement von Unternehmen, a.a.O., S. 25.

¹²⁶ Claudia Emmert, <http://www.dsvkunstkontor.de/>

von einem Galerieraum, einem Restaurant, einem Markt oder einer Kirche.“¹²⁷ Diese repräsentativen, mit Kunst ausgestattete Gebäude haben im Finanzgewerbe eine lange historische Tradition, die sich daraus erklärt, „das es sich hierbei im Vergleich zu den immateriellen Produkten und Dienstleistungen um einen sicht- und erlebbaren Raum handelt,“¹²⁸ so die Begründung von Ute Bopp-Schumacher, die 2007 ihre Dissertation zum visuellen Erscheinungsbild von Großbanken schrieb. Und die Marketingexpertin Elisa Bortoluzzi Dubach erklärt die aktuelle Bedeutung dieser Tradition noch sehr viel handfester: „Zu den Hard Facts: Kunst hat als Sponsoring-Objekt verschiedene Vorteile. Der Kunst-sponsoring-Bereich ist (noch) nicht so besetzt wie zum Beispiel der Sportsponsoring-Bereich. Man kann Visibilität erreichen zu einem ‚guten‘ Preis-Leistungsverhältnis. Unter den Kunstinteressierten hat es Personen einer hohen Kaufkraftklasse, die man mittels gezielter Maßnahmen mit relativ kleinem Streuverlust bei den ‚richtigen‘ Ereignissen erreichen kann. Diese Beziehungen können für eine Unternehmung Gold wert sein, Kunst-Sponsoring erlaubt eine qualitativ hochstehende Betreuung von interessanten Stakeholders. Man kann den Kunden einen einmaligen, nicht käuflichen Nutzen bieten (zum Beispiel eine Begegnung mit Künstlern).“¹²⁹

1.3.1. Zugänglichkeit der Kunst am Bau

Ein wichtiger Faktor in dieser Auflistung der besonderen Funktionen von Kunst scheint Exklusivität zu sein. Diese betrifft nicht nur den Bildungs- und Vermögensstand des Publikums, sondern zeigt sich auch durch die (Un)-Zugänglichkeit der Kunstausrüstung. Exklusivität führt nicht nur zur besonderen künstlerischen Ausstattung von Vorstandsetagen und Konferenzsälen im Allgemeinen, sondern wird auch mit der Präsentation und der Zugänglichkeit des Kunstbesitzes von Banken und Versicherungen demonstriert. Denn auf der einen Seite lassen heute viele mittelständische Sparkassen ihre Kundenhallen mit Originalkunstwerken bildender Künstler ausgestatten und machen diese einem breiten Kundenkreis zugänglich. Auch beteiligen sich viele Unternehmen an öffentlichen Schaustellungen ihrer Sammlungen, bieten Führungen zum Tag der

¹²⁷ Klaus Theo Brenner: Das Vergangene im Gegenwärtigen bewahren, Interview mit dem Architekten Klaus Theo Brenner, in: Kunst und Baukunst. Hypo-Bank 2, hg. v. Bayerische Hypotheken und Wechselbank, München, Hans-Michael Besig, Texte Katharina Hegewisch, 1995, S.129 – 133, S. 131.

¹²⁸ Ute Bopp-Schumacher: Werden Bankgebäude zum Museum? Ein langer Weg. Wie Corporate Design und zeitgenössisches Kunst das visuelle Erscheinungsbild der Großbanken seit den 70er Jahren beeinflussen, in: Kritische Berichte, 30.2002 Nr. 2./3, S. 30-50, S. 30. Vgl. auch Ute Bopp-Schumacher: Die Architektur der Großbanken. Zum architektonischen Erscheinungsbild der Commerzbank, Deutschen Bank und Dresdner Bank seit Gründung. Phil Diss., Halle 2007.

¹²⁹ Elisa Bortoluzzi Dubach, a.a.O., S. 138.

offenen Tür, zur lokalen „Langen Nacht der Museen“ oder landesweiten Initiativen wie „Kunst privat! © - Hessische Unternehmen zeigen ihre Kunstsammlungen“ an. Auf der anderen Seite werden einzigartige Auftragswerke international bekannter Künstler nur einem begrenzten Kundenkreis gezeigt. Am rigorosesten verfährt hier die Münchener Rückversicherungs-AG, die ganz auf Öffentlichkeitsmaßnahmen verzichtet und mit weltweit nur einigen Tausend Kunden, einem nur sehr begrenzten Interessentenkreis ihre Kunst und damit auch ihre 125 ortsspezifischen Kunst-am-Bau-Werke zugänglich macht, wie z.B. in den unterirdischen Verbindungsgängen der Münchener Zentrale die Lichtinstallationen von Mauricio Nannucci, James Turrell und Keith Sonnier. Generell gilt für die Kunst am Bau wie für die meisten Unternehmenskunstsammlungen, dass es ein Interesse an der Kommunikation und Information über sie gibt und dies auch die zeitweise Zugänglichkeit einschließt. „Denn schließlich ist Kunst hier immer auch ein Teil einer Ausstattung, eines Corporate Designs, einer Botschaft nach Innen und Außen.“¹³⁰

1.4. Kunst am Bau und Corporate Architecture

In den Zeiten zunehmender Bedeutung der Corporate Identity für Wirtschaftsunternehmen, d.h. einer einheitlichen Unternehmensidentität, in der Verhalten, Kommunikation und Erscheinungsbild nach innen und außen aufeinander abgestimmt werden, rückt nach dem Corporate Design die Corporate Architecture stärker in den Fokus der Unternehmensstrategen. So finden sich nach den Richtlinien für ein einheitliches Corporate Design mit Vorgaben für Farben, Zeichen und Typographie von Druckerzeugnissen, Kommunikationsmitteln, Kleidung und Einrichtung, inzwischen auch „3D Brand Guidelines“, die die Gestaltung im Raum von der Wandfarbe über die Leuchtkörper bis zu Teppichart und dem Sitzpolster für alle Funktionsbereiche gesondert festlegen. Dieses auf Einheitlichkeit von Farben und Formen ausgelegte Corporate Design lässt eigenständigen künstlerischen Ausdrucksformen keinen Raum, sondern erlaubt auf den Fassaden nur mehr das eigene Logo oder eine Illumination mit vorgegebener Farbwahl, gestaltet Lobby und Aufenthaltsräume mit Licht- und Videoinstallationen mit eigens für die Marke kreierten Bildwelten wie z.B. bei O2: „Die Besonderheiten im Vergleich zum klassischen (zweidimensionalen) Corporate Design liegen in der Vielfalt der Möglichkeiten, die der Raum bietet. Die räumliche Tiefe, die Haptik der verwendeten Materialien, die Kombination aus Licht und Farbe, Musik und selbst der Temperatur werden zu einem schlüssigen

¹³⁰ Bärbel Kopplin, Zeitgenössische Kunst in der Bank, a.a.O., S. 8.

Ganzen zusammengefügt und erzeugen so ein Markengefühl, das alle Sinne anspricht.“¹³¹

Interessanterweise gibt es neben der einheitlichen Design-Ästhetik dennoch den Bedarf an freien künstlerischen Beiträgen – auch an den Unternehmensfassaden. Statt Kunst am Bau bieten einige dieser im Erscheinungsbild ganz auf einheitliche Markenwelten abzielenden Unternehmen, insbesondere in der Kommunikations- und IT-Branche, neuen künstlerischen Formen eine, wenn auch meist nur temporäre Plattform. Die großformatigen Medienfassaden an den Gebäuden von Vattenfall seit 1999, SAP 2002, O2 2008 und anderen in der Hauptstadt erfüllen gleich mehrere Funktionen. Die Technologie-Unternehmen präsentieren sich in der Öffentlichkeit mit der neuesten Technologie, sie beleben und dominieren mit ihren bunten, bewegten Werbebotschaften und Veranstaltungshinweisen das Straßenbild und können zugleich auf einen kulturellen Beitrag verweisen, indem sie einzelnen Künstlern und inzwischen auf diese Medienorte spezialisierten Festivals¹³² öffentliche Flächen zur Verfügung stellen.

Das gesteigerte Interesse an einem zeitgemäßen Auftritt und damit an guter, interessanter oder auch spektakulärer Architektur bei den Unternehmen beeinflusst auch die Rolle der Kunst am Bau bei diesen. Dies gilt, auch wenn die Architektur schon immer das Erscheinungsbild der Unternehmen mit geprägt hat und schon immer von einigen Unternehmen mit dem entsprechenden Bedacht gebaut worden ist: „Die Großbanken suchen – wie andere Unternehmen auch – seit jeher den Dialog mit der Öffentlichkeit, da sie für ihren Erfolg der gesellschaftlichen Anerkennung bedürfen. Ihre Architektur war diesbezüglich immer ein wichtiges Medium.“¹³³ Nicht nur bei besonders an neuer Technologie, Mode und Design interessierten Unternehmen wird heute Architektur und das Design im Sinne der Marke, als Branding, eingesetzt. Es ist viel über die Versuche geschrieben worden, durch spektakuläre Architekturen Markenwelten zu kreieren¹³⁴. „Das Zusammenwirken von Markeninhalten und Architektur führt seit einigen Jahren zum Bau von spektakulären Erlebniswelten. Der Kunde wird eingeladen, die speziellen Markenwerte und das damit verbundene Lebensgefühl durch räumliche Inszenierungen vor Ort zu erleben. Vor allem die Automobilindustrie und die Modebranche setzen verstärkt auf Architektur als Medium zur Vermittlung ihrer Markenimages.“ Es fällt auf, dass gerade in den

¹³¹ 3D Brand Guidelines. Gestaltungsrichtlinien für den Markenauftritt im Raum, Version 1.0. 5.10.2006, hg. v. Julia Kratzer, Christina Krenzler, Brandmanagement, O2 GmbH, München 2006, S. 2.

¹³² Vgl. Urban Screening 2008.

¹³³ Ute Bopp-Schumacher, a.a.O., S. 30.

¹³⁴ Vgl. Hadi Teherani: Mythos Marke, in: Manager Magazin, 01.09.2004.

Bereichen wie der Automobilindustrie, in der viele Hersteller mittels besonders spektakulärer Architektur eine der Marke entsprechende Erlebniswelt zu schaffen versuchen, alle, bis auf eine wichtige Ausnahme – die Daimler AG –, alle auf Kunst am Bau verzichten. Bei ihnen wird die Architektur zum Teil eines Gesamtbildes, in das sich eigenständige Kunst nur noch schwer integrieren lässt. Und dennoch macht die Daimler AG mit der neuen Architektur des Mercedes Benz Museums in Stuttgart Untertürkheim deutlich, dass ein starker Markenauftritt und gute Kunst am Bau sich keineswegs ausschließen. Das 2006 vom UN Studio van berkel & bos, Amsterdam, fertiggestellte Museumsbau wurde und mit dem Ingenieurbau Preis 2006, dem Architekturpreis 2007, der Nominierung zum Mies van der Rohe Award 2007, dem Architekturpreis Beton 2008 und dem Deutschen Design Preis 2008 ausgezeichnet. Neben einigen klassischen, autonomen Kunstwerken, die für andere Zusammenhänge geschaffen wurden und die hier wieder eine prominente Aufstellung fanden, realisierte Franz Erhard Walter mit „Wortfeld“ eine raumgreifende konzeptionelle Textarbeit im Eingangsbereich, Walter Niedermayr mit „Artefakte 85/2005“ eine sechs Meter lange Panoramafotografie in einem Ausstellungsraum und Jan van der Ploeg eine großflächige „Wandmalerei No. 167 (grip)“ im Restaurant. Alle Arbeiten integrieren sich in die Architektur, indem sie wie z.B. die transparenten Plexiglasschilder Walters auf die rohe Betonfläche reagieren.

Bei den produzierenden Branchen realisieren auch die wenigen Unternehmen, deren mittelständische Eigner ein ausgesprochenes Kunst- und Architekturinteresse bekunden, eher selten Kunst am Bau. So lässt der Schraubenhersteller Würth seine weltweit entstehenden Produktionsstätten als aufsehenerregende Industriearchitekturen nationaler Architekten kreieren¹³⁵. Und obwohl er seine Werke in fast allen Ländern mit Kunstausstellungsräumen ausstattet, setzt er, trotz der einen oder anderen vereinzelt Skulptur vor den Häusern¹³⁶, nicht auf Kunst am Bau, sondern auf mobile Kunstwerke im Bau. Auch der Medizintechnikhersteller B. Braun aus Melsungen ergänzt sein herausragendes Architekturengagement mit Industriebauten von James Stirling oder Michael Wilford u.a. mit bildender Kunst, aber nur mit wenigen Kunst-am-Bau-Aufträgen.

Für einige Unternehmen mit besonders spektakulären Architekturen oder diejenigen, die wie Ernstings Family GmbH international bedeutende Architekten

¹³⁵ Vgl. Gottfried Knapp / Andreas Schmid: Bauen für die Welt-Architektur bei Würth, Künzelsau 2006.

¹³⁶ Ausnahmen sind die Skulpturen von Robert Jacobsen am Firmenhauptsitz in Künzelsau sowie Glasmosaiken von Christian Ludwig Attersee in Böheimkirchen, Österreich, die als Auftragswerke entstanden.

wie Santiago Calatrava oder David Chipperfield für ihre Verwaltungsgebäude verpflichtet, deckt gute Architektur durchaus alle ästhetischen Darstellungsansprüche ab. Einige designorientierte Hersteller – wie der Porzellanhersteller Dibbern GmbH mit einem Gebäude von Bothe Richter Teherani 1996 oder der Stadtmöblierer Benkert Bänke mit seinem Fabrikgebäude von Mario Botta – setzen ganz auf Architektur als Alleinstellungsmerkmal. Hier lässt sich daher die Frage stellen, ob etwa das Interesse an guter, besonderer Architektur ein Grund gegen Kunst am Bau ist?

Bei den letztgenannten Unternehmen spielt bei der Betonung von Architektur und dem gleichzeitigen Verzicht auf Kunst am Bau nicht nur die Produktnähe zu Architektur und Design eine Rolle. Denn zuweilen wird durchaus ästhetisch argumentiert, wie z.B. bei der Absage von Erfurt Tapetenfabrik: „Wir haben in unserer Fabrik keine Kunst am Bau realisiert, da wir uns gemäß unseres Kerngeschäftes ‚Rauhfaser‘ eher an klassischer Gestaltung orientieren.“¹³⁷ Es lässt sich auch eine interessante historische Entwicklung verfolgen, bei der sowohl Trends und ästhetische Moden als auch der mangelnde Qualitätsdiskurs zur Kunst am Bau seine Wirkung zu zeigen scheint. Denn Kunst am Bau gehörte Mitte des letzten Jahrhunderts für einige an Kunst und Architektur interessierte Unternehmer wie die Architektur zum ästhetischen Erscheinungsbild. So realisierten die beiden Porzellanhersteller, die Rosenthal AG in Selb und die Villeroy & Boch GmbH in Mettlach, in ihren Gebäuden nicht nur Wandbilder und Mosaiken in Keramik, sondern insbesondere die von dem selbst künstlerisch tätigen Philip Rosenthal geführte Rosenthal AG wurde zu einem wichtigen Auftraggeber für moderne Industriearchitektur und Kunst am Bau. Neben Fabrikgebäuden von Walter Gropius in den sechziger Jahren ließ Rosenthal in den siebziger und achtziger Jahren vor allem spektakuläre Fassaden an Produktionshallen und Verkaufshäuser von Otto Piene 1973, Victor Vasarely 1978-81, Friedensreich Hundertwasser 1982 und anderen gestalten. Auch bei Umbauten von Schloss Erkersreuth, dem Rosenthal Theater 1982 und einem Restaurant und Gästehaus in Selb, dem Rosenthal Casino 1987, wurden Künstler mit Kunst am Bau beauftragt. Auch wenn Publikationen und Internet-Homepage über die, vielfach nicht mehr in Firmenbesitz befindlichen Gebäude und Kunstwerke informieren¹³⁸, ist dieses Engagement heute für die Rosenthal AG nur noch Geschichte und wird aktuell nicht weiter kommuniziert¹³⁹.

¹³⁷ Lars Jentzen, Leiter Werbung, PR, Erfurt & Sohn KG, Schreiben vom 21.07.2008.

¹³⁸ <http://www.rosenthal.de/124/Architektur.htm> und <http://www.rosenthal-casino.de>

¹³⁹ Trotz dieser bedeutenden Tradition wurde eine Anfrage zum Thema Kunst am Bau 2008 nicht einmal beantwortet.

Ein solches Beispiel markiert neben der Veränderung der Unternehmenskultur, die Bedeutung des Einsatzes von engagierten Persönlichkeiten und den allgemeinen Strukturwandel auch den Bedeutungsverlust der Kunst am Bau in den achtziger Jahren. Nach einer besonderen Popularität von Kunst am Bau als auffälliger Fassadengestaltung in den siebziger Jahren kam es zu einem breiten Diskurs über die Aktualität architekturbezogener Kunst. Sie führte u.a. zu einer Ausweitung und Differenzierung von Kunst am Bau und Kunst im öffentlichen Raum in den kommunalen Richtlinien. Kunst am Bau galt dabei als überholtes Relikt einer sozialen Künstlerförderung, die sich weder mit dem Anspruch an eine ganzheitliche Architektur, noch dem Wunsch der Künstler nach integrativer Beteiligung der Kunst an der Umweltgestaltung vertrug¹⁴⁰. Erst Mitte der neunziger Jahren machten einige Großprojekte der Kunst am Bau für das Heizkraftwerk Mitte der BEWAG, heute Vattenfall seit 1995 oder für die Leipziger Messe 1996, innerhalb des künstlerischen Diskurses mit Kunstwerken und Kritikertexten deutlich, dass die im Rahmen von Baumaßnahmen beauftragten Installationen den gleichen Rang wie die inzwischen für Ausstellungsprojekte üblich geworden ortspezifischen Arbeiten erreichen konnten. Neben einer prominenten Künstlerauswahl, die mit der gleichzeitiger, internationalen Ausstellungsprojekte vergleichbar war, einflussreichen Kuratoren wie Kasper König und Brigitte Oetker, hochwertigen Dokumentationen und guter Pressearbeit, brachten sie Kunst am Bau überhaupt erst wieder in den aktuellen Diskurs ein. Da Kunst am Bau überdies eine solidere Finanzierung, einschließlich einer Honorierung und eine unvergleichbare Dauerhaftigkeit gegenüber der Ausstellungskunst aufwies, stieg das Interesse auch renommierter Künstler gewaltig. Auf Seiten der Auftraggeber hatte zudem die Ende der achtziger Jahre aufsteigende Zunft der Kunstberater dazu beigetragen, die oben ausführlich beschriebene Funktionalität spezifischer Auftragswerke hervorzuheben.

Die Vorgeschichte und kritische Beurteilung der Kunst am Bau wirkt heute insbesondere bei kunst- und architekturinteressierten Unternehmern nach. Einerseits haben sie Vorbehalte gegen Kunst am Bau als ästhetisches Auslaufmodell, gleichzeitig aber besteht der Bedarf nach einem architektonisch wie künstlerischen überzeugenden Gesamtauftritt. Im Idealfall wird Kunst direkt in die architektonische Gestaltung integriert wie bei der Erco Leuchten GmbH in Lüdenscheid: „unsere firmenarchitektur ist von einer kultur geprägt, die einen ästhetischen wert weniger durch die applikation von kunstwerken an

¹⁴⁰ Vgl. Ausführungen zum Diskurs über Kunst am Bau in: Claudia Büttner: Art Goes Public. Von der Gruppenausstellung im Freien zum Projekt im nicht-institutionellen Raum, Phil. Diss., München 1997, S. 140ff.

ansonsten möglicherweise banale Formen erzielen möchte, sondern den gesamten originär unternehmerischen Output von der Drucksache über die Produkte bis zu den Bauten auch unter kulturellen Aspekten betrachtet und entsprechend sorgfältig gestaltet“, so der Marketingleiter der Erco Leuchten GmbH in Lüdenscheid. Und entsprechend des immerhin schon 1975 von Ottl Aicher entwickelten Corporate Designs ließ das Unternehmen 2002 das Hochregallager „ERCO P3“ von Schneider + Schuhmacher Architekten mit integrierter Kunst – nämlich einer Lichtinstallation von Uwe Belzner – errichten. Dieses genauso zeichnerische wie funktionale Lichtkunstkonzept macht das Gebäude nicht nur nach außen sichtbar, sondern beleuchtet auch die Lagerarbeiten. Mit einem ähnlichen Ansatz wurde von dem Klassiker der Lichtkunst, James Turrell, ein Gesamtkonzept für die wechselnde Beleuchtung des Neubaus der Verbundnetzgas AG in Leipzig 1997 entwickelt. Zusammen mit den Architekten Becker, Gewers, Kühn & Kühn wurde ein System für das Gebäude des Versorgers entwickelt, bei dem der Energieeinsatz und das Lichtsystem mit Neonröhren auf Umgebungstemperatur, Witterung und Lichtverhältnisse reagieren. Neben der auffälligen Hervorhebung der Gebäude repräsentieren diese Kunstwerke die Unternehmen inhaltlich, indem sie auf die Produkte Energie und Lichtsystem eingehen, diese in ihrer funktionalen Eigenschaft betonen und auch wirklich funktional nutzen. Anders als viele der inzwischen verbreiteten Lichtilluminationen, die lediglich Architekturelemente wirkungsvoll hervorheben, stellen sie eine Einheit von Architektur und Kunst her. Es gibt eine ganze Reihe von Unternehmen, für die avancierte Architektur durchaus mit ebenso hochrangiger Kunst am Bau einhergehen muss. So integrierten insbesondere Großunternehmen, die in den letzten Jahren mit Neubauten wichtige architektonische Beiträge leisteten, Kunst am Bau: die HypoVereinsbank AG mit den Filialen Ungers in Düsseldorf 1991, von Richard Meyer in Luxemburg 1993, dem Kommunikations-Forum in Kempfenhausen von Hilmer & Sattler oder Herzog de Meurons Fünf Höfe 2004 in München; die Allianz AG mit Peter Lanz Neubau in Unterföhring, München 1998; die Victoria Versicherung mit dem Bau von HPP Architekten in Düsseldorf 1998; die RWE mit ihrem Turm von Christoph Ingenhoven in Essen 1998; die Daimler Benz AG mit der Architektur von Renzo Piano am Potsdamer Platz in Berlin 1999; die Düsseldorfer Stadtwerke mit dem Bau von Christoph Ingenhoven 2001; die Münchner Rückversicherungs-AG mit einem Neubau von Baumschläger & Eberle 2002; die Lufthansa mit ihrem Aviation Center von Christoph Ingenhoven 2005 in Frankfurt. Oft schwingt bei den Begründungen für anspruchsvolle Kunst auch die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen für das Stadtbild durch: „Eine funktionale, an den Idealen der klassischen Moderne orientierte Architektur findet

Antwort und Ergänzung in Kunstwerken, die von einem autonomeren Standpunkt aus zeitgenössische Positionen formulieren. Akzentuierend, rhythmisierend und belebend schreibt sich die Kunst in den Räumen ein. [...] Wer als Bauherr seine Verantwortung für Lebensgefühl und Charakter einer Stadt ernst nimmt, darf nicht agieren, als befände er sich im luftleeren Raum. Kunst und Architektur müssen sich Traditionen, Hoffnungen und Visionen des Ortes auseinandersetzen, den sie mitgestalten.“¹⁴¹ Kunst wird gegenüber der Architektur vielfach als wichtige emotionale, menschliche Komponente gesehen: „Wer sich der mächtigen Zentrale des größten deutschen Wohngebäudeversicherers nähert, soll erfahren, was Architektur allein nicht zu schaffen vermag – der Mensch steht im Mittelpunkt unseres Handelns“¹⁴², so der Vorstandsvorsitzende der Sparkassenversicherung zu den Stelzenfiguren Stefan Balkenhols.

Sollte die Kunst nicht nur monolithisch vor den Unternehmensfassaden stehen, sondern sich in die in die neue Unternehmensarchitektur integrieren, dann war auch ein erweitertes Verständnis von der Repräsentation bei den Unternehmen nötig. So konnte statt prominent platzierten, aber künstlerisch nicht mehr zeitgemäßen Fassadenschmuck wie Bildreliefs und Portalskulpturen, neue Formen der architektonisch eingebundenen Kunst an den Fassaden entstehen. Sehr avancierte Beispiele sind Olafur Eliassons „Mooswand“ von 2002 am Neubau der Münchener Rückversicherungs-AG oder Liam Gillicks „Four Levels of Exchange“ von 2006 an den Stützen des Lufthansa Aviation Centers in Frankfurt. Beide Werke sind gute Beispiele für thematische Arbeiten, die sich dezidiert inhaltlich mit den Unternehmen selbst auseinandersetzen. Eliasson nimmt mit der Installation von lebendem Moos auf der Fassade eine alte Tradition des Unternehmens, nämlich Naturelemente und -prozesse als Anlass der Regulierungsschäden in das Kunstwerk auf. Anders als auf den illustrativen Wandbildern der 1910er Jahre werden hier komplexe Prozesse selbst sichtbar. Liam Gillick gibt mit seinen vier Schriftbändern mit Texten wie „one unit of energy one unit of output“ Leitsätze einer Idee des ökonomischen Kräftegleichgewichts wieder, wie sie in früheren Zeiten durchaus über einem Eingangsbereich platziert worden sein könnten. Formal passt sich die Arbeit in Farbe und Materialität der Architektur und dem Corporate Design der Lufthansa an. Generell gibt es wenige skulpturale Arbeiten an den Fassaden neuer Architektur. Dies ist vor allem dem Trend zum Glas, zu transparenten Eingangshallen und

¹⁴¹ Dr. Eberhard Martini, Vorstandssprecher Bayerische Hypotheken und Wechselbank: Vorwort, in: Kunst und Baukunst. Hypo-Bank 2, hg. v. Bayerische Hypotheken und Wechselbank, München, Hans-Michael Besig, Texte Katharina Hegewisch, 1995, S. 7.

¹⁴² Reinhard Schäfer, ehemals Vorsitzender des Vorstands, SV Sparkassenversicherung, in: Sparkassenkunst, hg. v. Deutscher Sparkassenverlag DSV Kunstkontor, Stuttgart 2007, S. 141.

offenen Atrien geschuldet. Einige Künstler haben sich jedoch inhaltlich und formal, wie Beat Streuli mit seinen Fotoporträts, auf diese Arbeit an gläsernen Fassaden und Wänden spezialisiert.

1.5. Kunst am Bau als räumliche Orientierungshilfe

Ein wesentlicher Grund für Kunst am Bau bleibt bei privaten Unternehmen nach wie vor die ihr oft vorgeworfene Lückenbüßerfunktion. Sie soll architektonisch ungelöste Bereiche verschönen, Räume in ihrer Wahrnehmung erweitern oder die Aufenthaltsqualität erhöhen. So argumentiert auch die GASAG AG:

„Ausgangspunkt für dieses Projekt ist der Firmensitz des Unternehmens. [...] Das Shell-Haus, von Emil Fahrenkamp in der Zeit von 1930 bis 1932 erbaut, besticht von außen durch die abgerundeten Ecken und die zum Ufer abtreppe Fassade, die sich wunderbar an den leichten Schwung des Kanallaufs anlehnt. Im Innern des Gebäudes beherrschen jedoch lange beige Flure mit grauen Türen das eher eintönige Bild und führen so zu einem nüchternen Innenraum. Die Idee des Projektes „Kunst im Bau“ ist, diese Flure und Treppenhäuser des GASAG-Hauses auf sechs Etagen mit hochwertiger zeitgenössischer Kunst auszustatten.“¹⁴³ Handelt es sich nicht um repräsentative Kunst vor den Verwaltungsbauten oder in den Eingangshallen der Unternehmen, dann wird Kunst am Bau zur Dekoration von Kantinen und Sitzungssälen, vor allem aber zur Gestaltung eintöniger Flure und langer unterirdischer Gänge in monotonen Verwaltungsbauten eingesetzt. Ihre Funktion ist hier neben der Dekoration die Orientierungshilfe und Identifikation von Orten in den ansonsten anonym gestalteten Räumen im Betrieb. Im Gegensatz zur öffentlichen Hand wird Kunst am Bau in den Unternehmen relativ oft erst nach der Fertigstellung von Gebäuden, nach Umbauten und Umnutzung alter Bauten beauftragt. Doch nicht nur im Nachhinein wird der Kunst diese Funktion einer Orientierungshilfe zugewiesen, wobei sich gleichzeitig der Identifikation von Orten dient. So formulierte es bereits Klaus Gallwitz, Kunstvermittler und Berater bei der Einrichtung der sicher bekanntesten Unternehmenskunstsammlung in den neuen Bürotürmen der Deutschen Bank 1987: „Die Baupläne machen deutlich, dass der Kunst im Neubau statt dekorativer Aufgaben eine funktionale Bestimmung zufallen muss, indem sie zur Unterscheidung und zur Identifikation der ansonsten gleichartigen Geschosse in beiden Türmen beiträgt.“¹⁴⁴ Während dort die Künstler der Papierkunstsammlung den Stockwerken sogar ihren Namen geben, charakterisieren andernorts eigens geschaffene Kunstwerke Treppenhäuser,

¹⁴³ <http://www.gasag.de/de/privatkunden/unternehmen/sponsoring/kultur/index.doc.html>

¹⁴⁴ Klaus Gallwitz: Zeitgenössische Kunst am Arbeitsplatz, in: Zeitgenössische Kunst in der deutschen Bank Frankfurt, Frankfurt 1987, S. 9-22, S.10

Büroetagen und Arbeitsbereiche. So wurden die verschiedenen Treppenhäuser im Neubau der Münchener Rückversicherungs-AG in München 2002 mit Wandmalereien von Peter Kogler, Felice Varini und Aribert von Ostrowski gestaltet. Ganze Verwaltungshäuser mit ihren endlosen Bürokorridoren erhalten über die Gestaltung eine innere Struktur wie bei Allianz in Berlin, wo sich durch die Kunst Stockwerke und Gebäudeausrichtung identifizieren lassen. Besondere Bedeutung und Wirkung erzielt die Kunst am Bau, insbesondere die Lichtkunst in den langen Gängen der Bürobauten. Die wichtigsten Protagonisten der Lichtkunst konnten hier große permanente Arbeiten schaffen wie Maurizio Nannucci mit „NOITTISOPPOSEDARTSEES“ 1995 in einem acht Meter langen, James Turrell mit „The Inner Way“ 1999-2001 in einem 15 Meter langen Gang und Keith Sonnier mit „Verbindung RotBlauGelb“ 2002 in einem weiteren unterirdischen Gang zwischen Gebäuden der Münchener Rückversicherungs-AG.

1.6. Kunst am Bau zur Internen Kommunikation und Mitarbeitermotivation

„Die künstlerische Ausgestaltung des Dienstleistungszentrums der Allianz-Versicherungs-AG in Berlin geht über die Ziele einer Unternehmensprofilierung durch Kunst hinaus: Kunst wird hier weitgehend in die Arbeitswelt ‚hereingelassen‘ und als Mittel der Orientierung, ‚Schule der Wahrnehmung‘, als Stimulans für Kommunikation und Kreativität der Mitarbeiter und als ‚Brücke‘ zur Verständigung mit Kunden und Öffentlichkeit gezielt, installiert und eingesetzt.“¹⁴⁵ Doch nicht nur architektonische Schwachstellen soll die Kunst am Bau verbessern. Indem sie wichtige soziale Orte in den Unternehmen, wie Kantinen und Sitzungszimmer gestaltet, richtet sie sich direkt an die Mitarbeiter. „Sie soll animieren, das Urteilsvermögen im Umgang mit aktueller Kunst zu schärfen, die Begegnung mit ihr auch an anderen Orten zu suchen und damit nicht zuletzt ein wenig beitragen, fremden Ausdruckswillen zu tolerieren. Die Quelle von Ideenreichtum, einer guten Arbeitsatmosphäre und eines erfrischenden Lebensgefühls entspringt nicht unbedingt der Arbeitswelt, sondern den Köpfen und Herzen unserer Mitarbeiter. Sie hoffen wir, mit Kunst zu stimulieren. Ein deutliches Element in unserer Unternehmenskultur ist die Bereitschaft, sich offen mit zeitgenössischer bildender Kunst auseinander zusetzen. [...] Kunst ist uns Anlass zur Kommunikation, Chance der Teilhabe am kulturellen Leben.“¹⁴⁶ So wie der Aufsichtsratsvorsitzende der Axa AG betonen viele Unternehmensführungen die Bedeutung der Kunst für die interne Unternehmenskommunikation. „Einen großen Teil seines Lebens verbringt der Mensch im Büro, an seinem Arbeitsplatz.

¹⁴⁵ Joachim Rossbroich, a.a.O., S. 11.

¹⁴⁶ Claus-Michael Dill, Aufsichtsratsvorsitzender: Die unmittelbare Nähe zur Kunst, in: Axa Art. Corporate Collecting Today, hg. v. Axa Art Versicherung AG, Köln 2001, S.10-11, S.10.

Darüber hinaus schaffen räumliche Nähe und inhaltliche Auseinandersetzung mit Kolleginnen und Kollegen ein Netz sozialer Beziehungen und Zusammenhänge, die häufig genug auch im privaten Bereich an Bedeutung gewinnen. Ein Arbeitsplatz ist immer auch ein ‚Lebensplatz‘ und damit ein weiterer Lebensmittelpunkt. Daraus ergeben sich für ein Unternehmen wie die Victoria Verpflichtung und Chance zugleich. Einer langen Tradition folgend ist die Gestaltung der Arbeitsplätze für sie ein zentrales Thema – und dabei geht es nicht nur um ergonomische Büromöbel oder optimales Raumklima.¹⁴⁷

Die Kantinen gehören zu den bevorzugten Orten in den Unternehmen, die mit Kunst sowie integrierter Kunst am Bau ausgestattet werden, meist mit formalen, dekorativen Arbeiten wie Ulrich Erbens Wandgestaltung 1997 in der Kantine der RAG, heute Evonik AG, in Essen, Thomas Demands Fotowände der Kantine im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt 2006, die gläserne Wand von Andreas Horlitz in der Kantine der E.ON Energie AG in München und Klaus Staudts verschiebbare Glaswände in der Kantine der Allianz AG in Berlin. Zuweilen ist die Kunst dabei auch unterhaltsam wie die szenischen Installationen in den Innenhöfen von Juan Munoz, 2000 bei Allianz AG in München oder von Pia Stadtbäume bei der WWK Versicherung, München.

„mit kunst in der arbeitswelt kommen die bauherren nicht nur ihrer mitverantwortung für kultur nach, sie profitieren auch davon: mehr anregung, mehr freude, besseres klima, mehr motivation“¹⁴⁸, so Michael Tacke. Tacke entwickelte als kunstinteressierter Zweigstellenleiter der Siemens AG in München in den achtziger Jahren das Programm „Büro Orange“, benannt nach einem Teppichbelag der Büroräume. Dazu lud er Künstler und Künstlerinnen ein, Kunst am Arbeitsplatz zu entwickeln. Unabhängig vom Kulturprogramm des Unternehmens widmete er Mittel zur Büroausstattung um und setzte sie statt für Jalousien für Kunstaufträge auf Glasfenstern, Wänden und Türen ein. Er startete damit eine ästhetische Kampagne, die alle Bereiche der Arbeitswelt und die Mitarbeiter einschloss. Kunst am Bau sollte den Dialog und die Kommunikation anregen, Anstöße und Reflexionen ermöglichen. Tacke ging es nicht nur um die nachträgliche ästhetische Verbesserung der Arbeitsumwelt, sondern er setzte sich auch außerhalb des Unternehmens für die Förderung künstlerischer Produktion ein. Als Mitglied des Kulturkreises des BDI gelang es ihm 1992 auch, das Thema Kunst am Bau in Privatunternehmen durch Ausstellungen,

¹⁴⁷ Der Vorstand, Victoria Versicherung: Ort der Begegnung, in: Zeitzeichen. Victoria – Kunst und Architektur. Ein Überblick über die Kunst und Architektur der Victoria-Hauptverwaltung in Düsseldorf, hg. v. Victoria Versicherungsgesellschaften, Düsseldorf 2000, S. 7.

¹⁴⁸ Michael Tacke, Büro Orange, <http://www.buero-orange.de/ziele.html>

Publikation, öffentliche Veranstaltungen und Führungen zu Originalwerken in den Unternehmen ins öffentliche Bewusstsein zu bringen¹⁴⁹.

Gleichwohl ist auch seiner Mission ein kulturpädagogischer Eifer zueigen, der an patriarchale Unternehmergenerationen früherer Zeiten erinnert. So stattete die Unternehmerin Ruth Merckle die Gebäude der Firma Merckle Ratiopharm mit folgender Zielsetzung mit Kunst aus: „Durch die Kunst werden Arbeitsplätze schöner – Kunst regt an, fördert die Kreativität.“¹⁵⁰ „In den Büros, in den Fluren und den Zugängen zur Produktion, soll sie Anregung geben, Kunst zu sehen, zu erleben, sie zu erfassen. Dadurch wird eine Vorliebe und auch Geschmack entwickelt, Andersartiges zu tolerieren. Sobald die Gleichgültigkeit weicht und die Mitarbeiter sich mit dem Bild auseinandersetzen, sie ihre Begeisterung oder ihr Missfallen äußern, ist viel gewonnen.“¹⁵¹

2. Realisierung von Kunst am Bau bei privaten Unternehmen

In den letzten Jahrzehnten ist von Studie zu Studie eine Zunahme von Auftragsarbeiten zu verzeichnen. Denn obwohl die Unternehmen mehr Geld in die direkte Künstlerförderung und Veranstaltungen steckten, gaben 1987 bei Fischer¹⁵² 25 % der Unternehmen an, Kunst anzukaufen und 18 % Künstler zu beauftragen. 1991 bei Becker gaben bereits 67 % der Unternehmen an, Ankäufe zu tätigen und 41% bestätigten, Kunstaufträge zu vergeben. Obwohl selbst große Skulpturen für Vorplätze, Atrien und in den Bau integrierte Gemälde von Firmeneignern oder Beratern über Galerien angekauft wurden, handelt es sich doch bei der überwiegenden Anzahl der baubezogenen Arbeiten um Auftragsarbeiten. Während sich die Initiative und Verantwortung sich bei den Unternehmen trotz unterschiedlichster Branchen und Größen strukturell kaum unterscheidet, gibt es bei den Verfahren, die Kunst auszuwählen, eine größere Bandbreite.

2.1. Initiative und Entscheidungsstrukturen

Die Beauftragung von Kunst am Bau lässt sich zwar mit unternehmerischen Zielen verbinden, entspringt aber dem persönlichen Kunstinteresse einzelner Entscheidungsträger. Da auch die meisten Großunternehmen, die heute Kunst am Bau realisieren, ihre Sammlungstätigkeit bereits früh begannen, richtet sich der Blick bei der Frage nach Ursprung, Anlass und Motivation der Kunstaufträge

¹⁴⁹ Gestaltete Räume in München 1984-92, hg. v. Büro Orange, Siemens München, München 1992.

¹⁵⁰ Ruth Merckle: Kunst, die im Leben steht, in: SkulpturenPark. Merckle-Ratiopharm, hg. v. Merckle GmbH, Ulm 1998, o.S.

¹⁵¹ Kunst am Arbeitsplatz in der Firma Merckle/ratiopharm, o.J., o.S.

¹⁵² Heinz H. Fischer: Kulturförderung durch Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland: empirische Bestandsaufnahme und Ausblick, Diss. Phil., Köln 1989.

auf kleine und mittlere Unternehmen. Initiator für Kunstankäufe und Aufträge ist bei kleinen und mittleren Unternehmen stets die Geschäftsleitung. Einzelne kunstinteressierte Geschäftsführer oder deren Ehefrauen befürworten die Ausstattung der Geschäftsräume mit Originalkunst und beginnen mit mehr oder weniger professioneller Beratung bei der Kunstauswahl. Damit neben der mobilen Graphik und Malerei auch Kunst-am-Bau-Aufträge ins Blickfeld kommen, bedarf es fast immer des eigenen Gebäudes. Es gibt nur sehr wenige Ausnahmen von Unternehmen wie der GASAG AG, die Kunst am Bau in großem Umfang für ein nur angemietetes Verwaltungsgebäude in Auftrag gab und damit auch beim Umzug in eine neue Verwaltungszentrale in den kommenden Jahren einige Probleme in Hinblick auf den Umgang mit der stationären Kunst bekommen wird. Mit der aktuellen Situation, dass viele, selbst größte Unternehmen wie die Linde AG oder die MAN AG ihre Konzernzentralen in Mietobjekten unterbringen, gehen sowohl für die Architektur als auch für die Kunst am Bau wichtige Möglichkeiten, für repräsentative und individuelle Ausdrucksformen verloren. Dies bedeutet für die Städte die Anhäufung gleichförmiger Verwaltungsbauten, die sich mit etwas Glück durch den Personalstil von Architekten, nicht aber fundamental durch die Haltung und die Geschäfte ihrer Nutzer unterscheiden. Für die Kunst am Bau bedeutet dieses Mobilitäts- und Flexibilitätscredo, dass sie seltener in Betracht gezogen wird als bei der Schaffung individueller Firmensitze, da die Baufirmen lediglich im Auftrag zu handeln: „Wir realisieren Kunst am Bau nur im Rahmen von Bauaufträgen auf Beauftragung unserer Kunden – z.B. Immobilien-Entwickler – hin“¹⁵³, so Regina Reiter, Leitung von Marketing und Kommunikation bei der Bilfinger und Berger AG. Die großen Projektentwickler selbst zeigen kein Interesse, ihre Objekte mit Kunst am Bau auszustatten und anzubieten: „HOCHTIEF realisiert Projekte als Generalunternehmer. Das heißt: Wir setzen im Auftrag unserer Kunden bei manchen Projekten Kunst am Bau um. Wir beauftragen die Künstler aber nicht. Unsere Schwesterfirma HOCHTIEF Projektentwicklung übernimmt zwar selbst die Bauherrenfunktion. Da diese Objekte aber vor allem eine hohe Rendite erzielen müssen, ist für Kunst am Bau kaum Platz.“¹⁵⁴ „Grundsätzlich spielt Kunst am Bau bei unseren Development-Projekten keine Rolle. Allerdings sind wir auch Immobilien-Bestandshalter und im Fondsgeschäft Immobilien-Verwalter. Darunter dürften sich angesichts von mehreren hundert Gebäuden auch solche mit Kunst am Bau befinden. Darüber gibt es allerdings weder einen systematischen Überblick noch einen zentralen Ansprechpartner. Und klar ist auch, dass das Unternehmen IVG keine

¹⁵³ Regina Reiter, Leitung Marketing und Kommunikation, Bilfinger Berger AG, Frankfurt, Schreiben vom 29.11.2007.

¹⁵⁴ Dr. Bernd Pütter, Leiter Kommunikation, Hochtief Construction AG, Essen, Schreiben vom 16.11.2007.

entsprechende geschäftspolitische Richtung verfolgt.“¹⁵⁵ Die wenigen Kunst am Bau Projekte in den Mietimmobilien kommen auf Wunsch der Mieter, meist in der letzten Realisierungsphase in die mehr oder weniger fertigen Bauten, schmücken dann die Vorplätze, Atrien oder Lobbys wie die Edelstahlbrunnenplastik von Christopher Klein für den Steidle-Bau der neuen Zentrale der Linde AG im Münchner Stadtzentrum.

Ist die Voraussetzung eines eigenen Gebäudes gegeben, beginnen fast alle Unternehmen zunächst mit der dekorativen Ausstattung von Geschäftsräumen mit Graphiken oder Gemälden, bevor raumbezogene Arbeiten als größeres Projekt in Betracht gezogen werden. Anlass für die Beauftragung von Kunst am Bau ist am häufigsten der Neubau oder die Umgestaltung vorhandener Gebäude. Dies betrifft alle Unternehmensgrößen gleichermaßen. So beauftragte das DAX30-Unternehmen Linde AG 2008 anlässlich ihres Umzugs in eine neue Konzernzentrale erstmals einen Künstler genauso wie die Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH in Köln anlässlich ihres Einzugs in ein Bürogebäude am Hafen.

Entscheidend für das Zustandekommen von Kunst am Bau sind die Geschäftsführer oder Vorstände eines Unternehmens. Insbesondere wenn es um mehr, als den Ankauf eines mobilen Ausstattungsstückes geht, ist nicht nur die Zustimmung der Geschäftsführung notwendig, sondern von dort geht auch die Initiative zu größeren Projekten aus. Während in kleineren und mittleren Betrieben häufig kunstinteressierte Unternehmer (z.B. der Hotelier Felix Schlatter beim Hotel Wedina in Hamburg, Walter Schatt bei der Schattdecor AG in Thansau, Heiner Wemhöner bei der Heinrich Wemhöner GmbH & Co KG Maschinenfabrik in Herford und Klaus Heubeck bei der Heubeck AG in Köln) Kunstaufträge initiieren, spielen auch bei einigen weltweit agierenden Großunternehmen nach wie vor die Eigentümer diese Rolle, wie Reinhold Würth bei der Adolf Würth GmbH & CO KG in Künzelsau. In großen Unternehmen traten kulturinteressierte Vorstände (z.B. Klaus Bechtold von der Bewag AG, heute Vattenfall, Herbert Zapp bei der Deutschen Bank, Edzard Reuter bei der Daimler AG) oder Vorstandsvorsitzende (Henning Schulte-Noelle bei der Allianz AG, Lothar Späth bei der Jenoptik AG, Reinhard Fuchs bei der WWK) für die Durchführung von größeren Kunstprojekten ein. „Vieles hängt von den Visionen, den Neigungen und dem Kulturverständnis derer ab, die in den Chefetagen sitzen. Das Maß an Kunstsinn, das in den Vorstandsbüros herrscht, entscheidet über das Klima für oder gegen Kunst in einem ganzen Haus. Leicht kann es zur Krise kommen,

¹⁵⁵ Dr. Knut Hansen, Leiter Presse und Interne Kommunikation, IVG Immobilien AG, Bonn, Schreiben vom 17.07.2008.

wenn die Topmanager wechseln. Allerdings hat sich mittlerweile herumgesprochen, dass sich eine Kunst im oder am Bau, die nichts als Dekoration oder schöner Schmuck sein will, mit einer innovativen Unternehmensführung kaum vereinbaren lässt. Die Kunst ist zum Gradmesser der Markttauglichkeit der Unternehmen geworden.¹⁵⁶ Insbesondere bei der Würdigung einzelner Persönlichkeiten finden sich immer wieder Hinweise auf ihre entscheidende Rolle bei der Beauftragung von Künstlern, „Nicht zuletzt ist Dr. v. Tippelskirch aber auch Kunstliebhaber. [...] Die Liebe zur Kunst zeigt sich aber auch an der im Jahre 1997 errichteten neuen Verwaltungszentrale der IKB, die unter seiner Ägide entstand. Vor allem zahlreiche junge Künstler der Kunstakademie Düsseldorf wurden seinerzeit damit beauftragt, das ‚Innenleben‘ des Gebäudes auszugestalten.“¹⁵⁷ Dennoch wird der Einfluss persönlicher Neigungen auf das unternehmerische Handeln nicht gerne eingestanden und selbst die genannte Studie von Roland Berger und dem Schweizerischen Institut für Kunstwissenschaft – und dem muss widersprochen werden – hebt hervor, „dass die Kulturaktivitäten der Unternehmen unternehmerisch – und nicht persönlich – motiviert sind.“¹⁵⁸ Diesen Widerspruch zwischen Selbstauskunft und Unternehmenswirklichkeit stellte Bettina Becker in ihrer Untersuchung zum Kulturengagement schon 1994 fest: „Nur 19,4 % der Unternehmen geben eine Präferenz der Unternehmensleitung für Bildende Kunst als Motiv für ihr Engagement an, während ein Ergebnis der qualitativen Einzelstudien (Deutsche Bank, Daimler-Benz, König Brauerei, Würth u.a.) ist, dass hauptsächlich das persönliche ‚Interesse an der Kunst an sich‘ von Vorständen, Geschäftsführern oder Direktoren die Prämisse für unternehmerisches Kunstengagement ist. Diese Differenz wurde ebenfalls von Duhme (1986, S. 949 und Fischer (1989, S.121 ff.) festgestellt,“¹⁵⁹ Beckers Fazit schon damals: „Bei dem Aufbau von Kunstsammlungen in Unternehmen handelt es sich also in der Regel nicht um ‚Corporate Collecting‘ wie Lippert (1990) schon im Titel seines Buches nahe legt, sondern um ‚personal Collecting in corporations‘.“¹⁶⁰ Die eingehendere Beschäftigung mit der Kunst am Bau in den Unternehmen bestätigt die Bedeutung der persönlichen Ambition einzelner Persönlichkeiten im Vorstand, der Geschäftsführung oder bei den Besitzern von Unternehmen. „Das ist schon sehr

¹⁵⁶ Michael Hierholzer: Lieber Kunst im Haus als Schrott am Bau, in: F.A.Z., 12.04.2007, Nr. 85 / Seite K3.

¹⁵⁷ Dr. Alexander v. Tippelskirch erhält Bundesverdienstkreuz, Pressemitteilung, I KB Deutsche Industriebank AG Düsseldorf 5. Sept. 2005.

¹⁵⁸ Kulturengagement von Unternehmen, a.a.O., S. 9.

¹⁵⁹ Bettina M. Becker, a.a.O., S. 73.

¹⁶⁰ Ebenda.

stark mit seiner Person verbunden“¹⁶¹, betont die Kunstexpertin der Jenoptik AG, Anna-Maria Ehrmann-Schindlbeck die Rolle des Vorstandsvorsitzenden Lothar Späth für das Zustandekommen von Kunst am Bau. Auch für das Fortbestehen und den weiteren Umgang mit den Kunstwerken wird die Bedeutung des Rückhalts in der Geschäftsführung und im Vorstand von den Kunstsachverständigen in den Unternehmen immer wieder hervorgehoben. Der Bedeutung der Führungskräfte spiegelt sich auch in der Lektüre der Kataloge und Dokumentationen. Hier sind immer wieder begeisterte Erfahrungsberichte von Vorstandmitgliedern und Geschäftsführern aus der Einrichtungsphase eines Neubaus oder der Aufbauzeit eines Werkes zu lesen. Es wird von Atelierbesuchen berichtet, von der Auswahl der Kunst und der Diskussion mit den Beratern oder vom Blick über die Schulter der Künstler bei der Arbeit vor Ort. In den Texten schwingt immer auch etwas von der Hochachtung des Genies und der Verwunderung mit, es hier mit einem ganz normal agierenden Produzenten zu tun zu haben. „Es war erfreulich, in Frank Stella einen Mann kennenzulernen, mit dem man spontan in Kontakt treten und offenherzig zusammenarbeiten kann. Beeindruckt war ich auch von der Konsequenz und professionellen Präzision, mit der er seine Werke entwickelt und umsetzt.“¹⁶²

Häufig gibt es, über den persönlichen Vorschlag oder die einmalige Bereitstellung von Mitteln hinaus, keine Strukturen für die Beauftragung von Künstlern. Aber während Becker 1994 noch einem großen Anteil bei Ankäufen und Aufträgen unabhängig handelnder Unternehmer fand - bei „34,5 % handelt es sich meist um Unternehmenseigentümer, die selbst entscheiden“¹⁶³, so zeigt sich hier eine deutliche Professionalisierung. Von den 87 Unternehmen, die Kunst am Bau realisierten, lassen 23 diese von internen Kunstsachverständigen betreuen. Die Beispiele für Direktaufträge für Kunst am Bau, die von den Geschäftsführern oder Eignern von Unternehmen vorgenommen, finden sich weiterhin in kleinen und mittleren Unternehmen, inzwischen aber häufiger gestützt von professioneller Beratung. Während in den Großunternehmen zu Teil bereits eine zweite Generation Verantwortlicher, diesmal professionell ausgebildete Kunsthistorikerinnen und Kunsthistoriker die Kunstsammlungen und Kulturaktivitäten leiten, haben in den letzten Jahren weitere Unternehmen eigene Fachkräfte auch auf Honorar und Stundenbasis eingestellt, ihre Kunst

¹⁶¹ Gespräch Ehrmann-Schindlbeck, Gespräch in: Torsten Blanke: Unternehmen nutzen Kunst: neue Potentiale für die Unternehmens- und Personalentwicklung, Stuttgart 2002, S. 276-281, S.276.

¹⁶² Jürgen Richter, Vorstandsvorsitzender, Axel Springer Verlag AG: Das Projekt., in: Frank Stella. Lilar. Installation in der Empfangshalle des Axel Springer Verlages, Berlin 1997, S. 5-7, S. 7.

¹⁶³ Bettina M. Becker, a.a.O., S. 80.

professionell zu betreuen. Sie sind bei Neu- und Umbauten meistens auch für Kunst am Bau Aufträge zuständig. In Absprache mit den internen Bauabteilungen, den späteren Raumnutzern und dem Vorstand können sie oft eigene Konzeptionen erarbeiten und Künstlervorschläge unterbreiten. Die Position der Kunstexperten, die es nach dem Anwachsen der zunächst vereinzelt und spontan zusammengetragenen Sammlungen gibt, trägt der besonderen Stellung der Kunst im Unternehmen Rechnung. Interne Kunstabteilungen sind entweder im Bereich der Unternehmenskommunikation, der Presseabteilung und des Marketings angesiedelt, andererseits oder aber auch als lose Sonderstruktur dem Unternehmensleiter, der Geschäftsführung oder dem Vorstand direkt unterstellt. Nachdem der erste Zuständige für Kunst bei Daimler-Benz, Hansjörg Baumgart, zunächst noch der Leiter des Hauptsekretariats war, ist die Abteilung Kunstbesitz bei der Daimler AG heute eine von 13 Direktionen.

Aufgrund der schwierigeren wirtschaftlichen Lage, der Konzentration und der Globalisierung der Unternehmen tendiert die aktuelle Entwicklung eher zu einem Mitarbeiterabbau, der auch bei den Kulturprogrammen und Kunstabteilungen zu spüren ist. So besteht die in den seit 1996 auf sechs Mitarbeiter angewachsene Abteilung Kunstabteilung bei der Münchener Rückversicherungs-AG, die nach Umstrukturierung Teil des Corporate Marketing ist, heute nur noch aus der Leiterin Susanne Ehrenfried. Sie beklagt wie viele andere Kunstvermittler, dass heute vor allem danach gefragt würde, „Wo zahlt die Kunst ein?“¹⁶⁴ Kunst stehe nicht in Frage, spiele aktuell aber auch in den Großunternehmen eine untergeordnetere Rolle. Kunst muss sich aktuell stärker legitimieren, muss wieder stärker die Kernbotschaften des Unternehmens vermitteln: Solidität, Tradition, Vertrauen, Nachhaltigkeit. Die unsichere Marktsituation und damit verbundene Aufgabe von Filialen führt unter anderem auch zur Zurückhaltung bei der Kunst am Bau. So weist Bärbel Kopplin von der HypoVereinsbank auf die Vorgabe des Vorstands hin, lieber mobile und weniger ortsgebundene Kunst in Auftrag zu geben¹⁶⁵. Gerade die Kunst am Bau scheint unter veränderte Zielvorgaben nach Unternehmensumstrukturierungen besonders zu leiden. So gibt es z.B. bei der deutschen Telekom seit fünf Jahren kein Kunstbudget mehr. Da bei der Kunst am Bau keine Wertsteigerung zu erwarten sei, wird hier sogar über den Verkauf nachgedacht, so Rolf Eissrich von der Telekom AG¹⁶⁶. Der einzige, der das Ende einer vormals größeren Kunst-am-Bau-Tradition seines Unternehmens inhaltlich

¹⁶⁴ Susanne Ehrenfried, Gespräch am 14.10.2008.

¹⁶⁵ Bärbel Kopplin, Gespräch am 16.09.2008.

¹⁶⁶ Rolf Eissrich, Gespräch am 30.07.2008.

begründet, ist der Leiter des Arts Programme der Siemens AG. Für Michael Roßnagl ist Kunst am Bau eine ästhetisch überholte Kunstform¹⁶⁷.

Die Entscheidung über Kunst am Bau liegt weiterhin bei den Vorständen, Geschäftsführern oder Beisitzern. Nur wenige Kunstabteilungen können hier so eigenständig entscheiden wie z.B. die Leiterin der Abteilung Kunstbesitz der Daimler AG, die keine Kommission konsultiert und die Auswahl neuer Kunst am Bau lediglich mit den betroffenen Unternehmensbereichen abstimmt. „Kulturengagement ist Chefsache“, bestätigt auch die Untersuchung von Roland Berger 2004, die darauf verweist, dass es „mehrheitlich keine eindeutigen Strukturen und Verantwortlichkeiten“ gebe und vor allem die Budgetverantwortlichkeit bei der Geschäftsleitung läge¹⁶⁸.

Zu den Budgets und Kosten der Kunst am Bau war kaum etwas von den Unternehmen zu erfahren, außer dass Kunst am Bau entweder aus den Baukosten oder aus einem eigenen Kunstbudget finanziert und unterhalten wird. Lediglich der Hinweis auf die Honorierung von Entwürfen war einigen wichtig. Die wenigen konkreten Angaben der Heinrich Böll Stiftung, der Schufa AG und der ECE Projektmanagement GmbH weisen Gesamtkosten von 50.000 €, 100.000 € und 300.000 € für ein Kunstwerk, inklusive Honorar aus. Über Verfahrenskosten, Wartungs- und Unterhaltskosten gibt es keine Angaben.

2.2. Berater

In vergangenen Jahrzehnten beruhten die Kunstbeauftragungen meist auf externen, häufig eher zufällig, durch persönliche Bekanntschaften und Empfehlungen zustande gekommenen Beratungen, wie es ein Zitat zum Neubau der Allianz in Oberföhring 1998 belegt: „Für die Auswahl der Kunst konnten wir uns auf kompetenten Rat stützen. Christoph Vitali verdanken wir den Hinweis auf Christian Herdeg, Detlev von der Burg machte uns auf Serge Spitzer aufmerksam.“¹⁶⁹ Neben den Kunsthistorikern, die in den großen Unternehmen die Sammlungen und Ankäufe betreuen, sind auch heute noch viele externe Ratgeber inhaltlich an den Kunstaufträgen beteiligt. „Bei den – von Unternehmen mit 67,2 % – favorisierten Kunstberatern handelt es sich um klassische Kunsthistoriker oder Kunstprofessoren, die beim Aufbau der Sammlung, bei der Veranstaltung von Wettbewerben und Preisvergaben – meist in Jurys – beratend tätig sind – „deren Honorarforderungen – wenn sie gestellt werden – weit unter

¹⁶⁷ Michael Roßnagl, Gespräch am 17.09.2008.

¹⁶⁸ Kulturengagement von Unternehmen, a.a.O., S. 19.

¹⁶⁹ Michael Albert, a.a.O., S. 7.

den im Art-Consulting-Bereich üblichen Preisen liegen. [...] Auf Galeristen, die traditionellen Berater der Sammler, greifen nur 34,4 % der Unternehmen zurück. [...] Hingegen wird ein Art-Consultant, den man als den Kunstberater des Käufers bezeichnet, nur von 16,4 % der Unternehmen zur Beratung herangezogen [...] 3,3 % wenden sich direkt an die Produzenten selbst, die Künstler¹⁷⁰, so Bergers Analyse 1994. Aufgrund der schon genannten Verbreitung interner Fachabteilungen und der Zunahme kommerzieller, freier Kunstberater hat sich dieses Bild heute teilweise gewandelt. Noch immer sind Kunsthistoriker und Kuratoren aus lokalen und internationalen Institutionen, wie Museen, Kunsthallen, Kunstvereinen und Kunsthochschulen die wichtigsten Sachverständigen. In manchen Unternehmen fungieren sie noch immer als singuläre, langfristig gebundene Berater wie z.B. der Kunstreferent der Stadt Rosenheim bei der Schattdecor AG, Irene Netta von der städtischen Galerie im Lenbachhaus bei der WWK Lebensversicherungs-AG in München. Wie beim Aufbau der großen Sammlungen in den achtziger und neunziger Jahren, wo Harald Szeemann für die Allianz AG in München, Oberföhring oder Lothar Gallwitz vom Städtischen Kunstinstitut in Frankfurt für die Deutsche Bank AG in Frankfurt tätig wurden, fungieren prominente Kuratoren wie Kasper König bei der BEWAG AG 1998 oder Max Hollein und Nicolaus Schafhausen bei der Deutschen Lufthansa AG 2007 als unabhängige Kuratoren zur Beauftragung der Kunst am Bau. Kaum eine Rolle mehr spielen die Galeristen für die Kunst am Bau – sie tauchen nur noch selten als Berater bei kleineren Unternehmen und als eine Position unter anderen in Preisgerichten auf. Sie wurden weitgehend abgelöst von den kommerziellen Kunstberatern, die oft auch Galerien betreiben oder mit ihnen assoziiert sind. Manche Unternehmensgruppen wie die Finanzgruppe der Sparkassen oder die Katholische Kirche, deren Mitglieder in Fragen der Kunst unabhängig agieren, bieten ihnen als eine Art zentralen Dienst, eine professionelle Kunstberatung an. Die Sparkassen können das Kunstkontor des Sparkassenverlags in Stuttgart mit der Kunsthistorikerin Claudia Emmert und ihren Kollegen beauftragen. Diese nehmen den Unternehmen dann alles Erforderliche von der Recherche, über Künstlervorschläge, Wettbewerbsdurchführung, Expertensuche Realisation der Kunstwerke bis zur Dokumentation und Vermittlung ab und agieren damit genauso wie ihre freiberuflichen Kollegen, die diesen Service anbieten. Die Katholische Kirche stellt ihren Gemeinden vor allem fachlichen Rat durch die „Erzbischöfliche Kommission für sakrales Bauen und liturgische Räume“. Bei den Gemeinden der evangelischen Kirche beraten und realisieren die Kunstbeauftragten bzw. Mitglieder der Bauabteilungen in den Landeskirchen die

¹⁷⁰ Bettina M. Becker, a.a.O., S. 81.

Kunst am Bau, auch mit Hilfe externer Kunstsachverständiger in den Preisgerichten.

Etwa ein Viertel der Kunst am Bau realisierenden Unternehmen nehmen kommerzielle Kunstberater in Anspruch. Neben Helge Achenbach, der Kunstberatung als erster seit Mitte der achtziger Jahre anbot und inzwischen die Achenbach Art Consulting GmbH mit Kunstvermittlern in Berlin, Düsseldorf, Köln, Leipzig, Karlsruhe und München betreibt, sind heute eine ganze Reihe von Beratungsagenturen wie z.B. Vinzentz. Art in Architecture in Düsseldorf und Berlin, die Art Matters GmbH, die Häusler Kulturmanagement GmbH in München und die Samuelis Baumgarte Galerie und Art Consulting in Bielefeld sowie die Kunstagentur Cornelia Saalfrank in Wiesbaden tätig. Die Berater verstehen sich weniger als Künstlervermittler, sondern betonen die Ausrichtung ihrer Arbeit an den Bedürfnissen der Unternehmen: „VINZENTZ handelt nicht mit Kunst, sondern im Sinne der Kunst und des Unternehmens. Kunstplanung ist eine Dienstleistung, die mit einem Gespräch über Vorstellungen und Ziele beginnt und mit der Installation der Werke endet.“¹⁷¹ Von den Beratern werden nicht nur Künstler vorgeschlagen und später bei der Realisierung betreut, sondern sie organisieren beschränkte Wettbewerbe zur Kunstauswahl. In dieser Hinsicht unterscheiden sich diese externen Berater kaum von den internen Kunstsachverständigen. Allerdings besteht insbesondere bei Beratern, die für viele Unternehmen tätig werden, die Gefahr, dass erfolgreiche Konzepte kopiert und unreflektiert übernommen werden. Und tatsächlich finden sich die immer gleichen Künstler mit ähnlichen Arbeiten bei vielen privaten Unternehmen, obwohl schon der Unternehmensberater Berger warnt: „Das auf anderen Gebieten häufig anzutreffende Follower- oder Me-too-Prinzip ist offensichtlich auch bei den Kulturaktivitäten der Unternehmen häufig anzutreffen. Jedoch kann aber gerade die Einmaligkeit von Kulturregagement zur Wertschöpfung eines Unternehmens beitragen.“¹⁷² Oft liegt dies nicht am eingeschränkten Künstlerrepertoire der Vermittler, sondern am Wunsch der Unternehmen, ähnliche Werke wie bereits an anderem Ort realisierte Arbeiten zu erhalten. So verweist Claudia Emmert vom Kunstkontor der Sparkassenverlages auf die besondere Popularität der Auftragsarbeiten von Konrad Winter, der lokale Landschaftsfotografien in monumentale, bunte Lackarbeiten auf Aluminium umsetzt: „Nachdem sich die Sparkasse Fulda für die ‚Kopfstücke‘ und die Sparkasse Hanau für die ‚Getarnte Landschaft‘ als Auftragsarbeiten mit Regionalbezug entschieden hatten, löste dies eine Kettenreaktion aus. Mittlerweile haben sich zehn weitere Sparkassen für

¹⁷¹ So die Selbstdarstellung auf der Webseite <http://www.vinzentz.de/>

¹⁷² Kulturregagement von Unternehmen, a.a.O., S. 17.

umfangreiche Auftragswerke von Konrad Winter entschieden.“¹⁷³ Um solche Monotonie zu vermeiden, lassen einige größere Unternehmen wie die HypoVereinsbank AG und die Münchener Rückversicherungs-AG, die in den achtziger und frühen neunziger Jahren externe Berater beschäftigten, heute Gesamtkonzepte von ihren eigenen Kunstsachverständigen entwickeln.

Während Künstler als Berater, außer als Mitglieder in einigen wenigen Jurys, kaum vorkommen, haben die Architekten einen wichtigen Stellenwert beim Zustandekommen von Kunst am Bau bei den privaten Bauherren. An internen Auswahlstrukturen der Unternehmen, Jurys und Kommissionen sind die unternehmenseigenen Bauabteilungen meistens beteiligt, in den Fällen, in denen keine eigene Kunstabteilung existiert, sind die Architekten der Bauabteilung, z.B. Gisela Simon bei der ECE Projektmanagement GmbH, sowie die Mitarbeiter des Facility Managements, z.B. Karsten Koch bei der SAP AG und Reiner Hoffmann bei der Linde AG, für die Realisation der Kunst am Bau zuständig. Noch wichtiger aber sind die Architekten der Neubauten selbst. Auch für große Auftraggeber ist es nicht immer einfach, sich mit den renommierten Architekten auf die Kunst am Bau zu einigen. So lässt z.B. Richard Meyer neben seiner Baukunst nur Skulpturen von Frank Stella gelten, was von der HypoVereinsbank in Luxemburg 1993 akzeptiert wurde, bei der Siemens AG in München 1999 aber zu einem Gebäude ohne Kunst am Bau führte. Viel häufiger aber sind die Architekten selbst die Initiatoren und Beförderer der Kunst am Bau. So überzeugte der Architekt Markus Schell vom Berliner Büro 213 den Bauherrn Felix Schlatter beim Neu- und Umbau seines Hotels Wedina in Hamburg, Kunst am Bau zu realisieren. Hier war es auch der Architekt, der dem Hotelier die Berliner Künstler Barbara Steppe und Fritz Balthaus vorschlug. Beide Künstler konnten mit Direktaufträgen ihre Kunst in Kooperation mit dem Architekten entwickeln. Auch bei dem Spezialfall eines Kuratorenmodells, d.h. Auswahl, Direktbeauftragung und Betreuung der Künstler durch den Kuratoren Kasper König, hatte der Architekt des Heizkraftwerks Mitte der Bewag AG, Jochem Jourdan einen entscheidenden Anteil. Er selbst empfahl seinem Bauherrn, dem Vorstandsmitglied der Bewag AG, Klaus Bechtold, eine Kooperation mit Kasper König, mit dem er bereits einmal zuvor kooperiert hatte, und überzeugte. Bei der gemeinsamen Künstlerauswahl schlug er mit Thomas Bayerle und Per Kirkeby zwei der sechs Künstler vor: „Ich finde es großartig, dass hier am Heizkraftwerk Mitte eine Balance von selbständigen künstlerischen Ideen

¹⁷³ Claudia Emmert: Sparkassenkunst, hg. v. DSV Kunstkontor, Deutscher Sparkassenverlag, Stuttgart 2007, S. 73.

und dem Gebäude, dem gesamten städtebaulichen Ensemble entstanden ist.“¹⁷⁴ Auch bei der LfA in München 2005 wählte der Architekt Dieter Baumewerd mit Ben Willikens den Künstler für das zentrale Deckenfresko selbst aus. Auffällig ist, dass bei vielen Projekten, die die Achenbach Art Consulting GmbH betreut, den Architekten eine besonders wichtige Rolle bei der Auswahl der Künstler eingeräumt wird, sie sind auch so gut wie in allen Fällen in den Entscheidungsgremien vertreten. So konnte der Architekt Eike Becker beim Bau Verwaltungszentrale der Verbundnetzgas AG in Leipzig 1998 den Künstler James Turrell mit aussuchen. Zusammen haben Architekt und Künstler die auf Licht- und Temperaturverhältnisse reagierende Lichtfassade entwickelt. Generell lassen sich die Unternehmen, sobald sie Kunst oder Kunst am Bau in Betracht ziehen, schon nach kurzer Zeit professionell beraten. Ist dies nicht der Fall, so sollte allen klar sein, dass der Verzicht auf künstlerische Gestaltung dem hilflosem Dilettieren vorzuziehen ist, das leider selbst bei großen Industrieunternehmen zu beobachten ist: „Es gibt aber keine zentrale Koordination und auch keine Strategie hierzu. [...] Wir in der Zentrale haben uns an der Aktion ‚Löwenparade‘ beteiligt und der von einer Münchner Künstlerin gestaltete Löwe zierte nach wie vor den Eingangsbereich vor unserem Gebäude“¹⁷⁵, so der künstlerisch eher peinliche Schmuck des Weltkonzerns MAN. Wenn wirtschaftlich für eine Region bedeutsame Unternehmen diese auch ästhetisch dominieren, kann fehlender Sachverstand auch zu einem städtebaulichen Problem werden: „So stiftete Bitburger der Stadt Bitburg im Jahr 2005 eine Skulptur für den damals neu entstandenen Verkehrs-Kreisel. In den verwendeten heimischen Sandstein ist ‚Bierstadt Bitburg‘ eingemeißelt. Die Sichtachse durch das Tor führt in die Stadt, die Torflanke weist den Weg zur Brauerei.“¹⁷⁶ Auch Weldebräu GmbH in Plankstadt gibt sich ähnlich zu erkennen: „Direkt vor dem Brauereigelände befindet sich ein Verkehrskreisel, den eine in Stein gemeißelte große Version der ursprünglich von Bildhauer Günter Braun aus Heidelberg entworfenen tanzenden Bierflasche ziert“¹⁷⁷.

2.3. Verfahren

Die Verfahren, Kunst am Bau zu auswählen und zu realisieren, sind relativ übersichtlich. Bei kleineren Unternehmen ohne größere Sachkenntnis im Umgang

¹⁷⁴ Jochem Jourdan: Interview, in: Ulrich Clewing: Das Kunstprojekt am Heizkraftwerk Mitte, München 2000, S. 34-35, S. 34.

¹⁷⁵ Dr.-Ing. Helmut Naber, Vice President, Knowledge Transfer, MAN AG, München, Schreiben vom 21.08.2008.

¹⁷⁶ Katharina Dehnke - VPB/Interne Kommunikation, Bitburger Braugruppe GmbH, Bitburg, Schreiben vom 1.08.2008.

¹⁷⁷ Susanne Schacht, Weldebräu GmbH & Co KG, Plankstadt, Schreiben vom 27.7. 2008.

mit Kunst, wird auch Kunst am Bau, ob Skulptur oder eine größere Wandarbeit über Galerien oder direkt beim Künstler angekauft. Beispiele hierfür sind die Skulptur von Stefan Balkenhol für den Eingangsbereich der Heinrich Wemhöner GmbH in Herford sowie verschiedene Skulpturen bei der Schattdecor AG im Thansau. Direktaufträge sind in allen Unternehmensgrößen am häufigsten verbreitet, aber auch beschränkte Wettbewerbe werden häufig durchgeführt.

2.3.1. Direktaufträge und Kuratorenmodell

Die meisten Unternehmen führen Direktaufträge durch. Eine Besonderheit stellen die wenigen, von Kuratoren durchgeführten größeren Projekte mit mehreren Direktaufträgen dar. In enger Abstimmung mit der jeweiligen Geschäftsführung bzw. einzelnen Vorstandsmitgliedern konnten bekannte Kuratoren die Künstler auswählen, beauftragen und bis zu ihrer Werkrealisation begleiten. Drei solcher Beispiele sind bekannt: Brigitte Oetker, Christiane Schneider und Mechthild von Dannenberg für die Neue Messe Leipzig 1996, der damalige Rektor der Städelschule in Frankfurt, Kasper König für das Heizkraftwerk Mitte der Bewag AG in Berlin 1998 und der Leiter von Schirn-Kunsthalle, Städelschem Kunstinstitut und Liebighaus in Frankfurt, Max Hollein zusammen mit dem damaligen Leiter des Frankfurter Kunstvereins Nicolaus Schafhausen für das neue Aviation Center der Deutschen Lufthansa AG 2007. Dieses freie Kuratorenmodell bedurfte einer hohen fachlichen Reputation der Kuratoren und eines großen Vertrauens auf Seiten der Geschäftsführung. Denn nicht Entwürfe, sondern die Künstler wurden von den Kuratoren ausgewählt, die dann in intensiver Zusammenarbeit ihre Werke entwickelten. Wichtig war dabei auch eine intensive Kooperation mit den Architekten und beteiligten Technikern. Von den Reibungen, die unterschiedliche Haltungen von Architekten und Künstlern erzeugen können, spricht die offizielle Einführung der Kuratorinnen zur Kunst für die Neue Messe in Leipzig: „Es stellte sich heraus, dass sich die Architekten künstlerische Arbeiten erhofft hatten, die sich im Sinne eines ‚Gesamtkunstwerks‘ harmonisch in ihre Architektur einfügen, Proportionen und Struktur ihres Baus akzentuieren und Freiräume füllen sollten. Im Laufe der Zusammenarbeit wurde diese Erwartung enttäuscht, da sowohl die Künstler als auch wir nie von einer homogenen Einheit von Architektur und Kunst ausgegangen waren, Ziel war es gerade, die Möglichkeiten künstlerischer Arbeiten in einer nicht für sie ausgelegten Umgebung auszuloten.“¹⁷⁸ Anders war es in Berlin, wo die engagierte Projektleitung durch Architekten das mehrjährige Projekt ermöglichte und vier Workshops vor Ort die intensive künstlerische

¹⁷⁸ Brigitte Oetker, Christiane Schneider, Mechthild von Dannenberg: Einführung, in: Realisation: Kunst in der neuen Messe Leipzig. Realisation: Art at the New Trade Fair Center Leipzig, hg. v. Brigitte Oetker, Christiane Schneider, Leipzig 1997, S.10-15, S. 11.

Entwicklungsarbeit und Kooperation absicherten. Auch in Frankfurt war die intensive Kooperation mit dem Architekten Christoph Ingenhoven Voraussetzung für die dreijährige Entstehungszeit der Kunstwerke. Sie wurden von einem zusätzlichen Experten, dem Leiter der Kunstmesse Frankfurt Michael Neff, als Projektleiter betreut.

2.3.2. Wettbewerbe

In großen Unternehmen mit professionellen internen Kunstsachverständigen oder externer professioneller Beratung sowie bei besonders großen Neubauprojekten werden auch Wettbewerbe durchgeführt. Da formale Wettbewerbe eine professionelle Leitung voraussetzen, führen kaum kleinere Unternehmen Wettbewerbe durch. Ausnahmen bilden studentische Kunstwettbewerbe in Kooperation mit Hochschulen und Akademien. Dann übernehmen oft die Hochschullehrer die korrekte Durchführung. In einem solchen Rahmen fand auch einer der wenigen offenen Wettbewerbe statt. Der Wettbewerb „Wirtschaft und Kunst“ der Festo AG 1995 richtete sich an alle Studierenden und Absolventen der Hochschule der Künste Saar. Einen weiteren offenen, dreistufigen Wettbewerb schrieb die ECE Immobilienmanagement AG 2006 für den Platz vor einem ihrer Einkaufszentren in Hamburg aus. Eine spezielle Variante des offenen Wettbewerbs führte die GASAG AG viermal in Kooperation mit dem Künstleratelierhaus Flutgraben e.V. 2002-2005 durch, indem sie alle Mitglieder und die dem Verein assoziierten Künstler einluden.

Bis auf diese Ausnahmen sind die Kunst-am-Bau-Wettbewerbe bei privaten Unternehmen meistens beschränkte Wettbewerbe, zu denen durchschnittlich etwa drei bis fünf, maximal 12 Künstler geladen werden. Bei den größeren Konzernen mit Kunstabteilungen erhalten die Künstler für die Wettbewerbsentwürfe meist Honorare. Hier werden auch eindeutige Verträge zur weiteren Verwendung von Entwürfen, zum Umgang mit dem realisierten Werk, zur Beteiligung bei Veränderungen und anderen urheberrechtlichen Fragen aufgesetzt.

Die Wettbewerbe führen die internen Kunstabteilungen oder die externen Kunstberater durch. Sie stellen auch die Künstlervorschläge zusammen. Nur selten gibt es bereits für die Zusammenstellung der Künstlerliste eine eigene Kommission, die sich von der eigentlichen Jury unterscheidet, die im Anschluss über die eingereichten Vorschläge befindet. Dieses aufwändige, aber unabhängigeres Verfahren wählte die NORD LB, die die Vorschlagsliste für den Kunstwettbewerb zum Neubau in Hannover von der Jury ihres Kunstpreises

zusammenstellen ließ, für die Auswahl aber ein eigenes Preisgericht berief¹⁷⁹. Meistens werden einfache, einstufige Einladungswettbewerbe durchgeführt. Dabei lassen sich interne und externe Preisgerichte unterscheiden. Bei größeren Unternehmen mit eigenen Kunstsachverständigen gibt es oft interne Kommissionen, die nicht nur über Kunst-am-Bau-Aufträge, sondern generell über die Kunstankäufe entscheiden. Sie setzen sich meist aus den internen Kunstsachverständigen, einem oder mehreren Mitgliedern der Geschäftsleitung, Mitarbeitern der Bauabteilungen und der Kommunikationsabteilungen zusammen. Während in den meisten Kommissionen die Architekten an der Entscheidung über die Kunst beteiligt werden, sind sie dies interessanterweise nicht bei der HypoVereinsbank, der Münchener Rückversicherungs-AG und der WWK. Zu den intern besetzten Kommissionen werden ein oder zwei unabhängige, externe Gutachter aus lokalen oder überregionalen Kunstinstitutionen hinzugebeten. Dabei ist die HypoVereinsbank besonders auf unabhängige Expertenstimmen bedacht und fordert deshalb auf, schriftlich zu den übermittelten Kunstentwürfen Stellung zu nehmen, um eine gegenseitige Beeinflussung während der Diskussion zu verhindern.

Die von den externen Kunstberatern organisierten Wettbewerbe haben in etwa die gleiche Konstellation.

Selten sind größere Juryzusammensetzungen mit mehr externen Beteiligten als Unternehmensangehörigen. Dies war z.B. bei dem offenen Wettbewerb der ECE in Hamburg 2006 der Fall, dessen Preisgericht 14 Mitglieder (Journalisten, Architekten, Galeristen, weitere Kunstschaaffende, sowie Mitglieder der Geschäftsführung) angehörten. Auch die Jury des Kunst-am-Bau-Wettbewerbs der GASAG AG in Berlin 2002-2005¹⁸⁰ und das Preisgericht der Heinrich-Böll-Stiftung in Berlin 2007¹⁸¹ waren überwiegend extern besetzt.

¹⁷⁹ Die vorschlagende Kunstpreisjury bestand aus fünf norddeutschen, institutionellen Kunstvermittlern, Carl Haenlein; Wulf Herzogenrath, Kunsthalle Bremen; Norbert Michels, Anhaltinische Gemäldegalerie; Kornelia von Berswordt-Wallrabe, Staatl. Mus. Schwerin, Johann Heinrich Benecke, Förderkreis Kestner-Gesellschaft; Stephan Berg, Kunstverein; einem Kunstjournalisten, Axel Hecht, art; einem Künstler, Peter Dittmar und einem Unternehmensmitglied der Nord LB, Gunter Dunkel, während das Preisgericht aus einem Vertreter der Bank, dem Architekten, Stefan Behnisch sowie vier internationalen, institutionellen Kunstexperten, Jean-Christophe Ammann vom Museum für moderne Kunst in Frankfurt, Stephan Schmidt-Wulffen, Rektor Akademie der bildenden Künste in Wien und Eckhard Schneider vom Kunsthaus Bregenz bestand.

¹⁸⁰ Mit je einem Vertreter der GASAG, je einem Künstler oder einer Künstlerin (Christian Hanussek, Veronika Kellndorfer, Norbert Radermacher), einem Galeristen (Andreas Koch von der Galerie Koch & Kessler Berlin), zwei lokalen Kunstvermittlerinnen (Gabriele Horn von KunstWerke Berlin, Kulturamtsleiterin Lichtenberg, Ute Tischler).

¹⁸¹ Mit einer externen Sachverständigen (Barbara Steiner, Direktorin der Galerie für zeitgenössische Kunst in Leipzig), einer Künstlerin (Cornelia Schleime), dem Architekten (Piet Eckert) sowie einem Vorstand und einer Mitarbeiterin der Stiftung (Ralf Fücks, Annette Maennel).

Da in allen Jurys Vorstände und Mitglieder der Geschäftsführung am Entscheidungsprozess beteiligt werden, sind die Empfehlungen der Preisgerichte meistens bindend. Dies wird auch von einem Jurymitglied bei des GASAG Kunstwettbewerbs, Gabriele Horn, positiv hervorgehoben: „Anders als im Rahmen öffentlicher Wettbewerbsverfahren hatten die Entscheidungen erfreulicherweise nicht empfehlenden, sondern bindenden Charakter und wurden getroffen, nachdem der Denkmalschutz und der Arbeitsschutz Stellungnahmen aus ihrer Sicht abgegeben hatten.“¹⁸²

2.4. Umgang und Vermittlung

Betreut wir die Realisierung der Kunstwerke von internen Kunstabteilungen, von den externen, kommerziellen Kunstberatern oder gesonderten Projektleitern aus den Bauabteilungen oder des Facility Managements. Insbesondere als Ansprechpartner für die Künstler ist deren kontinuierliche Verantwortung von großer Bedeutung; sie scheint in den meisten Fällen auch gesichert zu sein. Darüber hinaus bleibt die Kunst auch während ihrer Entwicklungs- und Realisierungsphase meist ‚Chefsache‘ und daher werden Probleme oft von höchster Stelle aus gelöst. Zur Realisierung gehört fast in allen Unternehmen auch eine feierliche Eröffnung oder Präsentation, die vielfach mit der Herausgabe von Publikationen verbunden ist. Interne Kunstabteilungen, aber auch externe Berater bieten darüber hinaus häufig Mitarbeiterführungen, Künstlergespräche, Informationsblätter und Pressemitteilungen als Vermittlungsangebote an. Größere Publikationen werden meist als Kundenpräsentate verteilt und finden kaum eine größere Öffentlichkeit.

Gibt es in den Unternehmen eigene Kunstabteilungen, ist auch die Betreuung der Kunst-am-Bau-Werke meist gesichert, sie werden kontrolliert, gewartet und restauriert. Auch inhaltlich ist die Vermittlung auch nach Jahren noch sichergestellt. Kunstwerke werden immer wieder einmal durch öffentliche Führungen oder andere Maßnahmen hervorgehoben.

Der Alltag ist für viele Kunstwerke problematisch. Haben die Kunstsachverständigen bereits Schwierigkeiten durch Kosten- und Zeitdruck, z.B. mit dem externen Raumpflegepersonal, das keine Rücksicht auf Besonderheiten von Kunstwerken nehmen kann, sind singuläre Kunstwerke in Unternehmen gleichwohl viel gefährdeter. Sie werden meist vom Facility-Management mitbetreut. Inhaltlich sind Kommunikations- und Presseabteilungen für die Kunstwerke und ihre Vermittlung zuständig. Hier sind aber auch die Grenzen

¹⁸² Gabriele Horn: Ein mutiges Unterfangen - Die Kunst im Bau-Sammlung aus der Sicht eines Jurymitglieds, in: Kunst im Bau. Unternehmen Kunstsammlung, hg. v. GASAG Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft, Berlin 2006, S. 11-13, S. 12.

eines verantwortlichen Umgangs mit Kunstwerken zu sehen, da sich oft schon nach wenigen Jahren niemand mehr für sie zuständig fühlt und kaum jemand qualifiziert Auskunft zu den Werken geben kann. Vollends problematisch wird der Umgang mit Kunstwerken bei Unternehmensfusionen, wenn die neue Geschäftsleitung kein dezidiertes Interesse an den Kunstwerken vor Ort hat.

3. Zusammenfassung mit Schlussfolgerungen für die Kunst am Bau des Bundes

Eine relativ überschaubare Zahl von privaten Unternehmen in Deutschland realisiert Kunst am Bau. Von den befragten, kulturinteressierten Unternehmen besaßen nicht einmal ein Drittel der Firmen architekturgebundene Kunst. Ein Teil dieser Unternehmen hatte zudem schon seit Jahren bzw. Jahrzehnten keine neuen Kunstwerke mehr in Auftrag gegeben und plante auch keine neuen Aktivitäten. Die Untersuchung zeigte, dass nur wenige kleine und mittlere Unternehmen Kunst am Bau in Auftrag gaben, was nicht nur auf fehlenden Gebäudebesitz zurückzuführen war. Vor allem fielen die starken Differenzen zwischen den Branchen auf. So realisierten vor allem Versicherungen, Banken und Versorger, gefolgt von Kirchen, Stiftungen, Verbänden und einigen Dienstleistern Kunst am Bau. Nur wenige produzierende Unternehmen und kaum eine Unternehmen der Baubranche war an Kunst am Bau interessiert. Dieses Ergebnis macht deutlich, dass die Hauptgründe für Kunst am Bau nicht für alle Branchen die gleiche Bedeutung haben. Kunst am Bau wird vor allem als ein Ausweis einer bestimmten Unternehmenskultur und mit der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung begründet. Für viele Branchen gehört aber Kunst und Kultur erst nach sozialem Engagement, Sport- und Bildungsförderung zur gesellschaftlichen Verpflichtung. Auf die kulturelle Verantwortung verweisen vor allem die Unternehmen des Finanz- und Versicherungswesens, die traditionell ihr Ansehen und ihre finanzielle Potenz durch große Werte, Luxus und teure Ausstattung zu demonstrieren gewohnt waren. Kunst am Bau ist Teil der Corporate Identity und wird sowohl in der repräsentativen Ausstattung als auch im werteorientierten Marketing eingesetzt. Neben Kunden und Geschäftspartnern wird den Mitarbeitern das Image eines an kulturellen Werten orientierten Unternehmens vermittelt.

Aufgrund des fehlenden öffentlichen Diskurses über die Potentiale und den Integrationswillen aktueller künstlerischer Positionen in die Architektur ist eine deutliche Teilung der sich ästhetisch engagierenden Unternehmen bei Architektur und Design auf der einen Seite sowie Architektur und Kunst bzw. Kunst am Bau auf der anderen Seite zu sehen. Gerade bei den produzierenden Unternehmen ist eine aktuelle Hinwendung zur avancierten Architektur und zur Corporate

Architecture zu erkennen, die aber nicht zu einem Interesse an Kunst am Bau führt.

Hier die aktuellen Möglichkeiten aufzuzeigen, prominente, kunstinteressierte Architekten mit den Beispielen integrierter Kunst am Bau hervorzuheben, wäre ein wichtiger Weg, ein öffentliches Bewusstsein für das Zeitgemäße einer gewandelten Kunst am Bau zu schaffen. Auch wäre eine neue Kommunikation über Kunst am Bau, die sich über Inhalte stärker als über ihren Wert definiert, wünschenswert und könnte eine breitere Akzeptanz schaffen.

Es gibt eine ganze Reihe hervorragender Beispiele von Architektur und Kunst am Bau bei den privaten Unternehmen in Deutschland. Doch existieren keine einheitlichen Strukturen, Vorgaben oder Anlässe für Kunst am Bau. Zu Kosten und Finanzierung machten die Unternehmen keine Angaben. Da Neubauten am häufigsten Anlässe für Kunst am Bau sind, werden die meisten Werke aus den Baubudgets finanziert. Neben singulären Auftragswerken ist die Kunst am Bau vielfach Teil größerer Kunstsammlungen, mit denen die Unternehmen ihre Gebäude ausstatten.

Sowohl das Kunstberaterwesen, das einen wichtigen Anteil an der Realisation von Kunst am Bau bei den Unternehmen ausmacht, als auch die internen Kunstabteilungen, von denen heute fast ein Drittel der Kunst am Bau betreut wird, haben sich in den letzten Jahren stark professionalisiert. Damit findet eine hochkarätige Kunstausswahl statt, die ähnliche Ergebnisse wie die Kunst am Bau des Bundes hervorbringt. Kunstformen, Künstlernamen und Werke unterscheiden sich nicht grundsätzlich. Sie erfüllen ähnliche repräsentative und dekorative Aufgaben. Allerdings fallen eine Reihe inhaltlich und formal sehr spezifisch für das jeweilige Unternehmen entwickelter Werke auf.

Es gibt keine verbindliche Regelung für die Vergabe von Kunst am Bau. Der Direktauftrag ist bei allen Unternehmensgrößen die häufigste Vergabeform. Daneben werden wie beim Bund viele Kunst-am-Bau-Projekte über beschränkte Einladungswettbewerbe ausgewählt. An den Auswahlgremien sind wie dort immer externe Kunstsachverständige beteiligt, allerdings kaum Künstler und nicht immer die bauenden Architekten. Häufig fallen die Entscheidungen in internen Gremien mit eigenen Kunstexperten.

Ein wichtiger Unterschied zu den Verfahren des Bundes ist, dass bei beiden Vergabeformen immer Entscheidungsträger aus den Geschäftsleitungen und Vorständen in den Auswahlgremien vertreten sind. Denn, das ist sicher eines der entscheidenden Ergebnisse, Kunst am Bau ist immer Chefsache in den privaten Unternehmen. Dies beginnt bei den mittelständischen Unternehmen und betrifft genauso die Großkonzerne mit eigener Kunstsammlung. Hier wie dort sind

einzelne Persönlichkeiten ausschlaggebend. Das führt nicht nur zu bindenden Entscheidungen, sondern auch zur reibungsloseren Durchsetzung, d.h. zur verstärkten Unterstützung der künstlerischen Projektentwicklung und Realisation. Dadurch, dass externe Berater oder interne Kunstsachverständige meist in direkter Absprache mit der Geschäftsführung handeln, können auch sehr spezifische Werke entstehen. So fielen die öffentlich und im Kunstkontext wirkungsvollsten Kunst-am-Bau-Großprojekte für die Neue Messe in Leipzig, das Heizkraftwerk Mitte der BEWAG AG und das Lufthansa Aviation Center durch Kuratorenmodelle auf, bei denen die Kuratoren nicht Entwürfe, sondern Künstler auswählten. Die Projekte traten nicht nur durch international renommierte Künstlerpositionen und prominente Kuratorennamen, sondern auch gelungene, sehr zeitgemäße Werke hervor. Besonders innovative und unternehmensspezifische Werke wie das interaktive Medienkunstwerk beim Softwarespezialisten SAP AG oder die onlinevernetzte Graffitiwand der Internetwerbeagentur Jung van Matt / next in Hamburg sind nicht nur avancierte zeitgenössische Formen der Kunst am Bau, sondern auch einzigartige Repräsentationen der Unternehmen – es scheint nicht zufällig, dass sie in direktem Auftrag von Künstlern in Kooperation mit Abteilungen der Unternehmen entwickelt wurden.

Die wichtigste Erkenntnis für die Kunst am Bau ist - neben der Bedeutung persönlicher Unterstützung der Kunst-am-Bau-Projekte von oberster Stelle - die der professionellen, wiederum persönlichen Betreuung der Projekte von der Auftragsformulierung bis zur Realisierung und Vermittlung. Insbesondere die integrative und kontinuierliche Arbeit der internen Kunstexperten, die je nach Position und Erfahrung die Vorgaben der Kunst am Bau konzeptionell und thematisch auf die Bedürfnisse der Unternehmen hin entwickeln, entsprechende Künstler vorschlagen, zum Teil selbst auswählen und realisieren, könnte hier Vorbildcharakter haben.

Literatur zur Kunst am Bau bei privaten Unternehmen

3D Brand Guidelines. Gestaltungsrichtlinien für den Markenauftritt im Raum, Version 1.0. 5.10.2006, hg. v. Julia Kratzer, Christina Krenzler, Brandmanagement, O2 GmbH, München 2006.

Akrobaten, Gipfelstürmer, Helle Köpfe. Das neue Gebäude der Versicherungskammer Bayern in München Giesing, hg. von der Versicherungskammer Bayern, Ostfildern 2008

Allianz & Kunst, Sammlung der Bayerischen Versicherungsbank AG, Allianz Versicherungs-AG, Dr. Michael Albert, Harald Szeemann, München 1999.

Andy Warhol – Cars. Business Art, hg. v. Renate Wiehager im Auftrag d. DaimlerChrysler AG, Text Renate Wiehager u.a., Christian Gögger, Tilman Osterwold, Ostfildern 2002.

Aribert von Ostrowski, Kunstverein München, München 2000.

Art@SAP, Konzeption: Hannelore Adametz, Alexandra Cozgarea, Hg. v. SAP AG, Walldorf 2005.

Art & Economy, hg. v. Felix Zdenek, Beate Hentschel, Dirk Luckow, Deichtorhallen Hamburg 2002.

Auf Papier. Kunst des 20. Jahrhunderts aus der Deutschen Bank, Ostfildern 1995.

Axa Art. Corporate Collecting Today, hg. v. Axa Art Versicherung AG, Köln 2001.

Bettina M. **Becker:** Unternehmen zwischen Sponsoring und Mäzenatentum: Motive, Chancen und Grenzen unternehmerischen Kunstengagements, Phil. Diss., Frankfurt a.M. 1994.

Michael **Beckord** im Gespräch mit Joachim Rossbroich: Das Haus mit Leben erfüllen, in: Im Gehen sehen. Kunst in der Allianz Versicherungs-AG Berlin, Edition Hoffmann, Friedberg 1999, S. 7-13.

Benjamin Katz und A. R. Penck: Communication, translation, mainstation, aviation. Essay Siegfried Gohr, Köln 1997.

Ben Willikens. Auditorium, Daimler-Benz AG, Ostfildern Ruit 1995.

Torsten **Blanke:** Unternehmen nutzen Kunst: neue Potentiale für die Unternehmens- und Personalentwicklung, Stuttgart 2002.

Katharina **Blaas-Pratscher:** Der Künstler als Unternehmer im Bereich Kunst und Bau: Kunst im öffentlichen Raum, in: Struktur & Strategie im Kunstbetrieb, hg. von Doris Rothauer, Wien 1996, S. 269-275.

Blitzen-Benz BANG. Daimler Art Collection. Mixed Media, Sculptures, Commissioned Works, hg v. Renate Wiehager, Einführung von Tilman Osterwold u.a., Text von Renate Wiehager, Ostfildern 2009.

Ute **Bopp-Schumacher:** Die Architektur der Großbanken. Zum architektonischen Erscheinungsbild der Commerzbank, Deutschen Bank und Dresdner Bank seit Gründung. Phil Diss., Halle 2007.

Ute **Bopp-Schumacher**: Werden Bankgebäude zum Museum? : ein langer Weg ; wie Corporate Design und zeitgenössische Kunst das visuelle Erscheinungsbild der Großbanken seit den 70er Jahren beeinflussen, in: Kritische Berichte, 30.2002 Nr. 3, S. 30-50.

Claudia **Büttner**: Art Goes Public. Von der Gruppenausstellung im Freien zum Projekt im nicht-institutionellen Raum, Phil. Diss., München 1997.

Chris Nägele. Kontrapost auf dem Werksgelände der Firma ratiopharm, Ulm o.J.

Classical: Modern II, hg v. Renate Wiehager, Daimler Contemporary, Potsdamer Platz Berlin, Daimler AG, Stuttgart 2008.

Ulrich **Clewing**: Das Kunstprojekt am Heizkraftwerk Mitte, München 2000.

Corporate Collecting - Manager - Die Neuen Medici ? hg v. Werner Lippert, Düsseldorf 1990.

Daimler Kunst Sammlung: Ziele, Projekte, Inhalte, Aufgaben, hg. v. Daimler AG, Renate Wiehager, Denise Andrade ... Daimler Corporate Art Department, Stuttgart 2007.

DaimlerChrysler Collection - Minimalism and applied: Objekte zum imaginativen und realen Gebrauch; objects for imaginative and real use; Josef Albers, Ruby Anemic, Leonor Antunes ..., Texte: Renate Wiehager, Claudia Seidel, Nadine Brüggebors ..., DaimlerChrysler Contemporary, Berlin 2007.

Das Mercedes-Benz-Museum, Konzeption: Max-Gerrit von Pein; Texte: Thomas Wirth, Markus Bolsinger, Konstanz 2006.

DPD ART. KUNST IM DEUTSCHEN PAKET DIENST, DPD Deutscher Paketdienst 1997.

Heinz H. **Fischer**: Kulturförderung durch Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland: empirische Bestandsaufnahme und Ausblick, Diss. Phil., Köln 1989.

Frank Stella. Lilar. Installation in der Empfangshalle des Axel Springer Verlages, Hamburg, Berlin 1997.

Franz Erhard Walther. Wortfeld, 2005, hg. v. Renate Wiehager, Mercedes-Benz Museum Stuttgart 2006.

Klaus **Gallwitz**: Zeitgenössische Kunst am Arbeitsplatz, in: Zeitgenössische Kunst in der deutschen Bank Frankfurt, Frankfurt 1987, S. 9-22.

Freising, Pfarrkirche St. Georg, hg. v. Norbert Jocher, Erzbischöfliches Ordinariat München, Kunstreferat, München 2003.

Gestaltete Räume in München 1984-92, hg. v. Büro Orange, Siemens München, München 1992.

Heilige Räume, hg. v. Martin Benn, Reihe Materialhefte des Zentrum Verkündigung der EKHN, Fachbereich Gottesdienst, Kunst und Kultur, Heft 104, 2006.

Heinz Mack. Die Große Stele. Texte : Eberhard Roters, Peter Sandmeyer, Heinz Mack, Daimler Benz AG, Stuttgart 1991.

Petra **Giloy-Hirtz**: Wegweiser Kunst für München im öffentlichen Raum 1972-1997, hg. v. Helmut Friedel, Baureferat München, München 1997.

Michael **Hierholzer**: Kunst und Unternehmen. Lieber Kunst im Haus als Schrott am Bau, in: A.Z., 12.04.2007, Nr. 85 / Seite K3.

HypoVereinsbank Luxembourg. Architektur und Kunst, hg. v.

HypoVereinsbank München, Redaktion Bärbel Kopplin, München 2000.

HVB Luxembourg. Architektur und Kunst. Band 2, hg. v. HVB Luxembourg, Luxembourg 2001.

Im Gehen sehen. Kunst in der Allianz Versicherungs-AG Berlin, Edition Hoffmann, Friedberg 1999.

Individuum und Gemeinschaft. Die Kunstsammlung der WWK

Versicherungsgruppe, Konzept und Text Irene Netta, hg. v. WWK

Lebensversicherungs-AG, München 2007.

Keith Sonnier. Lichtweg / Lightway, Ostfildern 1993.

Keith Sonnier. Licht und Architektur. Öffentliche Auftragsarbeiten / Public Commissions in Architecture 1990-99, Kunsthaus Bregenz, Ostfildern 2000.

Keith Sonnier. Skulptur - Licht – Raum, Baumschlager & Eberle, Münchener Rück, Süd 1, München - Riepl & Riepl, Kirche St. Franziskus, Steyr-Resthof, hg. v. Wolfgang Häusler, Ostfildern 2002.

Kempfenhausen: das Kommunikations-Forum der Hypo-Bank; Hilmer & Sattler,

Francesca Gay, Jan Roth, Art & Language, Daniel Buren, Günther Förg, Ulrich Horndash, Thomas Huber, Axel Kasseböhmer, hg. v. Bayerische Hypotheken- und Wechsel-Bank AG, Hans-Michael Besig, München, 1993.

Kirchenräume-Kunsträume, hg. v. Zentrum für Medien Kunst Kultur im Amt für Gemeindedienst der Ev-luth. Landeskirche Hannovers, Kunstdienst der Ev. Kirche Berlin, Münster 2002.

Gottfried **Knapp** / Andreas **Schmid**: Bauen für die Welt-Architektur bei Würth, Künzelsau 2006.

Kulturbericht 2006 E.ON Energie AG, , Red. Bärberl Tannert, Katharina Hoppe, E.ON Energie AG, München 2007.

Kulturbericht 2007 E.ON Energie AG, Red. Bärberl Tannert, Katharina Hoppe, E.ON Energie AG, München 2008.

Kulturengagement von Unternehmen - integrierter Teil der Strategie?

Ergebnisse einer Umfrage bei kulturell engagierten Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Anregungen für einen übergreifenden Diskurs, hg. v. Hans-Jörg Heusser, Barbara Stahl, Martin Wittig, Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft, Roland Berger Strategy Consultants, München 2004.

Kunst Art. Lufthansa Aviation Center, hg. v. Max Hollein, Nicolaus Schafhausen, Frankfurt 2007.

Kunst der Gegenwart. Malerei, Zeichnung, Druckgraphik, Keramik bei der RAG AG, Text u. Red. Ursula Bode, hg. v. RAG AG, Essen 2000.

Kunst im / Art in the CityQuartier DomAquaree, hg. v. Deutsche Immobilien Fonds AG, Arndt & Partner Berlin 2004.

- Kunst im Bau. Unternehmen Kunstsammlung, hg. v. GASAG Berliner Gaswerke AG, Berlin 2006.**
- Kunst im ibc, Deutsche Bank AG, Frankfurt 2005.**
- Kunst in Bewegung.** Bilder und Objekte auf dem Clubschiff AIDA, hg. v. d. Deutsche Seereederei GmbH, Rostock 1996.
- Kunst in der Münchener Rück,** Münchner Rückversicherungsgesellschaft, München 1985.
- Kunst in der Stadt.** Skulpturen in Berlin, hg. v. Hans Dickel, Uwe Fleckner, Berlin 2003.
- Kunst und Baukunst.** Hypo-Bank 1, hg. v. Bayerische Hypotheken und Wechselbank, München, Hans-Michael Besig, Texte Katharina Hegewisch, 1994.
- Kunst und Baukunst.** Hypo-Bank 2, hg. v. Bayerische Hypotheken und Wechselbank, München, Hans-Michael Besig, Texte Katharina Hegewisch, 1995.
- Kunst und Baukunst:** Hypobank 3, hg. v. Bayerische Hypotheken und Wechselbank, München, Hans-Michael Besig, München 1997.
- Kunst und Raum.** Klaus Fußmann in der Ullstein-Halle, Axel Springer Haus, Berlin o.J.
- Kunst verbindet.** Kunst in der Hauptverwaltung München, Allianz SE, München o.J.
- Kunstwerke,** hg. v. Stadtwerke Düsseldorf AG, Düsseldorf 2006.
- Mäzene, Stifter und Sponsoren:** fünfzig Jahre Kulturkreis der deutschen Wirtschaft, hg. v. Walter Grasskamp, Ostfildern 2001.
- Minimalism and after II : Neuerwerbungen** / Sammlung DaimlerChrysler Collection. Text: Friederike Nymphius ... Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin 2003.
- Minimalism and after III: Neuerwerbungen,** DaimlerChrysler Collection. Text: Friederike Nymphius ... Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin, 2004.
- Minimalism and after IV: Neuerwerbungen,** DaimlerChrysler Collection. Text: Andreas Pinczewski, Claudia Seidel ..., Berlin, 2005.
- Minimalism and after: Tradition und Tendenzen minimalistischer Kunst von 1950 bis heute.** Neuerwerbungen für die Sammlung 2000 bis 2006, DaimlerChrysler Collection. Renate Wiehager, Ostfildern 2007.
- München-Neuhausen, Pfarrkirche St. Clemens,** hg. v. George Resenberg, Norbert Jocher, Erzbischöfliches Ordinariat München, Baureferat und Kunstreferat, München 2003.
- Neuried, Pfarrzentrum St. Nikolaus,** hg. v. Hans-Jürgen Dennemarck, Norbert Jocher, Erzbischöfliches Ordinariat München, Baureferat und Kunstreferat, München 2008.
- Photography, video, mixed media II: Neuerwerbungen,** DaimlerChrysler Collection, DaimlerChrysler Contemporary, Berlin. Texte: Rudolf Scheutle ... Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin, 2004.

Projekte: Kunst in der neuen Messe Leipzig. Projects: Art at the New Trade Fair Center Leipzig, hg. v. Brigitte Oetker, Christiane Schneider, Leipzig 1996.

Projekte - Kunsträume. 10 Jahre Stiftung Kirche und Kunst in der württembergischen Landeskirche, hg. v. Lambert Auer, Ullrich Gräf, u.a., 2008.

Raum- Kunst - Liturgie. Altarräume im Erzbistum München und Freising 1997-2007, Erzbischöfliches Ordinariat München, Baureferat und Kunstreferat, München 2007.

Realisation: Kunst in der neuen Messe Leipzig. Realisation: Art at the New Trade Fair Center Leipzig, hg. v. Brigitte Oetker, Christiane Schneider, Leipzig 1997.

Richard Meier. Daimler-Benz. Forschungszentrum Ulm, Vorwort Hartmut Weule, Texte v. Thorwald Ewe, Ingeborg Flagge, Stuttgart 1994.

Sammlung DaimlerChrysler / DaimlerChrysler Kunstbesitz. Text und Red.: Renate Wiehager, Stuttgart 2004.

Sammlung DaimlerChrysler: Februar 2002; Neuerwerbungen. Texte: Renate Wiehager, 2. Aufl. Berlin, 2002.

Sammlung DaimlerChrysler: Juni 2001; Neuerwerbungen Fotografie, Video Mixed Media ; Oktober 2001: Neuerwerbungen Geometrical Affairs / Texte: Renate Wiehager. – 2. Aufl. Berlin 2002.

Sammlung DaimlerChrysler: sieben Stücke für einen Raum, Texte: Claudia Seidel. Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin, 2002.

Sammlung DaimlerChrysler: Februar 2002; Minimalism and After; Neuerwerbungen, John M. Armleder, Douwe Jan Bakker, Greg Bogin ... Heimo Zobernig, hg. v. DaimlerChrysler AG. Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin 2002.

Sammlung DaimlerChrysler: New Zero; aus der Sammlung: Castellani, Geiger, Mavignier, Megert, Moerlet, Yvaral; Neuerwerbungen I: Dadamaino, Henderikse, Peeters, Raysse, Soto, Tinguely, Verheyen ; Neuerwerbungen II: Fleury, Reiter Raabe, Westerwinter, Zobernig; Sonderausstellung: Piero Manzoni, John Nixon, die Werke aus Herning/DK, Texte: Friederike Nymphius. Ausstellung und Katalog: Renate Wiehager, Berlin, 2001.

Sammlung DaimlerChrysler. Die Skulpturen, Texte: Renate Wiehager, Ostfildern 2003.

Sammlung HypoVereinsbank. Von der klassischen Moderne bis zur Gegenwart, hg. v. Bayerische Hypo und Vereinsbank AG, Redaktion Bärbel Kopplin, München 2000.

Schwindkirchen, Pfarrkirche Mariä Himmelfahrt, hg. v. George Resenberg, Norbert Jocher, Erzbischöfliches Ordinariat München, Baureferat und Kunstreferat, München 2004.

Siehe! Zeitgenössische Kunst in evangelischen Kirchen, hg. v. Markus Zink, Reihe Materialhefte des Zentrum Verkündigung der EKHN, Heft 108, 2007.

Sylvie Fleury. Paris Commissioned, 2005, Sechs Videos im Auftrag der

Sammlung DaimlerChrysler und Daimler Chrysler France, hg. v. Renate Wiehager, Stuttgart 2006.

SkulpturenPark. Merckle-Ratiopharm, hg. v. Merckle GmbH, Ulm 1998.

Sparkassenkunst, Texte Claudia Emmert, hg. v. Deutscher Sparkassenverlag DSV Kunstkontor, Stuttgart 2007.

St. Florian. München Messestadt Riem, hg. v. George Resenberg, Norbert Jocher, Erzbischöfliches Ordinariat München, Baureferat und Kunstreferat, München 2005.

Wolfgang Ullrich: Mit dem Rücken zur Kunst. Die neuen Statussymbole der Macht, Berlin 2000.

Von Arp zu Warhol. Sammlung Daimler-Benz, Text: Karin v. Maur, Stuttgart 1992.

Walter de Maria. 5 Die Fünf Kontinente Skulptur. Texte: Thomas Kellein, Franz Meyer, Uwe M. Schneede, Ostfildern-Ruit 1991.

Petra Römer-Westarp: Kunst im Stadtbild: das Spannungsfeld Werk - Auftraggeber am Beispiel von Schulen und Unternehmen in Köln, Phil Diss., Essen 1992.

Wirtschaft und Kunst: Festo, Werk Rohrbach in Kooperation mit der Hochschule der Bildenden Künste Saar, 1996, hg. v. Institut für Aktuelle Kunst im Saarland, Saarlouis. Red.: Christine Baltes, Claudia Maas, Saarbrücken 1997.

XL Photography. Art Collection Neue Börse, hg. v. Deutsche Börse AG, Einleitung von Jean-Christophe Ammann, Ostfildern 2000.

Zeitgenössische Kunst für die Mercedes-Benz Welt Stuttgart, hg. v. Renate Wiehager, Mercedes-Benz-Museum Stuttgart 2006.

Zeitgenössische Kunst in der deutschen Bank Frankfurt, Deutsche Bank AG, Frankfurt 1987.

Zeitzeichen. Victoria – Kunst und Architektur. Ein Überblick über die Kunst und Architektur der Victoria-Hauptverwaltung in Düsseldorf, hg. v. Victoria Versicherungsgesellschaften, Düsseldorf 2000.

Zur Sache Kunst am Bau. Ein Handbuch zum Durchqueren der Standortfaktoren, Architektur, Kunst, Design, Staat, Wirtschaft..., hg. von Markus Wailand / Vitus H. Weh, Wien 1998.

Webseiten zur Kunst am Bau bei privaten Unternehmen**Ars Electronica Future Lab / SAP:** Source Code:http://www.aec.at/source_code/**Daimler AG:** <http://www.sammlung.daimlerchrysler.com/>**Deutsche Bank AG:** <http://www.deutsche-bank-kunst.com/collection/new/en/artatwork.php>**Deutsche Lufthansa AG:** <http://lac.lufthansa.com/de/html/kunst/>**Dresdner Bank AG:** <http://www.dresdner-bank.de/kunstsammlung/index.html>**DZ Bank:** http://www.dzbank.de/unternehmen/index.jsp;jsessionid=0000W2I-I-QMGVfj25gi60t3Txa:10f7p74t7?path=/dz_profil_engage_etagen.html**Erco Leuchten GmbH:** http://www.erco.com/news/de/de_frameset_news.htm**Gasag AG:** http://www.kunst.gasag.de/kunst_im_bau/index1.html**Hessische Landesbank:**<http://www.helaba.de/de/UeberUns/KunstsammlungMT/Kunstsammlung.html>**HypoVereinsbank:** <http://about.hypovereinsbank.de/cms/aboutus/kulturerleben><http://sammlung.hypovereinsbank.de/von=redirect&nach=sammlung&typ=redirect>**Jenoptik AG:** <http://www.jenoptik.com/cps/rde/xchg/SID-26EE34DB>FEF3958/jenoptik/hs.xsl/1581_1666.htm**Jung von Matt Next GmbH:** <http://www.nextwall.de/>mfi Managagement für Immobilien AG: <http://mfi.eu/index.php?id=131&L=0>**Münchener Rückversicherungs AG:**http://www.munichre.com/de/corporate/art_and_architecture/default.aspx**RWE AG:** <http://www.rwe.com/generator.aspx/info-welt/engagement/kulturfoerderung/rwe-turm-kunst-am-bau/language=de/id=3794/kunst-am-bau-home.html>**Rosenthal AG:** <http://www.rosenthal-casino.de/><http://www.rosenthal.de/124/Architektur.htm>**SAGA- GWG AG:** http://www.saga-gwg.de/quartiere/280_479.htmlSyltquelle: <http://www.kunstraum-syltquelle.de/de/sammlung/index.ph>**Union Investment:**http://www.domaquaree.de/index.php?SESSIONID=e47b0f8e70d029c37eef68dc ec32fccd&Action=showDomaquaree_Kunst

Fotonachweis

S. 16 Jens Weber München, S. 19 Christian Richters, Münster, S. 21 Courtesy Hypo Vereinsbank AG, München
S. 27, 28 Wolfgang Lukowski, Frankfurt, Courtesy Allianz AG, München.
S. 36 Dieter Leistner, Mainz, S. 37, 39 Uwe Seyl, Stuttgart, Courtesy Daimler Art Collection, Stuttgart/Berlin
S. 45, 47 Norbert Miguletz, S. 46 Hans Georg Esch, Courtesy Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt.
S. 51, Dietmar Suoch, S. 51, 52 Ramsy Gsenger, Ars Electronica Futurelab, Linz.
S. 56, 57 Courtesy Jenoptik AG, Jena
S. 59, 60 Roman März, Berlin, Courtesy GASAG, Berlin.
S. 64 Stephan Albrecht, Courtesy Hotel Wedina, Hamburg.
S. 65 Claudia Büttner, München.

Das Copyright für die abgebildeten Werke liegt bei den Künstlern, für Fritz Balthaus, Max Bill, Katja Brinkmann, Elmgreen & Dragset, Dan Flavin, Alena Meier, Frank Stella, Franz Erhard Walter bei der VG Bild Kunst, Bonn 2009 bzw. Estate of Dan Flavin/VG Bild Kunst, Bonn 2009 .

Bestandsaufnahme. Befragung von 297 Unternehmen Stand 20.12.2008

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
Banken, Versicherungen		
Bankhaus Lampe KG	Offen: Alter Markt 3, 33602 Bielefeld	
Bankhaus Sal. Oppenheim jr. & Cie.	Christina Kreuzberg, TransArt Kunst und Kultur Projekte, Unter Sachsenhausen 4, 50667 Köln	Christoph Rütimann, Tapete Jeppe Hein, Brunnen, Bank, Lichtobjekte Sammlung 1400 Werke in 10 Jahren Dokumentation demnächst „Jeppe Hein und Sal. Oppenheim“
Berenberg Bank (m 16)	Karsten Wehmeier, Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Neuer Jungfernstieg 20 20354 Hamburg	„Da sich unsere Büros in Mietobjekten und nicht in eigenen Gebäuden befinden, ist unser Engagement in diesem Bereich sehr gering.“
Commerzbank	Offen: Dr. Rolf Darmstadt, 60261 Frankfurt am Main	Frankfurt, Lobby: Thomas Emde „Farbflies Commerzbank“, 1998, 1235 x 1680 cm. „Natürlich spielt Kunst am Bau auch bei uns eine gewisse, wenn auch keine herausragende Rolle.“
Deka Bank (g 14) +	Silke Schuster-Müller, Leiterin Gesellschaftliches Engagement, Mainzer Landstraße 16, 60325 Frankfurt am Main	„Die DekaBank-Kunstsammlung des 21. Jahrhunderts besitzt zwar Auftragswerke in ihrer Sammlung, jedoch keine Kunst am Bau.“
Kunst am Bau bei privaten Bauherren	Britta Färber CSR Kunst Theodor-Heuss-Allee 70 60486 Frankfurt	53046 Kunstwerke, 921 Standorte, 47 Länder. Frankfurt, Hauptverwaltung,
	Friedhelm Hütte, Claudia Schick Tanz, Corporate Cultural Affairs Kunst Vorstand Herbert Zapp (-2004) Berater: Klaus Gallwitz, Städelsches Kunstinstitut, Frankfurt; Peter Beye, Staatsgalerie Stuttgart; Wolfgang Wittröck, Galerist. Berater: Mailand: Frank Boehm, Universität Venedig	Taunusanlage, Vorplatz: Max Bills „Kontinuität“, 1986, Luxemburg, 1991 (Gottfried Böhm), Innenhof: A.R. Penck „Delphi heliotroph“, 1992/93, Zürich, Bahnhofsquai 9/11, Eingangshalle: Balthasar Burkhard, Glaswände, Sydney (Norman Foster of Foster & Partners), Eingangsbereich: Anne Karin Furunes, Wandbild; Treppenhaus, 12-16. Geschoss: Nike Savvas; 8.-12. Geschoss: Michael Parekowhai, Aufzug: Rosemary Laing Mailand, Piazza del Calendario 3 (Gino Valle): Lara Favaretto, Alberto Garutti, Roberta Silva, Patrick Tuttofuoco und Luca Vitone. IBC, 2004, Frankfurt, Theodor-Heuss- Allee 70, Eingangsbereich: Günther Förg, Karin Sander „Weiße Wandstücke“ zweiteilig je 430 x 430 cm, 2004; Heiner Blum „Wir und Wo“, interaktive Medieninstallation. Atrium: Olaf Metzel „Cashflow“, schwebende Skulptur, 2005; Treppenaufgänge und Aufzugsbereiche: Hubert Kiecol, Andreas Schulze, Casino: Ina Weber „Welcome to the Club“ Internes Kunstkonzept 2003 von Friedhelm Hütte, Claudia Schick Tanz, Corporate Cultural Affairs Kunst. „Hier sollten sich die Werke im Besonderen mit den Licht- und Raumverhältnissen sowie den

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		spezifischen Arbeitsbedingungen im ibc auseinandersetzen“ – Homepage
Deutsche Börse +	Anne-Marie Beckmann, Corporate Responsibility, 60485 Frankfurt	„Die Deutsche Börse hat im Jahr 2000 ihr neues Domizil, die Neue Börse, bezogen. Zeitgleich mit den Planungen für das Gebäude haben wir begonnen, eine Sammlung zeitgenössischer Fotografie auf zu bauen.“
Deutsche Postbank	Joachim Strunk, Presse, Postfach 4000, 53105 Bonn	„Die Gebäude unserer Standorte gehören größtenteils nicht der Deutschen Postbank AG. Mit Ausnahme von einigen kleineren Gestaltungen im Innenbereich unserer Zentrale können wir deshalb leider zu Ihrer Anfrage nichts beitragen.“
Dresdner Bank AG	Astrid Kießling, Kunstsammlung, raum für kultur, CSR, Jürgen-Ponto-Platz 1, 60301 Frankfurt, Kunstkommission: Vorstände, Architekten, Referentin Kunstsammlung / Unternehmenskommunikation, externe Sachverständige: Ingrid Mössinger, Kunstslg. Chemnitz	Konzernzentrale, Frankfurt am Main, Gallusanlage 8, 190/9: Sol LeWitt, Jim Dine, Piero Dorazio, Dan Flavin; Ilya Kabakov, Alberto Giacometti und Malerei., Aluminiumhochhaus, Jürgen Ponto Platz, 198/8: Heinz Mack. 1991-2001: Daniel Buren, Maurizio Nannucci, Katsura Funakoshi, Tobias Rehberger. Das Hochhaus Gallileo, 2003: Lichtinstallationen James Turrell, Magdalena Jetelová und Fotografie Filiale Berlin, Pariser Platz: Mimmo Paladino, François Morellet Jesús Rafael Soto, Eberhard Havekost, Julian Opie. Kataloge, Broschüren, monatliche öffentliche Kunstführungen in Frankfurt am Main
DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank	Offen: Luminita A. Sabau, Leiterin Kunstsammlung, Platz der Republik, 60265 Frankfurt	Zentrale Frankfurt, Westendstrasse 1, 1993 (Kohn/Petersen/Fox), Vorplatz: Claes Oldenburg / Coosje van Bruggen „Inverted Collar and Tie“, 1994. Foyer: Künstlerin Marie-Jo Lafontaine „Berauscht von Ewigkeit vergesse ich die Bedeutungslosigkeit der Welt“, Videoinstallation, Cityhaus II, Unterführung: Robert Barry „Ohne Titel (DZ BANK piece #1 bis #8)“, Wandarbeiten Fotosammlung seit 1993
Finanzgruppe Deutscher Sparkassen- und Giroverband (g 7) +	Janine Rompe, Gesellschaftliches Engagement u. Veranstaltungsmanagement, Sekretariat/Assistenz Kulturförderung, Charlottenstraße 47, 10117 Berlin KUNSTKONTOR Deutscher Sparkassen Verlag GmbH, Wallgraben 115, 70565 Stuttgart Meist 20-25 Künstlervorschläge, Einladungswettbewerbe mit 4-5 Künstlern Jury: meist 1 Vorstandsmitglied, der Architekt, 1 Landrat als Verwaltungsratsmitglied, der Bürgermeister, 1 Kunstexperte vor Ort aus Institution wie Kunstverein	„Es gibt keine zentralen Maßnahmen für Kunst am Bau. Dies wird über die einzelnen Sparkassen realisiert.“ Die öffentlich-rechtlichen Sparkassen handeln selbstständig. Der Sparkassenverband bietet ihnen neben Drucksachen und anderen zentralen Diensten auch an, das Kunstkontor des Sparkassenverlages zu nutzen. Diese Kunstberatung von Dr. Claudia Emmert, Sonja Schroth und Christiane-Valerie Gerhold bietet einen Komplettservice von der Entwicklung erster Konzeptionen für die Ausstattung eines Hauses und Herausgabe von Publikationen. Börse München, Fassade: Stefan Sous, Lichtinstallation, temporär 2005/06 Kreissparkasse Böblingen Konrad Winter: Installation, 2005, Autolack auf Aluminium

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	(Udo Kittelmann vom Museum für Moderne Kunst in Frankfurt, Christoph Brockhaus vom Lehmbruck Museum Duisburg in Hagen) Vorstand entscheidet	<p>Kreissparkasse Euskirchen: Rüdiger Taschick „Brücke“, 2005</p> <p>Sparkasse Freiburg-Nördlicher Breisgau: Dellbrügge De Moll „Milchmädchen Weg und Ziel“, 2005.</p> <p>Sparkasse Singen-Radolfzell: Thomas Stimm „Blumen“, Skulpturen, 2005, Aluminium</p> <p>Sparkasse Fulda: Peter Zimmermann, Wandmalerei, Epoxid, Aluminium, 2001</p> <p>Sparkasse Münsterland Ost, City-Filiale: Peter Zimmermann, Wandmalerei, 2005, Epoxid auf Leinwand</p> <p>Stadtsparkasse Gevelsberg: Bernhard Widmann, Installation in der, 2002</p> <p>S.I. Sparkassen Informatik, Frankfurt: Vorplatz: Dellbrügge De Moll „Morse by Horse“, 2006, S.V. Versicherungen in Stuttgart, 2003, Vorplatz: Stephan Balkenhol „Stelzenmänner“. Foyer: Thomas Locher „Jedes Ding hat zwei Seiten“, 19 m h., 2003/04 Vorstandsbereich: Thomas Locher, Spiegelarbeit, 2004.</p> <p>Kunst am Bau wird als Ausstattung bei Neubauten beauftragt und dient oft als Kern für eine spätere Sammlung. Das Kunstkontor betreut die Realisation, aber auch Publikationen, Kataloge auch in Unternehmenskommunikation, organisiert Vorträge, Ausstellungen, Führungen oder ermöglicht PR-Maßnahmen wie bei der Sparkasseninformatik in Frankfurt zur Arbeit von Dellbrügge de Moll: die Abgabe eines Porzellanpferdes in 30er Auflage für besondere Kunden und eines Holzpferdes in 10.000er Auflage.</p>
Hauck & Aufhäuser Privatbankiers KgaA (m 20)	Kaiserstraße 24, 60311 0Frankfurt M, Silke Roth, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Löwengrube 18, 80333 München	München, Schalterhalle: Homeira pour Heidari „Brunnen der Nachhaltigkeit“ „Ein Brunnen in unserer Schalterhalle in München, der von uns als Teil unseres Engagements für nachhaltige Investments bei einer persischen Künstlerin in Auftrag gegeben und im Rahmen einer Kundenveranstaltung im März 2007 eingeweiht wurde ... Ein einheitliches Kunstkonzept gibt es in unserem Haus nicht.“
Hessische Landesbank	Offen: Julia Duell, Kultur, Neue Mainzer Straße 52-58, 60311 Frankfurt	Main Tower, Foyer: Bill Viola „The World of Appearances“, 2000, Video-Klang-Installation, 553 x 320 x 535 cm; Stephan Huber „Frankfurter Treppe“, 2000, Wandmosaik, ca. 800 x 1200 cm. 43. Etage: Claudia und Julia Müller „Glückslose“, 2003, Wandgemälde, Acryl, ca. 300 x 3.000 cm; Franz Ackermann, Paul Morrison, Bernhard Martin.
Hypo Real Estate Holding AG +	Gerhard Reißmüller, Group Marketing & Projects, Unsoeldstrasse 2, 80538 München	„Da wir ein reiner Finanzierer sind und selber keine Bautätigkeiten ausüben, können wir zu Ihrer Studie leider keinen Beitrag leisten. Wir bedauern, Ihnen hier keine positive Nachricht geben zu können.“

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
HypoVereinsbank AG (g 18) +	Dr. Bärbel Kopplin, Internal Communications/ Art management, COM4AM, Sederanger 4, 80333 München Arbeitskreis f. Architektur, Kunst, Design	Siehe Beispiele Kunst am Bau
IKB Deutsche Industriebank AG	Offen: Wilhelm-Bötzkes-Str. 1, 40474 Düsseldorf	Daniel Buren: „A travers le miroir incliné: la couleur“, 1997.
Landesbank Baden-Württemberg	Sabine Kunz, Öffentlichkeitsarbeit, Am Hauptbahnhof 2, 70173 Stuttgart	„Aus Gründen, die für mich im Dunkeln bleiben, wurde eigentlich bei allen signifikanten Bauwerken der letzten 12 Jahre (5 große Gebäude) keine Kunst am Bau realisiert. Bei zwei Bauten gab es tatsächlich Künstlerwettbewerbe, auch Sieger, aber keine Realisierung. Kosten dürften eine Komponente sein. Wir konzentrieren sozusagen auf die Kunst im Bau.“
LfA Förderbank Bayern (m 5)	Marion Haide, Kulturförderung, Königinstr. 17, 80539 München Einladungswettbewerb „Junge Kunst“ 2001, je 2 Künstler Beratung: Daniela Goldmann PR Auswahljury; Jochen Meister, Kulturreferat Einladungswettbewerb 2004 in Kooperation mit den Kunstakademien Nürnberg, München 2005 Direktaufträge Auswahl: Rolf Habermann, Leiter Kulturförderung, Auswahl Deckenfresko: Dieter Baumewerd, Architekt	Hauptgebäude München, Königinstraße 17, (50-jähriges Jubiläum 2001), Außenfassade: Albert Weis „accel“, Neon-Lichtinstallation. Treppenhaus: Keiji Kawashima „Die Welle“, skulpturale Installation. Von-der-Tann-Straße, 2002, Eingangsbereich: Monika Huber, Wandfresko Neubau, Königinstraße 15, 2005 (Baumewerd): „Junge Kunst am Bau“ : Außenfassade: Albert Weis „invers“, Lichtinstallation. Eingangshalle: Peter Senoner „LEM“, Skulptur, Bronze, Glas; Sigridn Stabel „Königinstraße 15“, Videoarbeit; Ben Willikens „Offener Raum“, Deckenfresko, 640 x 420 cm.
B. Metzler seel. Sohn & Co. KGaA (m 18)	Offen: Große Gallusstraße 18 60311 Frankfurt	
NORD LB	Offen - Gabriele Marx, Leitung, Friedrichswall 10, 30159 Hannover Geladener Wettbewerb, Fachabteilung Bau, Auswahl der eingeladenen 8 Künstler durch Kunstpreisjury: Johann Heinrich Benecke, Förderkreis Kestner-Gesellsch.; Stephan Berg, Kunstverein; Peter Dittmar, Medienkünstler; Gunter Dunkel Nord LB; Carl Haenlein; Axel Hecht, art; Wulf Herzogenrath, Kunsthalle Bremen; Norbert Michels, Anhaltinische Gemäldegalerie; Kornelia von Berswordt-Wallrabe, Staatl. Mus. Schwerin. Jury: Nord LB; Stefan Behnisch, Architekt; Jean-Christophe Ammann, Mus. f. mod. Kunst Frankfurt; Stephan Schmidt-Wulffen, Rektor Akad. d. bild. Künste Wien; Eckhard Schneider, Kunsthau Bregenz.	Verwaltungsgebäude Nord LB Hannover, Treppenhaus: Heiner Blum „In Gikum“, Lichtinstallation. Fassade: Angela Bulloch „Pacific Rim Around & Sideways Up“, Pixelwand. Kantine: Michael Craig-Martin „o.T.“, Wandbilder. Innenhof: Jeff Koons „Celebration tulips“, Skulptur. Übergang Neubau, Altbau: Heimo Zobernig „o.T.“, Wandbild. 2,2 % der Baukosten, Abteilung Kultur/Sponsoring, Bereich Unternehmenskommunikation ist finanziell für Unterhalt verantwortlich, Kunstetat. Magdeburg 2000-2002, Gebäudekomplex mit Bank, Laden, Verwaltung, Eingangshalle Bauteil 3: Sabine Funke. Vorstandsbereich: Gotthard Graubner. Atrium: Tamara Gricic. Treppenhaus 2: Riccardo Saro. Kantine: Piotr Zamojski.

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	2000 einstufiges Wettbewerbsverfahren, Leitung, Berater: Heinz Liesbrock, Dortmund	
Sparkasse Köln-Bonn (g 10)+	Offen, Im Mediapark 7, 50670 Köln	
Sparkasse Weserbergland	Offen: Manfred Griese, Am Markt 4, 31785 Hameln	
Sparkasse Wittenberg (m 2)	Offen: Alten Bahnhof 3 06886 Lutherstadt Wittenberg	
Stadtsparkasse Düsseldorf	Offen: Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf Kunstberatung Achenbach	Beat Streuli, Fotoporträts auf Glasfassade
Stadtsparkasse München +	Offen: Sparkassenstraße 2 80331 München	
WestLB AG +	Offen: Dr. Jochen Link, Kunst- und Kultur, Abteilung 001-20910, Herzogstraße 15, 40217 Düsseldorf	Kunst am Bau an Neubauten der 70er Jahre
Aachen Münchener Lebensversicherung, Köln	AMB Generali Holding AG, Anton- Kurze-Allee 16, 52074 Aachen Kunstberatung Achenbach, 2003 Vinzentz Art in Architecture, Köln 2008, Kunstberater: Georg Elben, Julia Höhner, Einladungswettbewerb 12 Künstler, 9 Realisationen, (jüngere Künstler Jg. 70er Jahre), je 10.000 € Honorar. Jury: 1 Vorstand, 2 Projektleiter Neubau: Bauabteilung u. Kommunikationsabteilung, Leiter der Öffentlichkeitsarbeit, Betriebsratsmitglied, Architektin Gattermann, externer Kunsthistoriker, Museumsdirektor Dr. Markus Heinzelmann, Berater Georg Elben, Julia Höhner.	Köln, Umbau (HPP), Eingangshalle: François Morellet, Lichtinstallation. Aachen, Anton-Kurze-Allee 16, 2003 (HPP), Lichthof: Siniša Kandic "Figurengruppen", 2003; Innenhof: Bruno Feger „Hagebutten“ 2003. 2008 – ¾ Jahr vor Fertigstellung Neubau Kohlhoff/ Gattermann, Köln: Glaswände vor Fahrstühlen in 9 Etagen ca. 32 Räume: Natalie Czech, Katja Davar, Beate Engl, Luka Fineisen, Isa Melsheimer, Peter Piller, Jan Scharrelmann, Jorinde Voigt, Martin Wöhrl Geplant weitere Wettbewerbe mit je 1 von 5-6 Künstler für Innenhof, Kantine, Betreuung Projektleitung Neubau Bauabteilung Architektin, Kommunikationsabteilung. Vermittlung geplant: Broschüre, Katalog, Ausstellungsraum, Artothek, Medienwand, Führungen.
Allianz SE	Dr. Georg Frhr. von Gumpenberg, Kunstversicherung, Königinstr. 28, 80802 München Berater: Berlin 1999, Galerie Hoffmann, Friedberg Frankfurt 1999, Vinzentz Art in architecture Leipzig, Samuelis Baumgarte Kunstberatung München 2001, Achenbach Art Consulting	Siehe Beispiele Kunst am Bau
AXA Konzern AG	Michaela Wallner M.A., Kuratorin der AXA Kunstsammlung Deutschland, Haus 09 1.157, Colonia Allee 10 -20, 51067 Köln- Holweide	Hauptgebäude: Klaus Rinke: 7 Meere Gravitationswasserplastik, 1984, Stahl, Kupfer, Stein, Wasser
Basler Versicherungs-AG (m 19) +	Offen: Basler Str. 4 61345 Bad Homburg	
Columbus Holding AG (kl 2)	Offen: Eywiesenstraße 6 88212 Ravensburg	
DKV Deutsche	Offen: Aachener Straße 300,	

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
Krankenversicherung AG (g 9)	50594 Köln	
Ergo Versicherungs AG (Viktoria Versicherung, Düsseldorf)	Dr. Stephan Kronenberg, Leiter Presse, ERGO Versicherungsgruppe, Victoriaplatz 2, 40198 Düsseldorf Jury 1986: Vorstände Edgar Jannot, Martin Horstmann, Günter Schmidt, Richard Wienstein, Horst Poganaz, Bruno Rodenbüsch, Betriebsrat; Architekten: Helmut Hentrich, Edgar Heuser, Heinz Pels, Michael Zotter, Dieter Philipp, Projektleiter. Kunstberatung Achenbach Jury 1997: Vorstände Edgar Jannot, Gerhard Dassow, Horst Döring, Ingmar Douglas, Franz- Wilhelm Hopp, Horst Köhler, Stefan Krüger, Michael Rosenberg, Betriebsrat: Horst Poganaz, Ulrich Plottke; Architekten: Duk-Kyu Ryang, Johannes Holthausen, Dieter Philipp, Heinz Pels, Michael Zotter, Jörg Buhrdorf, Projektleiter	Victoriaplatz 1, Foyer: Gerhard Richter „Victoria I“ und „Victoria II“, 1986. Kantine: Fred Winner „Tradition und Gegenwart“, 1986, Acryl auf Leinwand, Siebdruck, 14teilig, 210 x 1400 cm Victoriaplatz 2, Foyer: Sol LeWitt „Walldrawing #860“, 1998, Kantine: Daniel Buren „In Situ“, 1998 Wer die Hauptverwaltung der Victoria in Düsseldorf betritt, den begrüßen im Eingangsbereich zwei überdimensionale Kunstwerke: „Victoria I und Victoria II“ von Gerhard Richter, dem wohl bedeutendsten Maler der Gegenwart. Beim weiteren Weg durch das Gebäude wird deutlich: Kunst ist ein zentraler Bestandteil der Victoria-Philosophie vom Arbeitsplatz als „Lebensplatz“. Denn: Einen großen Teil seines Lebens verbringt der Mensch im Büro, an seinem Arbeitsplatz. Er ist immer auch ein „Lebensplatz“. – Homepage
Huk Coburg, Coburg	Offen, Willi-Hussong-Straße 2, 96440 Coburg Kunstberatung Achenbach Kunstausschuss: 2 Vorstandsmitglieder Dr. Wolfgang Weiler, Christina Höfer, 1 Architektenvertreter. Empfehlungen an den Vorstand – Auswahlverfahren für Direktaufträge, Münster Einladungswettbewerb 3 Künstler 2003 Coburg, Direktauftrag	Verwaltungsgebäude Coburg 1993/95- 1998 (HPP), Außenraum: Tony Cragg: „Kommen und Gehen“, 1997, Skulpturen; Stefan Balkenhol: „Menschenkette“, 1998. Coburg 1995 (Werner Karst, HPP), Außen: Stephan Huber, Hut, Skulptur, Innen: Thomas Eller, „THE Forum“, Fotoinstallation Umbau, Erweiterung Verwaltungsgebäude Münster, Nebeneingang: Thomas Eller, Wandgestaltung Rechen- und Logistikzentrum Coburg 2003/05 – 2006 (Harald Eichhorn), Olaf Metzel „Durchblick“, 2006 Keine Kunstsammlung Mitarbeiterzeitung über Kunstwettbewerb, HUK –Broschüre: Wegweiser durch die Kunst
Itzehoe Versicherungen WaG (m 16) +	Christine Brockmann, Kulturförderung und Medien, Itzehoe Platz, 25521 Itzehoe	„Kunst am Bau wird in unserem Unternehmen nicht realisiert.“
Landwirtschaftlicher Versicherungsverein Münster AG	Offen: Kolde-Ring 21, 48126 Münster Kunstberatung Vinzentz Art in Architecture	Kolde-Ring 21, 1999-2002 (HPP), Innen und Außen: Stephan Huber „Zwei Pferde für Münster“, 2000-2001, Neonskulpturen.
Münchener Rückversicherungs AG (g 16)	Dr. Susanne Ehrenfried, Corporate Architecture and Art, Marketing, Königinstr. 107, 80802 München, Kunstkonzept, Künstlervorschläge intern von Abteilung Corporate Architecture and Art, Kunstkommission: 4 Konzernvorstände (Vorsitz, Finanzen, Unternehmens- Kommunikation, kunstaffin) Architekt der Bauabteilung Eingeladene Wettbewerbe mit 5	„Die Anzahl der ortsspezifischen Kunstprojekte in der Münchener Rück (weltweit) beläuft sich seit der Gründung des Unternehmens auf ca. 125 Projekte.“ Kunst am Bau seit 1913/13 Hauptgebäude Königinstraße, 1913 (Oswald Eduard Biber, Wilhelm Hollweck), Innenraum: Fresken von Fritz Erler, Reinhold Max Eichler. Kantine: Ankauf von Gerhard Richter, 1997. Innenhof: Jürgen Partenheimer „Weltachse“, 1997, Bronze bemalt, 710 x 65 x 75 cm

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	Künstlern, Direktaufträge	<p>Verbindungsgang: Mauricio Nannucci „NOITTISOPPOSEDARTSEES“, 1995, Lichtinstallation, 800 Lichtspots. Verwaltungsgebäude Leopoldstraße,, Vorplatz: Jonathan Borofsky „Walking Man“, Verbindungsgänge: Dietmar Tanterl. Thomas Horndash „Roter Teppich“ 75 Leuchtkästen, 80 m. Monika Huber, Installation, Siebdruck auf Aluminium, 78 m. James Turrell „The Inner Way“, 1999-2001, Lichtinstallation, Lichtleitfasern, Tageslicht, 2 Kuppelräume, 150 m. Keith Sonnier „Verbindung RotBlauGelb“, 2002, Lichtinstallation. Verwaltungsgebäude Gedeonstraße 10/12 Neubau Süd 1, 2002, Fassade: Olafur Eliasson „Mooswand und Lichtvorhang“, 2002, Prozesse, Moos, Lichtfasern. Innenraum: M+M „Spalt od. Irgendwo da draußen“, 2002, Videoinstallation, 90 cm Wandspalt, 10 Plasmabildschirme, vertikal angeordnet, Schließmechanik, Wandpaneele, Zeitschaltuhr, Landschaftsvideo, öffnet sich 1 x pro Stunde. Kantine: Brigitte Kowanz „Reflection“, 2004, Wandbespannung, Textil, bemalt. 3 Treppenhäuser: Aribert v. Ostrowski „dinge oft so einfach“, 2002, Wandmalerei, 30 verschiedene Lackfarben. Peter Kogler „Ohne Titel“, 2002, Tapeteninstallation, Siebdruck. Felice Varini „circles, mirrors, staircases“, 2002, Wandmalerei. Verwaltungsgebäude Am Münchner Tor, 2003, Vorplatz: Roland Fischer „Lightbox“, 2003, Kubus im Wasserbecken, Glasflächen mit Hochhausfotografien beschichtet. Innenraum: Martin Schwenk „Ohne Titel“, 2003, Wandzeichnung ohne Vorzeichnung, 1.200 Quadratmeter. Schulungs- und Seminarzentrum Schloss Hohenkammer, Schlosskapelle, Gästehaus: Hamish Fulton, Daniel Buren,... MEAG, Munich ERGO AssetManagement GmbH, Oskar-von-Miller-Ring 18, 80333 München, Bürogebäude (1956/57), Eingangshalle, Westarkade: Philipp Lachenmann, Matti Braun und Brigitte Kowanz. Letzte Projekte etwa 1-2 5 der Bausumme Internet, Intranet, Infoblätter, Interne Führungen, Themenführungen</p>
Provinzial Rheinland Versicherung AG (g 11) +	Offen: Provinzialplatz 1 40591 Düsseldorf	
SIGNAL IDUNA Allgemeine Versicherung AG	Dr. Johannes Tutchku, 44121 Dortmund	Johannes Dröge: Hund, Kleinplastik; Steinbrunnen, Stele durch Erweiterungsbau versetzt, was weiter geschieht ist unklar
Versicherungskammer	Isabel Siben, Kuratorin,	Neues Verwaltungszentrum (HPP),

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
Bayern VBK (m 4) +	Maximilianstraße 53, 80530 München Kunstausschuss: 2 Vorstände; Michael Tacke, Design Zentrum; HPP, Architekt; Bertram, Gartenarchitekt; Marc Gundel, Dir. Mus. Heilbronn Kunstberatung Häusler Einladungswettbewerbe 3-5 Künstler	München Giesing, Warngauer Str. 30 – 13 Kunstprojekte - Haupteingang: Ilya und Emilia Kabakov. Eingangshalle: Stephan Huber „Katastrophen und Rettung“. Kleine Halle: Herbert Brandl. Verbindungsgänge: Dietmar Tanterl. Treffpunkte: Gerwald Rockenschaub, John Armleder, Eva Schlegel. Kantine: Beat Streuli. Konferenzraum: Jorge Pardo, Claudia Wissmann. Katalogbuch
Westfälische Provinzial Versicherung AG +	Offen: Provinzial-Allee 1, 48159 Münster	
WWK Versicherungen	Ursula Schwarz, Presse, Marsstraße 37, 80335 München 1998 Kunstberatung Achenbach später: Dr. Irene Netta, Kuratorin, Städt. Lenbachhaus 4 Künstler Wettbewerb für 2 Lichthöfe Jury: gesamter Vorstand, Betriebsratsvorsitzende Cathrin Seeliger, Personalleiter Klaus Seifert, Abteilungsleiterin Einkauf Ursula Bohn	Hauptverwaltung, Marsstraße 37, 1998, Vorplatz: Imi Knoebel; Foyer: Rupprecht Geiger „Rot 2000“, 2000, 5teilige Farbrauminszenierung, Acryl auf Leinwand, Lichthöfe: Pia Stadtbäumer, sowie Julian Opie, (Matt Mullican), Urs Lüthi, Foyer: Stephan Balkenhol, Skulpturengruppe; M+ M, Film – Fotoarbeit vor Ort; Julia Ziegler, Fotoarbeiten, etc. Julian Opie – zwei Porträts von Mitarbeitern auf Glas; Andreas Horlitz, Installation 28 Leuchtkästen in Vorstandsetage. Katalogbuch
Wüstenrot & Württembergische AG	Offen: Gutenbergstraße 30, 70176 Stuttgart	
Versorger		
E.ON Energie +	Bärbel Tannert, Unternehmenskommunikation / Kultur, Briener Str.40, 80333 München, Zuständig: Vorstandsmitglied, Arbeitsdirektor, Hartmut Geldmacher; Personalchef	Hauptverwaltung, Briener Straße Platz, Foyer: Rupprecht Geiger „Lichtbogen pinc“, 2006; Ausstellungsraum: Rupprecht Geiger „784/88“. Kantine: Andreas Horlitz, Wandgestaltung; Flur: Dietmar Tanterl, Lichtinstallation. „Da wir in der Tat in Sachen „Kunst am Bau“ einiges vorzuweisen haben.“
EnBW Energie Baden Württemberg AG +	Dr. Johannes Brümmer, Kunst und Kultur / Marketing, Durlacher Allee 93, 71131 Karlsruhe Beschränkte Wettbewerbe, Direktaufträge, Ankauf, „Die Jurys sind mit international renommierten Fach- und Museumsleuten besetzt.“	„Die drei bisherigen und abgeschlossenen Projekte sind mit regionalen Künstlern realisiert worden. Die beiden aktuell laufenden Kunst-am- Bau-Projekte wenden sich an national und international bekannte KünstlerInnen Teils sind es einmalige Vorhaben, teils sind es Ausstattungen, die sukzessive vorgenommen werden. Keine Angaben zu Realisierungskosten. Für Wartung, Unterhalt und Pflege der Kunstwerke ist ein extra Budget bereit gestellt. ... Die EnBW stellt zu ihren Ausstellungen extra Kataloge her, die die Kunstwerke dokumentieren und mit Texten von Fachwissenschaftlern versehen sind. Es gibt Vernissagen, öffentliche Führungen, Workshops, etc.“
Friedrich Scharr KG +	Offen: Liebknechtstraße 50, 70565 Stuttgart	
GASAG Berliner Gaswerke AG +	Birgit Jammes, Sponsoring / Kommunikation, Voßstraße 20, 10117 Berlin, Reichpietschufer 60 Wettbewerb	Siehe Beispiele Kunst am Bau
Gasversorgung Süddeutschland GmbH (m	Frau Angela Grether, Am Wallgraben 135, 70565 Stuttgart,	„Direkt Kunst am Bau kam nicht zur Anwendung. Wir loben seit drei Jahren

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
19)		einen Förderpreis Junge Künstler aus - also Kunst im Bau. Wahrscheinlich trifft das nicht Ihr Anliegen.“
GAZPROM Germania GmbH +	Alexandra Müller, Markgrafenstraße 23, 10117 Berlin	„Es besteht leider kein Bedarf an Kunst am Bau.“
Mainova AG +	Petra Manahl, Kommunikation, Solmsstraße 38, 60623 Frankfurt	„Wir haben in unserem Neubau in Frankfurt West 2006/07 vier Kunstprojekte in Kooperation mit der Hochschule für Gestaltung in Offenbach realisiert. Artikel des hfg-Jahresberichts.“
Oberhessische Versorgungsbetriebe AG (OVAG) +	Andreas Matlé, Hanauer Straße 9, 13 61169 Friedberg	„Nein, ist bei uns nicht umgesetzt.“
RheinEnergie AG	Offen: Maarweg 161, 50825 Köln,	
RWE AG +	Ingrid Brandhorst, Public Relations, Opernplatz 1, 45128 Essen	„Die RWE-Konzernzentrale, der RWE Turm in Essen, wurde vor 10 Jahren fertig gestellt. Im Rahmen der Fertigstellung wurde das Thema Kunst am Bau berücksichtigt. Namhafte Künstler wie Lothar Baumgarten, Richard Long, NorbertThomas, Francois Morellet und Mischa Kuball sind mit ihren Arbeiten dauerhaft im RWE Turm präsent. Die Installationen werden nicht ausgetauscht. Aus diesem Grunde kann ich Ihnen auch keine Informationen zu Auswahlverfahren etc. zur Verfügung stellen.“
Stadtwerke Düsseldorf	Marina Brückner, Immobilien, Objektservice, Höherweg 100, 40233 Düsseldorf Kunstbeirat: Hans Heinrich Grosse Brockhoff, Kulturdezernent Düsseldorf; Christoph Ingenhoven, Architekt; Rita Kersting, Kunstverein; Armin Zweite, Kunstsammlg. NRW. Kunstberatung Achenbach	Neu- und Umbau Turbinenhalle 2001 (Christoph Ingenhoven), Halle: Jorge Pardo, 14 Wandbilder und Boden; Gang zum Aufenthaltsraum: Daniel Buren. Tapete; Außenraum: Mischa Kuball, 3 Lichtarbeiten – Lichtstele, Spots, Illumination, 2001. Katalog.
Stadtwerke Görlitz AG (m 1)	Offen: Demianiplatz 23 02826 Görlitz,	
Stadtwerke Strausberg GmbH (kl 16)	Offen: Kastanienallee 38 15344 Strausberg	
Städtische Werke AG Kassel (m 12)	Offen: Königstor 3-13 34117 Kassel	
üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe AG +	Offen: Postfach 2540, 30025 Hannover	
Vattenfall Europe Hamburg AG	Susan Hortmann, Kommunikation / Marketing, Puschkinallee 52, 12435 Berlin Kurator: Kasper König Direktaufträge mit Workshops	Neubau Heizkraftwerk Mitte, Berlin 1998 (Jochem Jourdan), Außen: Dan Graham „Pavillon“, Per Kirkeby „Mauer“, „Turm“, Ayse Erkmen 8 „Bänke“. Fassade: Thomas Bayerle, Texte Wandbild, Kacheln. Eingangshalle: Franz Ackermann, Bildfries. Ulrich Wüst „Fotoreihe“. „Das Kunstprojekt am Heizkraftwerk Mitte diente - und das macht auch noch heute - dazu, eine Brücke zwischen einem Bau mit einem industriellen Zweck mitten in der Stadt und den Anwohnern zu schlagen. Darüber hinaus gibt es leider keine vergleichbaren Projekte.“ Als weltweites Projekt der ‚EXPO 2000‘ präsentiert sich das modernste Heizkraftwerk Europas mit seinem

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		<p>ungewöhnlichen ‚Kunst am Bau‘-Projekt nun der Öffentlichkeit. Bislang waren ‚Kunst am Bau‘-Projekte eine Domäne der öffentlichen Hand. Die Bewag bekennt sich als einer der ersten privaten Investoren und Bauherren zu ihrer Verantwortung für die Stadtbildpflege in Berlin.“ Bereits 1995 wurden renommierte Künstler aus verschiedenen Ländern von der Bewag aufgerufen, zur künstlerischen Gestaltung des Heizkraftwerkes Mitte beizutragen. Im Rahmen mehrerer Workshops vor Ort gestalteten die Beteiligten ein Gesamtkonzept, in das die einzelnen, ganz unterschiedlichen Arbeiten eingegangen sind. Für das ‚Kunst am Bau‘-Projekt stellte die Bewag über zwei Millionen Mark bereit. Insgesamt investierte das Unternehmen in den Neubau des Heizkraftwerkes 600 Millionen Mark.“ BEWAG Kunst Heizkraftwerk Mitte. Homepage. Katalogbuch.</p>
VNG -Verbundnetz Gas AG	<p>Dietmar Hebenstreit, Leiter Werkschutz, Braunstraße 7, 04347 Leipzig, Ehemal. Vorstandsmitglied, Projektleiter Kunst Dr.-Ing Werner Hauenherrm Architekt Eike Becker, Berlin Kunstberatung Achenbach Wettbewerb</p>	<p>Zentrale Leipzig 1998 (Becker Gewers, Kühn & Kühn), Außenfassade: James Turrell, 1997, Lichtinstallation „An dem von uns angemieteten Gebäude hat der Bauherr baulich und künstlerisch einige Akzente gesetzt. Einige Elemente am/im Gebäude wurden erstmalig in Deutschland am BTF mit Zustimmung der Bauaufsicht realisiert.“ 1998 Deutscher Baupreis (Balthasar-Neumann-Preis), 2001 RIBA-Award (Royal Institute of British Architects) „db“ Deutschen Bauzeitung 132. Jahrg. 1998, „leonardo, 1/98, Dokumentation, Prestel-Verlages. Als Vertreter des Mieters mit der Zuständigkeit für Sicherheitsfragen wurde ich nicht in alle Beratungen zur Kunst einbezogen.“ 0,2 % der Baukosten, Entwurfspräsentationen vor Belegschaft, Betriebsrat</p>
Technologie, Maschinenbau, Rohstoffe, Mischkonzerne		
Alcoa Fastening Systems (m 4)	<p>Wilfried Peters, Objekt- / Architektenberatung, Zweigniederlassung Iserlohn, Stenglingser Weg 65-78</p>	Keine Kunst am Bau
Ball Packaging Europe Holding GmbH & Co. KG	<p>Offen: Silke Ditters, Public Relations, Kaiserswerther Str. 115, 40880 Ratingen,</p>	
B. Braun Melsungen AG	<p>Anne Katrin Wehrmann-Scherle, Carl-Braun-Straße 1, 34212 Melsungen</p>	<p>Seit 1992 verfügt die B. Braun Melsungen AG über eine umfassende Sammlung zeitgenössischer Kunst. Grundlage der Sammlung ist die Idee, Künstler aus den Ländern zu unterstützen, in denen das Unternehmen tätig ist. Kunst ist bei B. Braun in allen Bereichen gegenwärtig: in Büros, Gängen, Fertigungshallen und in der Kantine. Gezeigt werden über 100 Werke der innovativen Gegenwartskunst von Malerei und Fotografie über Skulptur</p>

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		bis zur Videoinstallation. Die Exponate stehen stets im Dialog mit der sie umgebenden sehr sehenswerten modernen Architektur. Homepage
BÖWE SYSTEC AG	Offen: Werner-von-Siemens-Straße 1, 86159 Augsburg	
E.G.O. Elektro-Gerätebau GmbH +	Offen: Rote-Tor-Straße 14, 75038 Oberderdingen	
ESG Elektroniksystem und Logistik-GmbH +	Jörg Riedle, Leiter Unternehmenskommunikation., Livry-Gargan-Straße 6, 82256 Fürstfeldbruck	„Wir haben in keinem unserer Gebäude Kunst am Bau realisiert.“
Festo AG & Co. KG	Offen - Rüter Straße 82, 73734 Esslingen 1995 Offener Wettbewerb Wirtschaft und Kunst an alle Studierenden und Absolventen der Hochschule der Künste Saar Jury: Christine Baltes, Festo AG, Präsentationsreferentin; Ulrich Kees, Festo AG, Initiator Leiter Festo Werk Rohrbach; Axel Thallemer, Festo AG, Leiter Abt. Corporate Board, Design, Mathias Becke, Galerist, Verleger, Leiter Arbeitsgruppe Wirtschaft und Kultur der Wirtschaftsjunioren Saarland; Harald Hullmann, Hochschule, FB Design; Ulrich Jaschek, Architekt CSC Customer Service Center, nur beratend.	Anton Stankowski „Bewegung im Raum“, Skulptur, Edelstahl, farbig, bewegt durch Druckluftzylinder Realisierung, Ankauf: Halona Hilbertz „Baumhaus“, Installation, 1996 Kassandra Porr, „Luft Technik Natur“, Luft-Text-Installation, 1996 Martin Blanke, Pneumatiksymbol, rote Streifen Horst Haberl, Rektor der HBK Saar: „...wurden der technologisch orientierte Produktionsraum, die Unternehmensphilosophie und die Schaffung eines bestimmten innerbetriebliche Klimas in den Mittelpunkt der Wettbewerbsausschreibung gestellt. Katalogbuch
Franz Haniel & Cie. GmbH	Kornelia Weise, Haniel Verwaltungsgesellschaft mbH, Sekretariat Geschäftsführung, Franz-Haniel-Platz 1, 47119 Duisburg	„Leider hat der Haniel Konzern in seinen Verwaltungs- und Produktionsgebäuden keine „Kunst am Bau“ realisiert.“
Fresenius AG	Silke Schmiedel, Sekretariat Joachim Weith, Else-Kröner-Straße 1, 61352 Bad Homburg	Keine Kunst am Bau
GEA GROUP AG (g 20)	Karin Harder, Kulturreferentin, Dorstenerstr. 484, 44809 Bochum	Aufzug 2000: Babak Saed, Toninstallation „In der Tat hatten wir vor ca. 3 Jahren einmal eine Kunst am Bau Aktion an unserem Headquarter, dem GEA-Center. Es handelte sich um einen Schriftzug des bekannten Künstlers Babak Saed aus Bonn. Die Aktion fand im Rahmen unserer seit 2000 laufenden Reihe von Wechselausstellungen statt, die unter dem Label „Kunst in der Rotunde“ firmieren (weitere Info erhalten Sie im Internet unter der gleichnamigen Rubrik). Nach Ausstellungsende wurde der Schriftzug wieder entfernt.“
Glashütte Original +	Christina Murczek, Public Relations, Glashütter Uhrenbetrieb GmbH, Altenberger Straße 1, 01768 Glashütte	„Glashütte Original hat in dieser Form keine Integration von Kunst im Gebäude vorgenommen.“
Gülich Technologies AG (k 17)	Offen: Neukirchener Str. 19 · 35104 Lichtenfels	
Heitkamp & Thumann KG	Offen: Königsallee 2-4 40212 Düsseldorf	
Hübner Gummi- und Kunststoff GmbH	Marit Siebert, Reinhard Hübner, Inhaber und Geschäftsführer,	„Die Firma Hübner hat mehrere Kunstwerke innerhalb Ihrer Gebäude, und

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	Heinrich-Hertz-Straße 2, 34123 Kassel	wir haben für eine natürliche Umgebung einen Öko-Bau in Kassel-Waldau errichtet. Dies dürfte allerdings nicht als Kunst am Bau in Ihrem Sinne zu bezeichnen sein.“
IBM Deutschland GmbH	Arnd Brüne, Presse, Pascalstraße 100, 70569 Stuttgart	„Die IBM ist in vielfältiger Weise rund um das Thema Kunst und Kultur involviert. Für unsere Gebäude gibt es keine speziellen Kunstprojekte, die sich für ihre Umfrage eignen. Es gibt funktionale Besonderheiten, wie beispielsweise bei dem IBM Gebäude in Zürich, und es wird vor allem auf Energieeffizienz etc. gesetzt.“
HeidelbergCement AG	Offen: Berliner Straße 6 D-69120 Heidelberg	
JENOPTIK AG +	Anna-Maria Ehrmann- Schindlbeck, Kuratorin, Carl-Zeiß-Straße 1, 07743 Jena	Siehe Beispiele Kunst am Bau
JÖST GmbH & Co. KG	Ines Willwerth, Assist. Geschäftsführung, Gewerbestr. 28-32, 48249 Dülmen	„Neu wir haben keine Kunst am Bau realisiert. Wir haben zwar viele Kunstwerke in unseren Räumen hängen, nicht jedoch außerhalb der Gebäude.“
Alfred Kärcher Vertriebs- GmbH (g 20)	Offen: Alfred-Kärcher-Strasse 28-40, 71364 Winnenden	
Koenig & Bauer AG +	Astrid Segovia, Marketing PR, Friedrich-Koenig-Str. 4, 97080 Würzburg	„Nach Rücksprache mit der zuständigen Abteilung in Radebeul können wir Ihnen heute mitteilen, dass an keinem unserer Gebäude Kunst am Bau realisiert wurde.“
König Metallveredelung GmbH	Offen: Industriestraße I, 79787 Lauchringen	
Kurtz Holding GmbH & Co.	Offen: Frankenstr. 2, 97892 Kreuzwertheim	
Linde AG	Bernd Plieschnegger, Real Estate, Klosterhofstrasse 1, 80331 München Reiner Hoffmann, Facility Manager, Direktauftrag Auswahl Vorstandsvorsitzender	München, Zentrale, Am Oberanger, 2008 (Steidle), Atrium: Christopher Klein, Brunnenskulptur, Edelstahl, 640 x 1200 cm; Lichtkunst von Ingo Maurer, geplant. „Ja, wir werden Kunst am Bau an unserem neuen Standort ‚Am Oberanger‘ realisieren“
MAN AG	Dr.-Ing. Helmut Naber, Vice President, Knowledge Transfer, Landsberger Straße 110, 80339 München	Kunst am Bau ist für uns kein zentrales Thema. Dennoch wird es zahlreiche kleine Aktionen geben, in denen sich unser Unternehmen mit dem Thema Kunst auseinandersetzt. Es gibt aber keine zentrale Koordination und auch keine Strategie hierzu. Eine Übersicht über die Aktivitäten unserer Teilkonzerne zu diesem Thema gibt es deshalb leider nicht. Wir in der Zentrale haben uns an der Aktion ‚Löwenparade‘ beteiligt und der von einer Münchner Künstlerin gestaltete Löwe ziert nach wie vor den Eingangsbereich vor unserem Gebäude.“
Miele & Cie. KG	Helga Möckel, Presse, Carl-Miele- Straße 29, 33332 Gütersloh	„Können wir Ihnen leider kein Projekt in unserem Unternehmen nennen, das dafür in Frage käme.“
Mitteldeutsche Hartstein- Industrie AG	Dr. Robert Junold, Assistent des Vorstandsvorsitzenden, Senefelderstraße 14, 63456 Hanau,	„Leider können wir Ihnen auf diesem Gebiet nicht weiterhelfen.“
Norddeutsche Affinerie AG	Offen: Hovestrasse 50 20539 Hamburg	

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
OHRA Regalanlagen GmbH	Offen: Alfred-Nobel-Straße 24-44, 50169 Kerpen	
Osram GmbH +	Wienhausen, Corporate Communication / PR, Hellabrunner Str.1, 81543 München Osram Art Projects Gallery, Dr. Christian Schoen, Kuratorin: Diana Ebster	Lichtplattform mit 7 Screens seit 2006 – „Kunst am Bau, soweit ich weiß, nein“
PFLEIDERER AG	Offen: Ingolstädter Straße 51, 92318 Neumarkt	
REHAU AG+Co KG	Rheniumhaus, 95111 Rehau	
Rhode und Schwarz GmbH & Co KG	Offen - Adriana Olivotti, Leiterin PR und Strategische Kommunikation, Unternehmenssprecherin, Mühldorfstraße 15, 81671 München Kunstberatung Art Matters, S. Shaw	Technologiezentrum, München: Yoshiyuki Miura „Schwingungen des Raumes“
Sartorius AG	Offen: Weender Landstrasse 94- 108, 37075 Goettingen	
Schaeffler KG	Offen: Industriestr. 1-3, 91074 Herzogenaurach	
schattdecor AG +	Bernd Reuss, Leiter Unternehmens-kommunikation, Walter-Schatt-Allee 1-3, 83101 Thansau Direktauftrag bzw. Ankauf, „Persönliche Auswahl durch Eigentümer“, Eigentümer, Unternehmenskommunikation Beratung: Kulturreferent des Landkreises Rosenheim	„Wir haben einige Kunstobjekte angekauft und Sie bei uns im Neubau integriert. 2007 Eingangsgebäude, Foyer: Christina von Bitter „Großes transparentes Kleid“, 2007 Florian Lechner „Gespannt im Rahmen“, 2007 Pfortnergebäude: Ute Lechner / Hans Thurner: „Die Erde ist keine vollkommene Kugel“, 2007, EG, 5. OG: Wandinstallationen (- gemälde) von einem mallorcinischen Künstler, 2007 „Die Weltgeltung eines zunächst sehr regional geerdeten Unternehmens wird dadurch dargestellt, dass die bildende Kunst im Haus Schattdecor gleichfalls das Regionale mit dem Internationalen mischt und verbindet.“ „Da alle Kunstwerke in das Neubauobjekt integriert wurden und entsprechend Ihrer Materialien in zentralen und gut sichtbaren Punkten im Außen- oder Innenbereich des Geländes ihren Platz fanden, ist eine Betreuung der Werke über den üblichen Reinigungs- und Erhaltungsaufwand hinaus nicht notwendig.“ Ausstellungsbroschüre unter dem Titel „Kunst am Bau“, Architekturdokumentation, Tag der offenen Tür mit 5.000 Besuchern im Mai 2007, regelmäßige Betriebsführungen mit ca. 1200 Besuchern pro Jahr.
SCHOTT AG +	Jürgen Breier PR Manager Corporate Public Relations – CPR, Hattenbergstraße 10, 55122 Mainz,	„Hiermit möchten wir Sie informieren, dass SCHOTT keine Referenzobjekte für die Studie ‚Kunst am Bau bei privaten Unternehmen‘ vorweisen kann.“
Schwering & Hasse Elektrodraht GmbH	Offen: Pyrmonter Str. 3-5, 32676 Lügde	

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
Siemens AG (g 3) +	Michael Roßnagl, Leiter Siemens Arts Program, Wittelsbacher Platz 2, 80333 München	Hauptverwaltung, Wittelsbacher Platz, Kantine: Rupprecht Geiger „Farbfeld 845/91“, 1991/92, Öl auf L., 120x 750 cm. Produktionsgebäude, Tübinger Str. 1, Hoffassade: Günther Förg, Wandbild, 1985; Anke Pfisterer / Heinrich Weid, 16-teilige Glasarbeit, 1999. Verwaltungsgebäude, Richard Strauß-Straße 76, Außenbereich Haupteingang: Norbert Radermacher, „Das Pferd“, 1992, Bronzeskulptur zwischen Fahrradständern; Vortragssaal Karl Heinz Beckurts-Saal: Günther Förg, Wandbild, 1985/1990; Treppenhaus: Marin Kasimir „Six Plus One“, Spiegelinstallation, 1990/91. Verwaltungsgebäude, Richard Strauß-Straße 82, Glasübergänge zwischen zwei Häusern: Rolf Julius, Klangskulptur 1990/91. Gang: Raimund Kummer „Malossol“, Installation, 1988. Verwaltungsgebäude, St. Martin Straße, 1991: Marie Joe Lafontaine „Titan“, 1992/93, Buchenholz zweiteilig, 576x480 x 82, Olafur Eliasson, Hannover, Kunst am Bau für Neubau 2000 gescheitert wg. Richard Meyer – wollte Frank Stella. Kunst am Bau aktuell kein Thema.
SMS GmbH	Offen: Eduard-Schloemann-Straße 4, 40237 Düsseldorf	
ThyssenKrupp AG	Offen: August-Thyssen-Straße 1, 40211 Düsseldorf	
Trumpf Werkzeugmaschinen GmbH + Co. KG	Offen: Johann-Maus-Straße 2 71254 Ditzingen	
Voith AG	Friedrich-Karl Finck, Sankt Pöltener Straße 43, 89522 Heidenheim	„Generell wurde ‚Kunst am Bau‘ bisher bei Voith nicht realisiert. Allerdings haben wir bei verschiedenen Gelegenheiten Bilder von Künstlern angekauft, die in Eingangshallen, Büros und Besprechungsräumen hängen.“
Vorwerk & Co. KG	Susanne Schwalm Öffentlichkeitsarbeit Mühlenweg 17- 37, 42270 Wuppertal	„Ich möchte nur kurz mitteilen, dass wir auch weiterhin keine ‚Kunst am Bau‘ realisiert haben. Ein solches Projekt ist derzeit auch nicht in Planung.“
Heinrich Wemhöner GmbH & Co KG Maschinenfabrik (m 13)	Geschäftsführer Dipl. Oek. Heiner Wemhöner, Planckstraße 7, 32052 Herford Direktankauf über Galerie	Eingangsbereich: Stefan Balkenhol, 3 Figuren, Skulptur
Adolf Würth GmbH & Co KG (m 13)	Sarah Meckel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Reinhold-Würth-Str. 12 – 17, 74653 Künzelsau-Gaisbach „Ja, beide genannten Projekte waren Direktaufträge (ohne Wettbewerb). Die bereits während der Realisierungsphase der jeweiligen Neubauten beauftragt wurden.“	Zentrale Künzelsau Gaisbach, 1991 (Müller, Djordjevic-Müller, Krehl, Stuttgart): Skulpturen von Robert Jacobsen, Kunstkonzept / Lun Tuchnowski, Barbara Kress Würth HandelsgmbH Böheimkirchen, A, 1999 (Ernst Huss, Wien): Christian Ludwig Attersee „Schraubengarten“ und „Arbeitszeit“, Herstellung: Elio Macoritto und Petris Luciano, Italien. Wäre es zutreffend bei Konzept und Platzgestaltung mit den Skulpturen von Robert Jacobsen sowie bei den Glasmosaiken von Christian Ludwig Attersee in Böheimkirchen von Kunst am

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		<p>Bau zu sprechen ? Sind auch andere der Skulpturen, wie die von Tuchnowski in Waldenburg und von Luginbühl in Arlesheim, für den Aufstellungsort konzipiert oder lediglich aus der Sammlung dort aufgestellt worden ?</p> <p>„Nein, bei diesen Werken handelt es sich nicht um Kunst am Bau. Wie Sie richtig vermutet haben, waren die Werke bereits im Bestand der Sammlung Würth, als man in den jeweiligen Tochtergesellschaften den Wunsch entwickelte, ebenfalls am Kunstengagement bei Würth zu partizipieren.“</p> <p>„Auch bei uns sind Direktaufträge bereits vor Realisierung die Ausnahme. Unsere Ausstellungsforen sind europaweit als Orte für Wechselausstellungen konzipiert.. Die Kunst vor den jeweiligen Orten nimmt dann Idealerweise Bezug auf die jeweilige Fragestellung, die in den jeweiligen Ausstellungen thematisiert wird. Viele unserer Allied Companies, also Gesellschaften, die zur Würth Gruppe gehören, jedoch unter einem anderem Namen firmieren, kamen erst im Laufe der Zeit zum Unternehmen, so dass die baulichen Gegebenheiten also bereits bestanden, ohne dass man noch Einfluss auf sie hätte nehmen können. Es gibt auch Fälle wie zum Beispiel die Würth International AG in Chur (Schweiz), die ebenfalls ein Kulturforum unterhalten, die keinen Auftrag oder auch Wettbewerb für Kunst am Bau vergeben wollten aber dennoch gezielt ein Objekt, eine Skulptur, für die Umgebung ihres Unternehmens suchten, In Chur entschied man sich zum Beispiel für eine Arbeit von Niki de Saint Phalle der dann bald eine weitere folgte.“</p> <p>Und nicht zuletzt, warum gibt es so viel gute Architektur und so viel gute Kunst, aber so wenige Beispiele für ein Miteinander beider Gattungen? “Dafür wird es viele Gründe geben. Bei den meisten Unternehmen, wie auch öffentlichen Bauten ist es wohl so, dass die ‚Funktionen‘ zunächst Vorrang haben. Solche Gebäude haben ja auch immer konkrete Nutzungen für die dann eben in entsprechender Weise Beträge genehmigt werden. Die Kunst gilt dann, ähnlich wie beispielsweise das Anlegen eines Landschaftsgartens als schönes aber nicht zwingend notwendiges Sahnehäubchen. Auch bei uns werden in den Gesellschaften ja im Zweifel erst neue Lagerflächen oder Parkplätze gebaut, ehe weitere Skulpturen o. ä. budgetiert werden. Lieber wendet man sich später an die Sammlung Würth und bittet um (Dauer-)Leihgaben.“</p>
Ziehl-Abegg AG +	Offen: Heinz-Ziehl-Straße 74653 Künzelsau	

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
Automobilhersteller, Autozulieferer		
AUDI AG	Oliver Scharfenberg, Kommunikation / Kultur, 85045 Ingolstadt	„Wir sind dem Thema bei verschiedenen Instanzen im Unternehmen bis hin zur Leitung der Werksplanung nachgegangen und haben die Bestätigung erhalten, dass es bei Audi kein unternehmensumfassendes Konzept zur Thematik Ihrer Studie gibt. Audi betätigt sich im Bereich Kunst und Kultur auf dem Unternehmensgelände durch Veranstaltungen im Audi Forum und im museum mobile. Darüber hinaus ist Audi aktiv als Veranstalter ...“
BMW AG (g 12) +	Offen: Jobe Elissa Scherf, Corporate Architecture, Zeitgenössische Kunst, Petuelring 130, 80788 München	„BMW bisher regelmäßig Kunstwerke erwarb. Dabei steht das Thema Förderung junger Talente an Akademien (im besondere AdBK München) im Mittelpunkt. Streng genommen handelt es sich m. E. nicht um Auftragsarbeiten.“
Daimler Chrysler AG (g 6) +	Dr. Renate Wiehager, Kunstbesitz / Corporate Art Department, Epplestr. 225 HPC 0411, 70546 Stuttgart Direktaufträge	Siehe Beispiele Kunst am Bau
Dürr AG	Guenter Dielmann, Corporate Communication, Otto-Dürr-Str. 8, 70435 Stuttgart,	„Wir haben zwar das ein oder andere Bild und Skulptur in unserer Firma, aber von Kunst am Bau zu sprechen, wäre vermessen.“
Fahrzeug-Werke Lueg AG	Offen: Universitätsstraße 44 – 46, 44789 Bochum	
Freudenberg & Co. KG +	Cornelia Bucht-Noack, Unternehmenskommunikation, Höhnerweg 2, 69469 Weinheim	Kraftwerksgebäude: Blasius Spreng, Glasmosaikfenster, 1955, 900 x 1000 cm. „In unseren Gebäuden haben wir keine Kunst am Bau realisiert und planen dies auch nicht für die Zukunft“
Subaru Deutschland GmbH (kl 12)	Offen: Mielestr. 6, 61169 Friedberg	
Volkswagen AG	Christoph Adomat, Konzernkommunikation , Sprecher Produktion und Werke, Brieffach 1972 , 38436 Wolfsburg	„Anfrage in Sachen „Kunst am Bau“ - der Zuständigkeit halber wurde Ihre Anfrage von der Fachabteilung an uns weitergeleitet. Wir benötigen an unseren Standorten eine Vielzahl von Fabrikhallen oder Bürogebäuden, die jeweils entworfen und durchgeplant werden müssen. Um ehrlich zu sein, geschieht dieser Prozess jedoch fast ausschliesslich unter dem Aspekt der Funktionalität bzw. einer entsprechenden Kostenbetrachtung. Selbst, wenn im Einzelfall höherwertige Materialien oder modernere Konzepte entschieden werden, hat das nach unserer Einschätzung immer noch nichts mit dem Kern Ihrer Frage nach „Kunst am Bau“ zu tun.“
Continental AG	Petra Hamich, Leiterin Public Relations, Vahrenwalder Str. 9, 30165 Hannover	„Kunst am Bau realisieren wir leider nicht.“
Wilhelm Karmann GmbH	Afra Creutz, Bauabteilung, Narupstraße 69, 49084 Osnabrück	„Wir haben keine Kunst am Bau Projekte auf unserem Werksgelände umgesetzt.“
ZF Friedrichshafen AG (g 15)	Fabiola Wagner, Leitung Unternehmenskommunikation, ZF Trading GmbH, Obere Weiden 12,	„Bei der ZF Trading GmbH gibt es keine Kunst am Bau.“

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	Friedrichshafen	
Chemie, Pharma		
Altana AG	Offen: Abelstr. 45, 6483 Wesel	
BASF AG (g 1) +	Jennifer Moore-Braun, Corporate Communications BASF Group, ZOA/C - C 100, 67056 Ludwigshafen	Keine Kunst am Bau
Bayer +	Rike Zoebelin, Bildende Kunst, 51368 Leverkusen 4815	Konzernzentralenneubau 2002 Helmut Jahn ohne Kunst am Bau dafür mit Brunnen mit Bayer-Kreuz.
Beiersdorf AG +	Dieter Schubbert, Immobilienervice Werk 1, Unnastrasse 48, 20245 Hamburg	„In bzw. an den sukzessive gewachsenen Gebäudebestand in den Hamburger Betriebsstätten wurde keine „Kunst am Bau“ realisiert.“
enviaM Chemn. (kl 19)	Uwe Schiffer, Immobilienmanagement, Mitteldeutsche Energie AG, Chemnitztalstrasse 13, 09114 Chemnitz	„... Da wir Kunst am Bau nach meinem Kenntnisstand nicht realisiert haben.“
Evonik Industries	Barbara Müller, Leiterin Konzernpresse, Rellinghauser Straße 1-11, 45128 Essen Direktaufträge Beraterin: Ursula Bode, Journalistin	Hauptverwaltung RAG Ag, 1999 (Walter Brune), Haus 1, Kantine: Ulrich Erben, Wandmalerei, 1997, Acryl, 1000 x 1400; 350x 1650 cm, 600 x 400 cm. Haus 7, RAG-Saal: Ulrich Erben, Schiebewand, 1999, Holz, Glas, 610 x 890 cm und 3 Segel, 1999, Plexiglas, je 525 x 350 cm.
EXXON MOBIL (g 12)	Offen: Kapstadtring 2 22297 Hamburg	
GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG	Offen: Theresienhöhe 11 D-80339 München	
Heitland & Petre International GmbH (kl 16)	Offen: Grauenbarge 1 29229 Celle	
Henkel KGaA (g 19)	Günter Geising, Architekt Facility Manager A33, Henkelstraße 67, 40589 Düsseldorf	Keine Kunst am Bau
Merck KG aA (g 16)	Offen - Alireza Poorhossaini, Frankfurter Str. 250, 64293 Darmstadt	
Merckle GmbH	Friederike Klatt, Kunstbeauftragte ratiopharm-Gruppe, Ludwig- Merckle-Str. 3, 89143 Blaubeuren	„Skulptur, Horst Antes' „Kopf“ von 1973, empfängt jeden Besucher im Erdgeschoss unseres Verwaltungsgebäudes.“ Bürogebäude, Ulm, 6-stöckiges Treppenhaus: Herbert Volz „Hängendes Kunstobjekt aus 56 Teilen“, 1993, Metall. Kantine: Gabi Nasfeter, Wandmalerei, 700 cm Bürogebäude Weiler, Kantine: Ewald Kröner, Wollteppich, 10 m; Andreas Felger, 3 Holzplastiken. 2006 MerckleBiotec – Gebäude, Eingangsbereich: Albert Merz, Wandmalerei. Reinraumbereich: Albert Merz, 20 Hinterglasbilder für Vitrinen Kunstsammlung mit ca. 4000 Objekten, 1996 Skulpturengarten, Broschüren
Radici Chimica Deutschland GmbH	Offen: Dr.-Bergius-Str. 6, 06729 Tröglitz	Daniel Buren „Arc-en-ciel pour Fausto“, travail in situ, 1997/2002.
Schering AG	Heike Catherina Mertens, Programmdirektorin Kunst, Schering Stiftung der Bayer Schering Pharma AG, Müllerstr.	„Es wurde keine Kunst-am-Bau-Projekte beauftragt. Die 70er-Jahre Reliefs in der Eingangshalle des Hauptgebäudes stammen von dem Architekten des

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	170-178, 13353 Berlin	Hauses. Ansonsten beschränkte sich das Engagement von Schering auf den Ankauf von Kunstwerken für die eigene Sammlung.“
Sebapharma GmbH & Co. KG	H. Düster, Binger Str. 80, 56154 Boppard	„Kunst am Bau wurde bei uns nach unserem Kenntnisstand nicht realisiert.“
Solvay GmbH	Stefanie Grave, Assistentin Kommunikation / Öffentlichkeitsarbeit, Hans-Böckler-Allee 20, 30173 Hannover Ankauf, Direktauftrag	Hauptverwaltungsgebäude, Hans-Böckler-Allee, 1951 (Ernst Zinsser), Vorplatz: Gerhard Marcks „Maya“, Bronzeuguß 1/9, „die erste nach dem Krieg in Hannover aufgestellte moderne Plastik“ 2000 (Weltausstellung EXPO 2000), Außenraum: Bruno Feger „Hagebutten“, Skulpturen „SOLVAY GmbH bzw. die vormalige Gesellschaft Kali-Chemie AG haben auf dem Grundstück ihres Verwaltungsgebäudes in Hannover, Hans Böckler-Allee 20, Kunst am Bau realisiert...“
Unilever Deutschland GmbH	Christine Ahrens, Dammtorwall 15, 20355 Hamburg	„Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass wir in dieser Richtung bisher nichts realisiert haben.“
Wyeth Pharma +	Offen: Wienburgstraße 207, 48159 Münster	
Transport, Verkehr		
AIDA Cruises	Kathrin Heitmann, Corporate Communications Am Strande 3d, 18055 Rostock Auswahl: Reeder Nikolaus W. Schües 2008 Kunstberatung Samuelis Baumgarte Art Consulting	„Wir präsentieren viele Kunstobjekte an Bord unserer AIDA Schiffe als festen Bestandteil unseres Konzeptes.“ 5 Aida Clubschiffe, alle ausgestattet mit Kunst, z.T. Kunst am Schiff: AIDAcara, 1996, Fassade: Feliks Büttner, Wandbild. Innen Decke 3, Feliks Büttner, Wandbilder. Theater: Wolfgang Friedrich, Skulpturen; Deck 9: Britta Neumann, Mosaiksäule, 1996. AIDAbella, 2008, Lobby: Eckart Keller, 22 m Malerei. Deck: Inges Idee „Volle Fahrt voraus“, 2 Skulpturen. Wellness Bereich: Tom Lange, Säule aus Pappelsperholz, Wabenstruktur, Waltraut Cooper, zweifarbige Lichtsäule. Katalog
DAL Deutsche Afrika-Linien GmbH & Co.	Svante Domizlaff, Unternehmensgruppe Deutsche Afrika-Linien / John T. Essberger, Palmaille 45, 22767 Hamburg	„Unsere Reedereigruppe hat ihren Sitz in einem historischen Gebäude, gebaut 1805 von dem dänischen Architekten F. C. Hansen. Das ist ziemlich reale Baukunst des Klassizismus. Im übrigen sind wir, wie ich bereits erwähnte, ein Reedereiunternehmen und kein Baukunst- oder Kunstbauunternehmen.“
Deutsche Bahn AG	Holger Bajohra, Sprecher Kommunikation Infrastruktur, Köthener Straße 2-3, Haus 3, 10963 Berlin	„Die Deutsche Bahn hat bundesweit etwa 6500 Standorte, die meisten davon Bahnhöfe und Verwaltungsgebäude. Darunter sind zahlreiche Gebäude, deren Gestaltung unter künstlerischen Aspekten realisiert wurde. Indessen existiert keine Auflistung, aus der man die einzelnen Standorte explizit entnehmen könnte. Ein Großteil der Gebäude stammt auch aus Zeiten, wo die Grenzen zwischen Architektur und Kunst fließend waren: so sind zahlreiche denkmalgeschützte

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		Bahnhofsgebäude mehr als 100 Jahr alt und allein deswegen aus heutiger Sicht Kunstwerke. In Verwaltungsgebäuden aus den 50er und 60er Jahren finden sich vereinzelte Kunstwerke, auch für die gibt es allerdings keine Aufstellung. Die damals noch geltende Regelung aus dem Bereich der öffentlichen Hand, Budgetanteile für Kunst am Bau einzuplanen, gilt für die Deutsche Bahn AG seit 1993 nicht mehr, dementsprechend gibt es auch weder eine konzernweite Leitlinie für Kunst am Bau noch einen konkreten Ansprechpartner.“ „Das Rolling Horse‘ ist gewissermaßen eine Ausnahme und verdankt seine Entstehung einer unternehmerischen Entscheidung des DB-Vorstandes, nachdem sich der Berliner Hauptbahnhof in kürzester Zeit zu einem Besuchermagneten entwickelt hatte. Sowohl Berliner wie auch Touristen nehmen den Bahnhof als wesentlichen Teil des Stadtbildes wahr - auch wenn sie nicht mit der Bahn ankommen oder abfahren. Aufgrund des in dieser Dimension nicht erwarteten Zuspruchs und der durchweg positiven Wahrnehmung des Bahnhofs als Sehenswürdigkeit hat der Vorstand der Deutschen Bahn AG entschieden, den Berliner Hauptbahnhof mit einem weiteren künstlerischen Akzent zu bereichern.“
Deutsche Lufthansa AG	Astrid Konrad, Hanauer Landstr. 52, 60314 Frankfurt Direktaufträge durch Kuratoren	Siehe Beispiele Kunst am Bau
Deutsche Post AG	Angela Beaumont, Interne Kommunikation, Deutsche Post AG / DHL Verwaltungs GmbH Charles-de-Gaulle-Straße 20, 53113 Bonn	„Kunst am Bau“ wurde bei posteigenen Objekten zuletzt nicht realisiert, da wir seit geraumer Zeit nur betriebliche Zweckgebäude errichtet haben.“
Deutsche Seereederei GmbH (m 7) +	Offen: Am Strande 3e 18055 Rostock	Siehe Aida Cruises
DHL Vertriebs GmbH & Co. OHG	Angela Beaumont, Interne Kommunikation, Charles-de-Gaulle-Straße 20, 53113 Bonn	„Kunst am Bau“ wurde bei posteigenen Objekten zuletzt nicht realisiert, da wir seit geraumer Zeit nur betriebliche Zweckgebäude errichtet haben.“
DPD Dynamic Parcel Distribution GmbH & Co. KG	Ina Maier, Wailandtstrasse 1, 63741 Aschaffenburg	„Seit 15 Jahren finden in der Hauptverwaltung des DPD drei Mal jährlich wechselnde Kunstausstellungen statt. Darüber hinaus haben wir bisher keine Kunst am Bau realisiert.“
Hasenkamp Internationale Transporte GmbH	Nixe Ortlieb, Sekretariat, Europaallee 16-18, 50226 Köln-Frechen	„Hasenkamp hat keine Gebäude mit Kunst am Bau realisiert.“
RBH Logistic GmbH +	Offen: Talstraße , 45966 Gladbeck	
Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH (RMV)	Petra Eckweiler, Presse, Alte Bleiche 5, 65719 Hofheim	„RMV hat keine Kunst am Bau verwirklicht.“
TUI AG	Michael Röhl, Kommunikation, Karl-Wiechert-Allee 4, Hannover	„Mir ist in Bezug auf die TUI AG solch ein Engagement nicht bekannt.“
IT, Kommunikation, Software		

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
GAD eG +	Offen: GAD-Straße 2-6, 48163 Münster	
Infineon Technologies AG	Jana Jouzek, Internal Communications, Am Campeon 1- 12, 85579 Neubiberg	„Leider muss ich Ihnen mitteilen, dass ,Kunst am Bau‘ bisher an keinem unserer Standorte ein Thema ist und es daher auch keine Ansprechpartner bei uns im Hause gibt.“
SAP	Karsten Koch, Facility Management Dietmar-Hopp-Allee 16, 69190 Walldorf Direktauftrag	Siehe Beispiele Kunst am Bau
Deutsche Telekom AG	Rolf Eissrich, TE EXE-4, IT- Management, Group Headquarters and Shared Services (GHS), Graurheindorfer Strasse 153, 53117 Bonn Jury: 1 Vorstandsmitglied, Personalvertretung etc, externe Fachleute: Gohr und Dieter Ronte, Kunstmus. Bonn „Die Künstler wurden seinerzeit von Achenbach Art Consulting vorgeschlagen und später auch betreut.“	Zentrale, 1996 (Kammerer + Belz, Kucher und Partner): Vorstandsbereich: A.R. Penck, Wandbild; Daniel Buren: „Travail in situ, siège social“, 1995; Mario Merz, Markus Lüpertz. Aktuell nichts ! Kein Etat seit 5 Jahren. Kunst sollte sogar ganz veräußert werden, da keine Wertsteigerung mit Kunst am Bau zu erwarten. Nur noch mobile Kunst. Katalogbuch
O 2 Germany GmbH & Co OHG (g 16)	Mike Schwanke, Brand Management / Facility Servicecenter, Georg-Brauchle- Ring 23-25, 80992 München	Fotografieauftragsarbeit von London, Madrid
Vodafone Deutschland GmbH +	Offen: Am Seestern 1, 40547 Düsseldorf	
Bau, Immobilien, Entsorger		
ABB AG	Offen: Kallstadter Str. 1, 68309 Mannheim	
ALBA AG	Offen: Bismarckstraße 105, 10625 Berlin,	
Bilfinger Berger AG	Regina Reiter M.A., Leitung Marketing + Kommunikation, Herriotstraße 1, 60528 Frankfurt	„Wir realisieren Kunst am Bau nur im Rahmen von Bauaufträgen auf Beauftragung unserer Kunden - z.B. Immobilien-Entwickler - hin. Daher können wir Ihnen für Ihr Vorhaben leider nicht weiterhelfen.“
Concept Bau Premier	Petra Seifert, Marketing Manager Dipl.-Ing. Architektur (FH), Isartorplatz, 80331 München	„Unser Unternehmen hat in den letzten Jahren keine Kunst am Bau realisiert.“
ECE Projektmanagement GmbH. & Co. KG	Corporate Communications, Heegbarg 30, 22391 Hamburg, Chefarchitektin Gisela Simon Mehrstufiger, offener Wettbewerb 2003 „In einer Vorprüfung wurden aus 150 Arbeiten 10 ausgewählt. In 3 Entscheidungsrunden wurde ein Gewinner gekürt. Urheberrecht verblieb bei dem Künstler, Eigentum und Verwertungsrechte bei dem Eigentümer = Auslober des Wettbewerbes.“ Zuständig: Architekturabteilung, Marketing-Pressabteilung Jury: 14 Mitglieder, Journalisten, Architekten, Galeristen, weitere Kunstschaffende, Mitglieder der Geschäftsführung.	Alstertal Einkaufszentrum in Hamburg: Zoyt „Mimir- Brunnen“, 2006, Bronzeguß, Figurengruppe ca. 8 m hoch, innerhalb einer Wasserfläche; Gesamtkosten: € 300.000, davon Realisierungskosten € 250.000 aus dem Baukostenbudget. „Einen kulturellen Mehrwert schaffen für die Passanten und Besucher des Alstertal-Einkaufszentrums.“ „Schaffung eines Identifikationsmerkmals für den Stadtteil“. Dokumentation des Wettbewerbes Informationsblätter, Feierliche Enthüllung mit Pressekonferenz „Wir haben bei einem unserer Shoppingcenter, dem Alstertal Einkaufszentrum in Hamburg, bereits Kunst am Bau realisiert. ... Der Anlass für die Kunst am Bau war die

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		<p>Umstrukturierung und Erweiterung des Shoppingcenters. In diesem Zusammenhang ist die vorbeiführende, ehemals vierspurige Straße auf zwei Spuren zurückgebaut worden, so dass ein städtischer Platz entstehen konnte. Um diesem neu geschaffenen Platz Aufenthaltsqualität zu geben und um ihn zu einem besonderen Ort zu machen, wurde Kunst am Bau realisiert. Zur Zeit läuft ein Studentenwettbewerb mit der Hochschule für bildende Künste in Saarbrücken unter der Leitung von Prof. Winter für ein Identifikationsmerkmal für einen Platz, der im Zusammenhang mit der Revitalisierung der Saargalerie in Saarbrücken neu gestaltet wird. Auch hier geht es darum, Wegebeziehungen neu zu ordnen und den Platz zu einem besonderen Ort zu machen.“ „Der Anlass für Kunst am Bau ist unterschiedlich: Oft wird der Wunsch durch die Stadt geäußert. Sie kann aber auch Bestandteil einer Planungsaufgabe sein, wie z. B. an unserem Shoppingcenter Citypoint Kassel. Dort haben wir eine Fassade realisiert, die aus tausend kleinen Fotos der Einwohner von Kassel besteht. Diese Fassade war das Ergebnis eines Fassadenwettbewerbes.“ „Weitere Beispiele aus unserem Hause sind mir zur Zeit nicht bekannt.“</p>
Ernst G. Hachmann GmbH +	Offen: Westfälische Straße 37, 10711 Berlin	
Gemeinnützige Wohnungsbaugenoss. Neuss (k 19)	Claudia Meising, Neusser Weyhe 85, 41462 Neuss	„In unserem Wohnungsbestand wurde keine Kunst am Bau realisiert“
HOCHTIEF Construction AG	Dr. Bernd Pütter, Leiter Kommunikation, Opernplatz 2 , 45128 Essen	<p>„HOCHTIEF realisiert Projekte als Generalunternehmer. Das heißt: Wir setzen im Auftrag unserer Kunden bei manchen Projekten Kunst am Bau um. Wir beauftragen die Künstler aber nicht. Unsere Schwesterfirma HOCHTIEF Projektentwicklung übernimmt zwar selbst die Bauherrenfunktion. Da diese Objekte aber vor allem eine hohe Rendite erzielen müssen, ist für Kunst am Bau kaum Platz. Darüber hinaus stellt sich die Frage, wie man Kunst am Bau definiert: Sind es Kunstobjekte am oder im Gebäude oder zählen Sie auch einen kühnen Architekturentwurf zur „Kunst am Bau“?“</p> <p>„Wie Sie richtig bemerken, engagiert sich HOCHTIEF in den Bereichen Städtebau, Bauhaus, nachhaltiges Bauen. Wir übernehmen also Verantwortung für die Welt, in der wir leben.</p> <p>Hin und wieder unterstützen wir auch Künstler. In Murnau haben wir eine Ausstellung mit Bauhaus-Kunst aus eigenen Beständen ermöglicht. Da unsere Projektentwicklungen eher Renditeobjekte sind, bleibt dort für Kunst am Bau kein Spielraum.“</p>
Investa Projektentwicklungs-	Offen: Markt 20, 09306 Rochlitz	

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
u. Verwaltungs GmbH		
IVG Immobilien AG	Dr. Knut Hansen, Leiter Presse / Interne Kommunikation, Zanderstraße 5-7, 53177 Bonn	„Grundsätzlich spielt Kunst am Bau bei unseren Development-Projekten keine Rolle. Allerdings sind wir auch Immobilien-Bestandhalter und im Fondsgeschäft Immobilien-Verwalter. Darunter dürften sich angesichts von mehrerer hundert Gebäuden auch solche mit Kunst am Bau befinden. Darüber gibt es allerdings weder einen systematischen Überblick noch einen zentralen Ansprechpartner. Und klar ist auch, dass das Unternehmen IVG keine entsprechende geschäftspolitische Richtung verfolgt.“
J&P Development GmbH	Christian Jacobs, Königinstrasse 11 a Rgb., 80539 München	„Wir haben viel Kunst, sogar einen Künstler und keine Kunst am Bau...“
KochInvest	Offen: Pirckheimerstraße 9, 90408 Nürnberg	
Koelnmesse GmbH	Offen: Messeplatz 1, 50679 Köln	
KONZEPTplus AG	Offen: Kurfürstenstraße 132, 10785 Berlin	
Leipziger Baumwollspinnerei Verwaltungsgesellschaft mbH +	Spinnereistraße 7, 04179 Leipzig	Keine Kunst am Bau
Leipziger Messe GmbH	Heike Fischer, Kommunikation, Messe-Allee 1, 04356 Leipzig Direktaufträge durch Kuratorinnen Brigitte Oetker, Christiane Schneider	Tobias Rehberger, Drucksachen für die „Kunst in der Leipziger Messe“, grafische Gestaltung. ZA FRYKI (Piotr Mlodozieniec / Marek Sobczyk), Großflächen-Plakate zum Kunstprojekt der Leipziger Messe. Endstelle Linie 16: Peter Fischli / David Weiss „Landschaft“, Betonarbeit. Vorplatz Glashalle: Isa Genzken „Rose“, Metallrose. Glashalle, Boden: Olaf Nicolai „Pflanze / Konstrukt“, Terrazzo-Bodenarbeit; Rolltreppen: Daniel Buren „Das Auf und Ab der Farbe“. Glashalle, Ost-West-Kontaktzentrum: Jorge Pardo, Gestaltung; Verbindungsrohre zwischen Glashalle und Eingangshalle Ost sowie zu den Hall 4, 5: Angela Bulloch „Belisha Beacon Indicator System“, Lampeninstallation. Congress Center Leipzig: Sol LeWitt „Wall drawing # 516“, Wandmalerei; Hanno Otten „Farbenlehre“, Farbfeldarbeit, Rolltreppen: Daniel Buren „Das Auf und Ab der Farbe“. Messehalle 1, Foyer: Stanislaw Drózd „odtad - dotad“ („wohin - woher“), Textarbeit. Eingangshalle West, Messekassen: Jenny Holzer „Truisms“, elektronische Schrifttafeln. Eingangshalle Ost, Kommunikations- und Leseraum: Heimo Zobernig, Wien „Kunstlobby“; Franz West, Wien Sitz- und Liegeskulpturen, integriert in die „Kunstlobby“. Verwaltungsgebäude, Atrium: Günther Förg, Wandmalerei; Thomas Locher Angebot und Nachfrage“, Textarbeit;

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		<p>Messeclub: Niele Toroni „Pinselabdrücke Nr. 50 in regelmäßigen Abständen von 30 cm“, Wandmalerei; Mitarbeiterforum: Rosemarie Trockel, Gestaltung; Pocketpark: Dan Graham „Messe Leipzig Structure“, Gläserner Pavillon. Messepark: Martin Kippenberger „Metro Net“; U-Bahn für ein imaginäres globales U-Bahn-Netz; Tilo Schulz „Kunst als Kommunikationsobjekt“, Wegweiser, Vorträge und Führungen; Rirkrit Tiravanija „Flipper Wall for Palermo“, Ensemble von 1,40 Meter hohen, oxsenblutrot gestrichenen Wänden. Katalogbuch</p>
Levantehaus	Dietmar Hamm, Centermanagement, Claudia Bach Verwaltungs-GmbH, Glockengießerwall 1, 20095 Hamburg	<p>Umbau Kontorhaus (1911) zur Einkaufspassage 2000 (Sidell Gibson Schäfer & Partner; Ockelmann, Rottgardt & Partner), Öffnung zwischen EG und 1. OG: Bildhauer Barry Baldwin: Fries von verschiedenen, vom Aussterben bedrohten Tierarten; 7. OG, Decke: Ada Isensee, Bleiglasfenster, künstlich beleuchtet, Motive der griechischen Mythologie. Aufzugschacht: Mme. Pochie „Evolution der Menschheit“, Wandmalerei. „aufgrund unserer geschichte als hamburger baumeisterfamilie ist in unseren bauvorhaben stets auf kunst am bau geachtet worden. im levantehaus und auch an den anderen gebäuden haben wir unterschiedlichste künstlerische gestaltungen.“</p>
MBN-Bau AG	Christel Lux, Beekebreite 2-8, 49124 Georgsmarienhütte Ankäufe Auswahl: Eigentümer der Immobilien und der Nutzer, Vorstand und Aufsichtsrat.	<p>MBN Verwaltungs-GmbH & Co. KG, Georgsmarienhütte, Eingangsbereich MBN Verwaltungsgebäude Beekebreite 2-8, Georgsmarienhütte: Volker Johannes Trieb „Material-Werkzeug-Haus“, 1994, Keramik, Stahl, ca. 3,00 m in Reihe, Höhe ca. 250 cm Sanicare GmbH, Grüner Weg 1, 49196 Bad Laer, Eingangsbereich: Volker Johannes Trieb „Elemente des Lebens“, 2000, 2002, Wandplastik, Keramik, Stahl, Wasser, ca. 40 x 40 x 200 cm, ca. 20 m Bürogebäude pbr Planungsbüro Rohling AG, Rheiner Landstraße 9, 49078 Osnabrück, Eingangsbereich: Gerd Ruwe „Bärengruppe“, 1985, Bronze, Höhe ca. 60 cm Bürogebäude pbr Planungsbüro Rohling AG, Richard-Strauß-Weg 11, 49076 Osnabrück: Frauke Wehberg „Geflügelhof“, 1965, Aluminium, ca. 150 x 150 x 120 cm. Schwanenweiher, GMHütte: Gerd Ruwe, „Schwäne über dem Wasser“, 1970, Skulptur Begründet wird das Engagement mit „gesellschaftspolitische(r) Verantwortung für 'Kulturation Deutschland', Imagepflege“. Die Realisierungskosten, Wartung und Unterhalt, Dokumentation wird von MBN</p>

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		Bau, und den Eigentümern getragen. Es gibt keinen gesonderten Etat und keine weiteren Vermittlungsmaßnahmen.
Messe Frankfurt GmbH	Claudia Lehning-Berge, Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt	Keine Kunst am Bau
mfi Management für Immobilien AG	Dr. Marion Agthe, Am Waldhausenpark 4, 45127 Essen „Bis jetzt haben Frau Weiss und ich die Künstler ausgesucht, die in den Arcaden ihre Kunstwerke realisiert haben. In Zukunft soll das über einen Wettbewerb geschehen. Die Ortswahl ist abhängig vom Center.“	Erlangen Arcaden, Erlangen: Fabrizio Plessi, Videoskulptur „Digital River for Erlangen“ 2006. Thüringen Park, Erfurt: Karl-Heinz Adler, Brunnenskulptur, 1995, Betonwerkstein. Schönhauser Allee Arcaden, Berlin: Thomas Emde, Lichtwand „Chamäleon“ 1999, 1.060 x 1.000 cm. Regensburg Arcaden, Regensburg: Eberhard Fiebig, Skulptur „Cumulus“ 2002, Stahl, 600 x 600 x 600 cm. Zwickau-Arcaden, Zwickau: Jürgen LIT Fischer Lichtobjekt „Licht-Puck“, 2000, Acryl; Fre Ilgen: Skulptur „Let's Dance“, 2004/05, Edelstahl, Durchmesser 105 cm. Köln Arcaden, Köln: Fre Ilgen: „Suffragette City“, 2004/05, Edelstahl, 600 cm, Centermanagement Köln Arcaden, Köln: Michael Jäger, Wandmalerei, 2005, ca. 4500 x 250 cm, PLAZA Büro-Center, Essen: Hannelore Landrock-Schumann, Raumarbeit „Kapriolen zweier Ausreisser“, 1999, dreiteilig., Wilmersdorfer Arcaden, Berlin: M + M: Skulptur „Wilma“, 2007, Aluminiumguss lackiert, 210 cm. Gera-Arcaden, Gera: Heinz Mack, Glas- Wasser-Skulptur, 1998, Edelstahl poliert, Glas, 800 cm. Spandau-Arcaden, Berlin: Mack, Heinz: Wasser-Tor, 2001, Granit, 330 x 130 x 380 cm.
ORCO Germany	Offen: 40, Parc d'Activité Capellen, L-8308 Capellen	
SAGA GWG AG +	Carl Mario Spitzmüller, Pressesprecher, Leiter, Unternehmenskommunikation Poppenhusenstraße 2, 22305 Hamburg	„Wir fördern traditionell Kunst am und im Bau und haben da größere Bestände. Allerdings ist unser Haus eine städtisches Unternehmen - kein privates Unternehmen.“ „Kunst dient bei uns der Belebung der Nachbarschaften und als Anreiz für Kommunikation in den Quartieren also auch als Maßnahme zur sozialen Stabilisierung von Bewohnerstrukturen, Stärkung von Identifikation. Um nennenswerte „Werte“ geht das dabei weniger. Die Gemälde und Plastiken stammen überwiegend aus den 1950/60er Jahren von Hamburger Künstlern. Heute fördern wir stadtteilbezogene eher unbekannte Gruppen und Künstler. Die Saga GWG den Hamburger unterliegt nicht städtischen Richtlinien zur Kunst am Bau. Eine Publikation der Kunstwerke ist neu in Arbeit, erscheint Anfang Oktober.“
Schörghuber Unternehmensgruppe +	Sabine Sommer, PR-Referentin, Bayerische Bau und Immobilien	„Die Bayerische Bau und Immobilien Gruppe hat bei aktuellen und bereits

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	GmbH & Co. KG, Denninger Straße 169, 81925 München	abgeschlossenen Projekten keine Kunst am Bau realisiert.“
Schwörer Haus KG+	Offen: Hans Schwörer Strasse 8, 72531 Hohenstein	
Tishman Speyer	Offen: Friedrich-Ebert-Anlage 49, 60308 Frankfurt	Messeturm Frankfurt: Jonathan Borofsky „Hammering Man“, 1990 Stahl, Aluminium, 21,5 m h. Quartier 205, Berlin: Sol LeWitt, John Chamberlain. ...
Union Investment AG	Fabian Hellbusch, Leiter Immobilien Marketing u. Kommunikation; Dr. Susanne Kaschub, Caffamacherreihe 8, 20355 Hamburg Auswahl: Vorstand Beratung: Kunstagentur Saalfrank Berlin: Kunstkonzept Galerie Arndt & Partner	Zentrale, Frankfurt, Wiesenhüttenstraße, Empfangsbereich: Ottmar Hörl „Wortwechsel“, 2000, Wandinstallation, Partizipationsprojekt, 800 eingesandte Worte der Mitarbeiter zum Unternehmen auf Aluminiumtafeln gedruckt. Lothar Krebs „Puzzle Picture“, 2002, Puzzle aus 119 Einzelbildern der Mitarbeiter, 560 x 1360 cm. Gewerbepassage DomAquaree, (nps tchoban voss) sowie der in Berlin. Berlin, Atrium: Stephan Balkenhol „Mann auf Säule“, 750 cm „Frau auf Säule“, 730 cm, „Mann auf Säule“, 450 cm, alle 80 cm Durchm. Holz. Aufzugschacht: Massimo Vitalis „Pic-Nic Poker“, 2000/04, Farbfotografie auf 12 Glasflächen , je 133,5, x 217,5 cm. Jeppe Hein „Changing Invisibility“, Brunnen, Edelstahl, 900x 900 x 30 cm. „In der Tat spielt ‚Kunst am Bau‘ bei einer Reihe unserer Fonds-Immobilien eine wichtige Rolle. Kunst trägt zur Aufenthaltsqualität unserer Immobilien bei, die in vielen Fällen als innerstädtische Marktplätze der Begegnung und Kommunikation fungieren. Die temporären oder dauerhaften Kunstinstitutionen zielen dabei auf die Beschäftigten, die Mieter aber auch andere Nutzer unserer Immobilien, die allgemeine Öffentlichkeit, Kunden der Einzelhandelsbereiche, etc., ab. Die Installation ist häufig Bestandteil des architektonischen Konzeptes; sie gehört zum Objekt, unterstützt die Marktpositionierung und Profilierung in den jeweiligen Teilmärkten. Besonders hinweisen möchte ich Sie auf die Kunstinstitutionen in unseren CityQuartieren, die sich mit ihren öffentlichen Räumen und Durchwegungen in die urbanen Standorte einfügen und diese bereichern. Eine besondere Rolle spielt Kunst im CityQuartier DomAquaree sowie in CityQuartier Fünf Höfe. Letzteres ist sogar mit einer Kunsthalle ausgestattet. Informationen finden Sie unter www.domaquaree.de sowie unter www.fuenfhoefe.de “
Vivico Real Estate GmbH	Wilhelm Brandt, Leiter Unternehmenskommunikation, Hedderichstraße 55-57, 60594 Frankfurt	„Derzeit realisiert Vivico keine Projekte ‚Kunst am Bau‘. Jedoch gibt es Kunstprojekte wie den Asphaltsee im Arnulfpark und in unseren eigenen Bürräumen realisieren wir auch

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		Kunstprojekte. Mehr zum Asphaltsee finden Sie übrigens auf unserer Webseite www.vivico.de In den fünf Gebäudekomplexen des Quartiers Feuer entstehen bis 2009 Büros und Einzelhandelsgeschäfte. Das umgebaute Heizkraftwerk beherbergt ab September 2007 außerdem ein Theater mit 380 Sitzplätzen. Gleichzeitig wird der Rainer-Werner-Fassbinder-Platz mit der Großskulptur ‚Asphaltsee‘ fertiggestellt. Mit dem Quartier Wasser sollen ab 2008 hochwertige Eigentumswohnungen und Büros entstehen. Damit wird die letzte Lücke in der Gesamtgestaltung des Arnulfpark® geschlossen. In den eigenen Räumen haben wir derzeit keine weiteren Kunstmaßnahmen am laufen. Kunst am Bau ist für Vivico derzeit kein Thema. Auf die Maßnahmen rund um den Hamburger Bahnhof, Stichwort Kunst Campus, hatte ich Sie ja bereits hingewiesen.“
WBM Wohnungsbau- gesellschaft Berlin-Mitte mbH +	Offen: Dircksenstraße 38 10178 Berlin	
Bekleidung, Konsumgüter, Handel		
Adidas Salomom	Kristin Koopmann, 91074 Herzogenaurach	„Leider ist die einzige Antwort, die ich Ihnen geben kann, die, dass wir zwar hauseigenes Werbematerial in Form von großformatigen Fotos oder Bannern zum Zwecke der Gebäudegestaltung, insbesondere der Innenraumgestaltung nutzen, dies allerdings nicht als Kunst am Bau interpretieren würden.“
Arcandor AG	Daniel Karthausen, Kommunikation, Theodor-Althoff- Straße 2, 45133 Essen	Keine Kunst am Bau
A.W. Faber-Castell Vertriebs GmbH +	Renate Hilsenbeck, Nürnberger Str. 2, 90546 Stein	„Faber-Castell hat kein derartiges Projekt realisiert. Vielleicht ist es jedoch für Sie von Interesse, dass die Firmengebäude in Stein und in Geroldsgrün nach einem Farbkonzept von Prof. Werner Knaupp gestaltet sind. Sollten Sie dazu genauere Informationen wünschen, kann ich Ihnen gerne Material zukommen lassen.“
B.T. Dibbern GmbH & CO KG	Christiane Cürten, Heinrich-Hertz- Straße 1, 22941 Bargteheide	„Mit Kunst am Bau können wir leider nicht dienen.“
Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG (m 6) +	Offen: Köbbingser Mühle 6, 58640 Iserlohn	
ERCO Leuchten GmbH	Martin Krautter, Marketing Gruppenleiter PR / Direktmarketing, Postfach 24 60, Brockhauser Weg 80-82, 58507 Lüdenscheid Direktauftrag	Siehe Beispiele Kunst am Bau
Erfurt & Sohn oHG	Lars Jentzen, Leiter Werbung / PR, Erfurt & Sohn KG, Hugo- Erfurt-Straße 1, 42399 Wuppertal- Beyenburg	„Wir haben in unserer Fabrik keine Kunst am Bau realisiert, da wir uns gemäß unseres Kerngeschäftes „Rauhfaser“ eher an klassischer Gestaltung orientieren.“
HUGO BOSS AG Metzingen	Offen: Dieselstrasse 12, 72555 Metzingen	
Kahl GmbH (kl 13)	Lars Karl, Industriestraße 17-19,	„Wir haben keine Kunst am Bau

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	68169 Mannheim	eingesetzt, weil das nicht zu uns passt...“. „Wir vertreiben (leider) recht „schlichte, sachliche „ Artikel, die in einem schlichten Industriegebäude stehen. In unserem Kundenkreis sind wir als bodenständig usw. bekannt. Insofern wollen wir hier auch ganz bewusst „zurückhaltend“ auftreten.“
Metabo +	Hartmann, Metabo-Allee 1, 72622 Nürtingen	Nur Kunstsammlung, Ankauf eines Werks aus je 4 Ausstellungen jährlich.
Metro AG	Serra Esatoglu, Unternehmenskommunikation, Schlüterstraße 1, 40235 Düsseldorf Interne Auswahlkommission Beratung: Vinzentz Art in Architecture,	Hauptverwaltung, Schlüterstraße 41, 40235 Düsseldorf, Eingangshalle: Rolf Walz „give me a drag!“ 2001, Aluminium eloxiert, gefärbtes Glas, Licht 28 m Foyer: Gregor-Torsten Kozik „Haben und Sein 2005/2006“, Lichtinstallation „Seit Februar 2006 ist im Foyer der Brücke 1 ein Lichtkunstobjekt des Chemnitzer Künstlers Gregor-Torsten Kozik installiert. Das Kunstwerk des Multikünstlers, der nicht nur als Maler und Grafiker, sondern auch als Performance-Künstler und Schriftsteller bekannt geworden ist, trägt den Titel ‚Haben und Sein 2005/2006‘. Die Lichtkunst ‚Haben und Sein‘ besteht aus den Teilen ‚Herzlabrynth‘ (2-teilig), ‚Dorn‘, ‚Blatt‘, ‚Welle‘, ‚Gekrönte‘. Ferner stellt die METRO Group seit dem Frühjahr 2006 auf dem Konzerngelände Kunstwerke der Metro-Stiftung Skulpturenpark aus. Die ausgestellten Kunstwerke sind ein ‚Erbe‘ der METRO Group aus der Übernahme der Horten AG in den Neunzigerjahren. Die Metro-Stiftung Skulpturenpark versteht sich als Modell stadtaarchitektonischer Gestaltung im Sinne eines Nebeneinanders von Arbeit, Gewerbe und Kunst. Außerdem fördert die Stiftung Kunst und Kultur der Gegenwart in Düsseldorf. Unter der Schirmherrschaft des Regierungspräsidenten und in Zusammenarbeit mit der Landeshauptstadt Düsseldorf und maßgeblichen Vertretern der Düsseldorfer Kunstszene ermöglicht die METRO Group vornehmlich jungen bildenden Künstlern, ihre Arbeit einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Weiterhin vergibt die Stiftung Stipendien an förderungswürdige Künstler und kümmert sich um die Organisation und Durchführung von Präsentationen und Ausstellungen. Broschüre ‚Outside In‘ Die Lichtkunst wurde von einem Gremium aus unserem Haus ausgewählt. Dieses Gremium ließ sich von verschiedenen Künstlern Vorschläge für Kunstwerke unterbreiten und entschied sich letztendlich für den Chemnitzer Künstler Gregor-Torsten Kozik. Das Lichtkunstobjekt gibt dem komplett

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		verglasten Turmgebäude Spannung und schafft somit eine stimmungsvolle Atmosphäre im Eingangsbereich des Headquarters der METRO AG. Es ist ein Engagement der METRO Group, Kunst sichtbar zu machen. Ein Kunstetat ist in dem Sinne nicht vorgesehen. Für die Betreuung u.a. der Kunst am Standort Düsseldorf ist unser Servicedienstleister die MFM METRO Group Facility Management zuständig.“
Montblanc International GmbH +	Kommunikation, Hellgrundweg 100, 22525 Hamburg Architekt: Heiner Jarchow	Keine Kunst am Bau.
Melitta Unternehmensgruppe +	Offen: Marienstr. 88, 32425 Minden	
Nintendo Germany GmbH +	Offen: Postfach 15 01, 63760 Großostheim	
Otto-Handelsgruppe	Thomas Voigt, Direktor Wirtschaftspolitik / Kommunikation, Wandsbeker Str. 3-7, 22172 Hamburg	Keine Kunst am Bau.
Dirk Rossmann GmbH	Josef Lange, Öffentlichkeits-arbeit, Im Langen Felde 3, 30938 Burgwedel	Zentrale, Empfangshalle: Fritz Hasselbring „Kontraface“ und „Sarajevo 94“, Skulpturen „In Teilen des Verwaltungsgebäudes finden sich plastische sowie grafische Werke nebst einem kleinen Skulpturengarten im Innenhof - also eher Kunst im Bau. Viele der Stein-Skulpturen stammen von Mitarbeitern, die im Rossmann-Seminarzentrum (siehe www.seminarhausrossmann.de) in dort angebotenen Steinkursen geschaffen wurden. Auf dem Innenhof stehen vier Skulpturen unbekannter Künstler und eine Skulptur unseres „Centaur“-Logos. In der Nähe des Büros des Firmeninhabers Dirk Roßmann, befindet sich noch die „Rossfrau“, eine Skulptur der Hennigsdorfer Künstlerin Katharina Puttins, die aus einem Schaukelpferd und einer Puppe zusammengesetzt ist.“
Rosenthal AG	Offen: Philip-Rosenthal-Platz 1, 95100 Selb	„Regenbogenhaus“ Selb, 1973, Fassade: Otto Piene Rosenthal Studio-Häuser, Berlin 1978, Paris 1980, Düsseldorf 1981, Fassaden: Victor Vasarely, zerstört „Hundertwasserhaus“ Selb, 1982, Fassade: Friedensreich Hundertwasser Rosenthal Theater, Selb, 1927, Umbau 1982, Foyer: Michael Boehm, Decke; Zuschauerraum: Günther Uecker. Werk Thomas, Kulm, 1985, Fassade: Marcello Morandini „Spiegelhaus“ Selb, 1987, Südfassade: Marcello Morandini; Philip Rosenthal Rosenthal Casino, Restaurant, Gästehotel, 1956 (Hans Minarik) Umbau bis 1987, 2001 restauriert, verpachtet, Treppenhaus: Tapio Wirkkala, Porzellanrelief aus Serviceteilen der Form »2000«. Philip Rosenthal „Bierflaschenwand“. 20 Gästezimmer: Otmar Alt, Michael Boehm, Barbara

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		Brenner, Elsa Fischer-Treyden, Dorothy Hafner, O.H. Hajek, Johan van Loon, Marcello Morandini, Rosemonde Nairac, Eduardo Paolozzi, Otto Piene, David Queensberry, Lino Sabattini, Timo Sarpaneva, Nanny Still McKinney, Victor Vasarely, Bjørn Wiinblad, Sami Wirkkala, Paul Wunderlich, Yang
Semperlux AG	Offen: Motzener Str. 34, 12277 Berlin	Hauptverwaltung, Berlin-Marienfelde, Vorplatz.: Volkmar Haase „Licht - Raum - Dynamik“, Lichtskulptur, 800 x 550 cm
SØR Rusche GmbH +	Gaby Weber, Sekretariat Dr. Dr. Rusche, Wiedernbrücker Str. 1, 59302 Oelde	„Die SØR Rusche GmbH hat an ihren Gebäuden keine 'Kunst am Bau' realisiert“
Villeroy & Boch AG	Ester Schneider, Leiterin Keramikmuseum, Saaruferstr. 66693 Mettlach	Außen: André Heller „Erdgeist“, Skulptur Innen: Stefan Szczesny „Weltkarte des Lebens“, Mosaik- und Fliesenarbeit
Nahrungsmittel, Genussmittel		
Alfred Ritter GmbH & Co. KG	Simone Groß M.A, Ritter Museum, 71108 Waldenbuch,	Kunstsammlung
AOH Nahrungsmittel GmbH & Co KG	Bettina Jordan-Grausenick, Kommunikation, Schwartauer Werke, Lübecker Str. 49-55, 23611 Bad Schwartau, T	„Leider müssen wir Ihnen mitteilen, daß wir Ihnen bei der Vorbereitung Ihrer Studie nicht behilflich sein können, da die Schwartauer Werke keine Kunst am Bau umsetzen.“
Bahlsen GmbH & Co. KG	Offen: Podbielskistr. 11, 30163 Hannover	
Beck und Co. Brauerei Bremen	Lisa Wunderle, Public Relations, InBev Deutschland, Brauerei Beck GmbH & Co KG, Am Deich 18/19, 28199 Bremen	Susanne Fleischhacker / Holger Manthey „Unterwegs mit Alexander von Humboldt“, Wandinstallation Holger Manthey „Worte 2“ , Medienprojekt, EDV „Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass wir Ihrer Bitte nach Informationen nicht nachkommen können“
Der Beck GmbH (m 6)	Offen: Frau Binting, Am Weichselgarten 12, 91058 Erlangen-Tennenlohe	
Bitburger Braugruppe GmbH +	Katharina Dehnke, VPB / Interne Kommunikation, Römermauer 3, 54634 Bitburg	„Daß die Bitburger Braugruppe in/an ihren Gebäuden keine Kunst am Bau realisiert hat. Allerdings hat die Bitburger Braugruppe Kunst im öffentlichen Raum gefördert. So stiftete Bitburger der Stadt Bitburg im Jahr 2005 eine Skulptur für den damals neu entstandenen Verkehrs-Kreisel. In den verwendeten heimischen Sandstein ist „Bierstadt Bitburg“ eingemeißelt. Die Sichtachse durch das Tor führt in die Stadt, die Torflanke weist den Weg zur Brauerei.“
British American Tobacco (Germany) GmbH	Offen: Karin Schlömer, Corporate and Regulatory Affairs, Millerntorplatz 1, 20359 Hamburg	
Cargill Deutschland GmbH +	Renate Horster, General Management Assistant, Cerestarstr. 2, 47809 Krefeld	„Die Cargill Deutschland GmbH in Krefeld veranstaltet seit 2000 zweimal jährlich Kunstausstellungen in ihren Räumen, zu der vor allem anerkannte Künstler der Region eingeladen werden, ihre Kunst abseits der üblichen Galerieszene einem breiten Publikum zu zeigen. Es wird den Künstlern auch die Möglichkeit geboten, Skulpturen auf den Freiflächen des

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		Firmengeländes auszustellen. Diese Art des Kunstsponsorings beinhaltet nicht direkt Ihre Fragestellung zum Thema ‚Kunst am Bau‘, sondern zielt mehr auf die Fragestellung ‚Kunst im Bau/Gebäude‘, hat aber, unserer Meinung nach, doch einen indirekten Bezug. Unser Ziel dieses Kunstsponsorings besteht auch darin, Mitarbeiter an die Kunst heranzuführen, sich mit der Kunst auseinander zu setzen und somit auch Toleranz zu üben. Wir bieten am Vernissagetag auch der breiten Öffentlichkeit die Möglichkeit, Kunst in einem anderen Ambiente zu erleben.“
Coca-Cola GmbH	Claudia Wurm, Coca-Cola Verbraucherservice, Friedrichstraße 68 , 10117 Berlin	„Wir können keinen Input geben.“
Jodquelle AG	Offen: Ludwigstr. 14, 83646 Bad Tölz	
KWS SAAT AG	Offen: Grimsehlstr. 31, 37555 Einbeck	
Pfeifer & Langen KG	Offen: Linnicher Str. 48, 50933 Köln	
Philip Morris GmbH (g 16) +	Presse, 81369 München	„Wir beantworten keine Anfragen“
Privatbrauerei Gaffel Becker & Co.	Eigelstein 41, 50668 Köln Sabine Karls, Die Koelner Agentur für Public Relations, Sömmeringstr. 75, 50823 Köln	Keine Kunst am Bau.
riha Richard Hartinger Getränke GmbH & Co. Handels-KG	Anna Hielscher, Behrenstr. 44-64, 31737 Rinteln	„Die riha Getränke Gruppe hat in Ihren Gebäuden jedoch keine Kunst am Bau realisiert.“
Südzucker AG	Frau Conrad, Maximilianstraße 10, 68165 Mannheim	„So etwas gibt es bei südzucker nicht.“
Sylt-Quelle Vertriebs-GmbH und Co. KG	Indra Wussow, Geschäftsführerin, Hafensstraße 1, 25980 Rantum, Sylt „Eigene Kuratorin bestimmt zu 100% die Konzeption.“ „Alle bisherigen Kunstwerke wurden durch direkte Einladung der Künstler realisiert.“ Entscheidung: „Stiftungsvorstand“ Beratung: „Zusammenarbeit mit Galerien und Kuratoren.“	Außen: Robert Schad „Escrit“, 2002, Skulptur, Vierkantstahl; Klaus Schwabe „Stele“, 1995, Skulptur, Stein; Trak Wendisch „Fischträger“, 2004, Bronze. Quellenhaus: Hartung / Trenz Lichtinstallation, 2003 Winter / Hörbelt „Sylt Basket“, 2007, Skulptur, mixed media. Dach: Mohne/Kopp „Remote Words“, 2008. Werksgebäude: Volker Tiemann „n.n.“, 2008, Skulptur, mixed media. „Die Sylt Quelle ist ein eher öffentlicher Raum, der durch die Kunstwerke immer wieder neu definiert wird.“ Die Auftragsarbeiten sind „Teil eines umfangreichen Kunst- und Kulturprogramms der Stiftung kunst: raum sylt quelle.“ Die Realisierung erfolgt aus privaten Spenden, Unterhalt und Dokumentation durch Stiftungsetat. Publikationen, Broschüren, Dokumentationen, Webseite im Internet, Führungen, Ausstellungsrundgänge. Es gibt „externe PR, die gezielt auf die Projekte hinweist“ „Kunden der Sylt-Quelle haben kein

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		Interesse an den Aktivitäten.“ „Breites Interesse durch Touristen und Besucher des Geländes.“
Tchibo GmbH	Offen: Überseering 18, 22297 Hamburg	
Ulmer GmbH Schokoladenfabrik	Offen: Kreuzstr. 55, 26382 Wilhelmshaven	
Weldebräu GmbH & Co KG (kl 11)	Susanne Schacht, Brauereistr. 1, 68723 Plankstadt	„Direkt vor dem Brauereigelände befindet sich ein Verkehrskreisel, den eine in Stein gemeißelte große Version der ursprünglich von Bildhauer Günter Braun aus Heidelberg entworfenen tanzenden Bierflasche ziert. Das wird aber wohl eher nicht das sein, was Sie suchen.“
Medien, Verlage		
Axel Springer AG	Kathrin Finger, Information und Öffentlichkeitsarbeit, Axel-Springer-Str. 65, 10888 Berlin,	Axel Springer Haus, Hamburg, Empfangshalle: Frank Stella „Lilar“, 1997, Collage, Acryl auf Leinwand, 4 Flächen 500 x 700 cm. „Die Ullstein-Eulen, Verlegerfamilie Ullstein ist die auf einem Stein sitzende Eule; Vier Bronzereliefs in der Passage, Am Übergang von der Ullstein-Halle zur Axel Springer Passage, gleich neben der Rolltreppe, schmücken vier Bronzereliefs die Wand. Auch sie stammen – mittelbar – von der Fassade des alten Ullstein-Hauses, wichtige Stationen des Zeitungmachens: Redaktion, Schriftsetzerei, Photographie, Druckerei, Expedition und Vertrieb, in Bronze nachbilden ließ. Porträtplastik Axel Springer, Kurt Arentz (*1934); Das Relief von der Jerusalemskirche, Relief ist eines der letzten erhaltenen Originalteile; Bronze-Büste „Helmut Kohl – Kanzler der Einheit“, Serge Mangin, 2003; „Landschaft Uckermark“ und „Berlin-Mitte“ von Klaus Fußmann in der Ullstein-Halle“. Katalogbuch, Flyer
Bertelsmann AG	Offen: Daniela Heubaum, Wittjohann, Kommunikation, Carl-Bertelsmann-Straße 270, 33311 Gütersloh	
DasTelefonbuch Servicegesellschaft mbH (k l6)	Offen: Gutleutstraße 75 60329 Frankfurt	
E. Gundlach Holding GmbH & Co. KG	Rita Ahlers, Niederwall 53, 33602 Bielefeld	„Die Gundlach Holding hat in keinem ihrer Gebäude Kunst am Bau realisiert.“
Gruner und Jahr AG & Co KG (g 20) +	Christina Leitow, Projektleitung Events und Ausstellungen, Unternehmenskommunikation Am Baumwall 11, 20459 Hamburg	„Kunst am Bau wird bei Gruner + Jahr nicht praktiziert. Wohl aber Kunst IM Hause: G+J präsentiert regelmäßig Ausstellungen im Foyer.“
Hubert Burda Media Holding GmbH & Co. KG	Offen: Arabellastraße 23, 81925 München	
H. Hugendubel GmbH & Co. KG	Monika Hirt, Assistentin der Geschäftsleitung, Hilblestraße 54, 80636 München	„Die Standorte der Buchhandlung Hugendubel sind alle gemietet, Kunst am Bau hat auch im Ausbau der Flächen nicht stattgefunden.“
Jamba! GmbH	Juliane Walther, PR, Karl-Liebnecht-Str. 5, 10178 Berlin	„Das Gebäude, in dem wir unsere Büros haben, ist im Besitz der Union Investment Real Estate AG.“

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
Ondesign (kl 15)	Offen: Cremon 11, 20457 Hamburg	
Ströer out of Home Media (m 9)	Margit von Kuhlmann, PR- Referentin, Unternehmens- kommunikation, Ströer-Allee 1, 50999 Köln	<p>„Tatsächlich haben wir im Rahmen einer Kooperation mit der Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft in Alfter bei Bonn einmal ein Projekt in der Richtung realisiert. Wir unterstützen als Unternehmen einerseits Projekte im Bereich Kunst und Kultur, andererseits engagieren wir uns für Kinder und Jugendliche sowie Bildung. Bei der Alanus Hochschule kommt beides zusammen: Nachwuchskünstler erhalten im Rahmen eines Uni-Projektes die Möglichkeit, für einen Kunden aus der Wirtschaft (also für uns) Kunst zu entwerfen und umzusetzen. Die Kooperation ist auf Langfristigkeit ausgelegt. 2005 ist dabei ein Konstrukt aus blauen Schnüren herausgekommen. Es wirkt einerseits plastisch, andererseits ist es luftig und transparent. Dies passte damals sehr gut zu uns, da wir gerade dabei waren ein aufgekauftes Unternehmen zu integrieren. Die Schnüre schafften eine Verbindung zwischen Gebäude und See, so wie die Mitarbeiter sich miteinander vernetzten und zusammenfanden.</p> <p>Derzeit arbeiten wieder Studierende an einem Projekt für uns. Wie das aussehen wird, kann ich jedoch noch nicht sagen. Es wird wahrscheinlich diesmal Kunst im Innenraum des Gebäudes geben, geplant sind verschiedene Installationen. Das übernehme ich operativ und mein Chef, der Leiter Unternehmenskommunikation, im Bezug auf Entscheidungen und Abstimmung mit dem Vorstand. Die Studierenden werden von ihren jeweiligen Hochschullehrern koordiniert, die wiederum den Kontakt zu uns pflegen. Aus welchem Budget werden Material, evtl. Honorar und Vermittlung(?) bezahlt? Das besprechen und entscheiden wir kurzfristig mit der Hochschule. Beim Seilprojekt haben wir die Kosten aus unserem Budget der Unternehmenskommunikation bestritten. Es kommt aber auch vor, dass die Studierenden Material selbst organisieren. Honorare fallen keine an, die Hochschule erhält ja im Gegenzug eine Werbekampagne von uns bzw. wir sind Mitglied im Förderverein der Hochschule.“ „Bislang konnte erst dieses eine Werk realisiert werden. Es blieb vom Mai 2005 bis in den späten Herbst 2005 erhalten, als ein heftiger Schneeschauer uns wegen der Windlasten auf dem Konstrukt und damit auf dem Gebäude zum Abbauen bewegen hat. Auch die aktuell geplanten Werke sind temporär gedacht, jedoch haben wir uns nicht im Voraus auf einen Zeitraum</p>

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		festgelegt. Auf- und Abbau geschieht in Absprache mit der Hochschule.“ „Das Schnüre-Projekt diente uns vor allem zur internen Kommunikation in einer Phase der Integration zweier Unternehmen zu einem „neuen“ Unternehmen. Auch heute noch finden Drucksachen intern Verwendung, die ein Foto des Schnüre-Projekts enthalten. Die Vernissage brachte ein wenig Presse. Die meiste Resonanz erlebte das Werk in der Nachbarschaft. Es gab z.B. jemanden, der uns eine Fotosammlung vorbei gebracht hat mit sehr künstlerischen Fotos des gesamten Ensembels. Wir hatten im Sommer beinahe täglich Schaulustige mit Kameras vor der Konzernzentrale und erhielten Anrufe und unangemeldete Besuche.“
Treibtsch Entertainment GmbH	Offen: Gustav Mahler Platz 1, 20354 Hamburg	
Vogel Business Media GmbH & Co. KG (m 14)	Offen: Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg	
Zeit Verlag	Hanno Rauterberg, Leiter Kulturredaktion, Pressehaus Speersort 1, 20095 Hamburg	„Aber Kunst am Bau??? Das Gebäude gehört dem Verlag auch gar nicht, ist nur gemietet.“
Dienstleister, Berater, Hotels, Kliniken		
Augustinum Stiftung +	Christina Maria Krahnke, Leitung Unternehmens- kommunikation, Stiftsbogen 74 81375 München	Skulptur eines privat bekannten Künstlers
BDO Deutsche Warentreuhand AG	Offen: Ferdinandstraße 59, 20095 Hamburg	
Buchinger Fastenlinik	Buchinger Bodensee, Wilhelm-Beck-Straße 27 , 88662 Überlingen Beratung: Vinzentz Art in architecture Einladungswettbewerb	Villa Belgrano 1995 (Reinhardt & Zohner): Lothar Baumgarten „Das Große Rasenstück“, Wandbild, 1200 x 2000 cm. Empfangshalle: Marie-Jo Lafontaine, Videoinstallation, ... Wir betrachten Kultur, Kreativität, Begegnung und eine zeitgemäße Spiritualität als Bestandteile unseres ganzheitlichen Konzeptes. Wir streben in diesen Bereichen nach Zusammenarbeit mit Menschen und Institutionen von hohem Niveau und Kompetenz. Die Gestaltung unserer Gebäude und die Innenarchitektur sollen unsere therapeutische Philosophie widerspiegeln. Wir legen Wert darauf, nicht Reproduktionen, sondern möglichst Originalwerke der modernen Kunst in unseren öffentlichen Räumen, aber auch in den Patientenzimmern zu präsentieren.“ Besonders hervorzuheben ist die Gestaltung der großen Wand in der Villa Belgrano durch den Düsseldorfer Künstler Lothar Baumgarten: „Das große Rasenstück“.
Cafe Lobenstein (kl 3)	Offen: Damaschkestraße 18, 99096 Erfurt	
Capitell Vermögens-Management AG	Markus Nothdurfft, Presse, Humboldtstraße 60a, 60318 Frankfurt	„Meine Einschätzung ist die, dass Kunst am Bau bei uns nicht existiert.“

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
Caritas Krankenhaus St. Josef (m 11)	Offen: Landshuter Straße 65, 93053 Regensburg	
Cognos AG	Offen: Alte Rabenstraße 1, D-20148 Hamburg	
Crowne Plaza Cologne City Centre (g 20)	Offen: 50674 Köln	
CSC Ploenzke AG CSC Deutschland Solutions GmbH	Petra Freund, Communications & Marketing, Abraham-Lincoln-Park 1, 65189 Wiesbaden	„Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass wir Sie mit Ihrem Anliegen zur Zeit nicht unterstützen können.“ Perspektivenwechsel - Kunst für das Rhein-Main-Building Unter dem Leitthema ‚Perspektivenwechsel‘ wurden Konzepte von sechs Künstlern unterbreitet, deren Arbeiten zum einen auf die Architektur des Gebäudes abgestimmt sind und mit dieser in einen Dialog treten, zum anderen die Mitarbeiter aktiv einbinden und zum Austausch anregen sollen. Aktion-Reaktion - Interaktive Kunst für das Rhein-Main-Building Neben dem oben beschriebenen Kunstkonzept wurde ein weiterer, ergänzender Entwurf vorgelegt, der sich ausschließlich auf die Ausstattung des Gebäudes mit interaktiver Kunst bezieht. Interaktive Kunstwerke sind Arbeiten, deren Aussehen und Inhalt vom Betrachter beeinflusst werden kann. Das Hauptanliegen war, eine stärkere Einbindung der Mitarbeiter in das Kunstprojekt zu realisieren. Es wurden vier Künstler vorgeschlagen, deren Arbeiten alle den Betrachter dazu anregen, in spielerischen Dialog mit den Kunstobjekten zu treten. - Homepage
denkwerk services gmbh	Offen: Vogelsanger Straße 66, 50823 Köln	
Droege & Comp. GmbH +	Offen: Poststraße 5–6 40213 Düsseldorf	
Dr. Schmidt AG & Co.	Gabriele Wollermann, Assistenz des Vorstandes, Am Borsigturm 54, 13507 Berlin	„Sie haben sich wohl geirrt.“
Egon Zehnder International GmbH	Martin Klusmann, Project Manager Corporate Communications, Rheinallee 97, D-40545 Düsseldorf	„Wir sind in gemieteten Büroräumen und von daher beschränkt sich alles auf Bilder“
Ernst & Young AG +	Dag-Stefan Rittmeister, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Mittlerer Pfad 15, 70499 Stuttgart	„Leider haben wir in den Ernst & Young-Büros keine Kunst am Bau realisiert. Unser Investitionsschwerpunkt liegt auf Gemälden und teilw. Skulpturen, die in einigen Büros ausgestellt sind bzw. die Wände schmücken.“
Grenkeleasing AG (m 13)	Myriam Jung, Corporate Communications, Neuer Markt 2, 76532 Baden-Baden	„Bei der Planung und Umsetzung unseres Gebäudes stand die Funktionalität in Verbindung mit Design im Vordergrund. Den Aspekt „Kunst am Bau“ haben wir in Verbindung mit der Architektur in keinem Zusammenhang gesehen.“
Heubeck AG	Sasa Hanten, Heubeck Sammlung, Schenkendorfstr. 9, 50733 Köln Auswahl: Eigentümer Ankäufe, Direktaufträge	„Die Situation der Sammlung ist allerdings so, dass Klaus Heubeck, der namensgebende frühere alleinige Eigentümer des Unternehmens, die Sammlung angeschafft hat und weiter

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		erweitert und für das Bürogebäude und die Aussenanlagen die Kunst, auch die speziell für den Ort entwickelten Arbeiten, persönlich ausgewählt hat und nicht von einem geordneten Auswahlverfahren gesprochen werden kann. Dafür kann sich der Umfang sehen lassen. Es gibt sehr grosse Ausmalungen und Skulpturen bzw. Objekte am bzw. im Haus und auf den Grünflächen.“
Hotel Wedina (kl 16)	Felix Schlatter, Inhaber, Gurlittstr. 23, 20099 Hamburg Architekt Markus Schell, Büro 213, Sophienstraße 18, 10178 Berlin Direktaufträge	Siehe Beispiele Kunst am Bau
IBRO Funk und Marketing GmbH +	Offen: Kastanienweg 1, 18184 Roggentin	
InnSide Hotel	Offen: Graf-Recke-Strasse 5, 40239 Düsseldorf	Atrium: Thomas Emde „Lichtwolke“,
Jung von Matt / next GmbH	Katja Weber, Grabenstraße 25, 20357 Hamburg „Ein zentrales Projektmanagement gibt es für den Bereich Kunst bei Jung von Matt nicht. Man kann hier ganz bestimmt nicht von einem professionalisierten Bereich sprechen.“	Hamburg, Grabenstr. 5: „nextwall“ und www.nextwall; 3x30 Meter lange Mauer: 5 Graffitikünstler Daddy Cool (Hamburg) DAIM (Hamburg), DESUR (Jena), SEAK (Köln, Bonn), TASEK (Hamburg) „Graffiti am Bau, Hamburg, Außenwand: Goetz Ulmer „Trojanisches Pferd“, Relief, heute stellv. Geschäftsführer Kreation, Hamburg, Grabenstr. 25, Empfangshalle: „Vorderteil, Trojanisches Pferd“, Skulptur überlebensgroß, Holz Berlin, Empfangshalle: „Hinterteil, Trojanisches Pferd“, Skulptur überlebensgroß, Holz Zürich, Dach: Enea „Trojanisches Pferd“ „Die nextwall kann man dann wohl als das erste Kunstobjekt bezeichnen.“
Kienbaum Consultants International GmbH Gummertsbach	Offen: Ahlefelder Straße 47, 51645 Gummertsbach	
KPMG Deutsche TreuhandGes. AG	Offen: Klingelhöferstraße 18 10785 Berlin	
Leipzig Marriott Hotelmanagement GmbH (kl 16)	Offen: Am Hallischen Tor 1, 04109 Leipzig	
Lauk & Cie. GmbH	Offen: Augustinusstr. 9B, 50226 Frechen	
Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH	Stefan Kraus, Brückenstraße 2, 50667 Köln	Beziehen neues Bürogebäude im Hafen, Lobby mit Skulptur wird beauftragt, Entwürfe von dem Partnerkreis bekannten Künstlern.
luxoom medienprojekte GmbH	Offen: Chausseestraße 8 10115 Berlin	
Märthesheimer & Morgenroth Consulting GbR (kl 14)	Offen: Gundelsheimer Straße 22; 96052 Bamberg	
Management Engineers GmbH & Co. KG	Offen: Am Seestern 8, 40547 Düsseldorf	
Mazar Revision & Treuhand GmbH (kl 20)	Offen: Rennbahnstr. 72-74, 60528 Frankfurt	
Maritim Hotelgesellschaft +	Offen: Herforder Straße 2, 32105 Bad Salzuflen	

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
McKinsey & Company, Inc.	Daniela Catharina Kolk, External Communications, Königsallee 60C, 40027 Düsseldorf	„Kunstentscheidungen sind, wenn überhaupt, von Büro zu Büro unterschiedlich. Es ist also eine lokale Angelegenheit, bei der es keine genaueren Absprachen/Informationen gibt.“
Nörr Stiefenhofer Lutz Partnerschaft	Dr. Michael Neumann, Briener Straße 28, 80333 München	„Wir haben leider keine Kunst am Bau.“
PriceWaterhouseCoopers AG (g 13) +	Carmen van Musscher, M.A., Corporate Communications, Olof-Palme-Str. 35, 60439 Frankfurt Direktaufträge	Olof-Palme-Straße, 1994, Dach: Anselm Baumann „Schöne Aussicht“. „Tatsächlich haben wir seit Mai 2007 eine Kunstinstallation von Anselm Baumann auf dem Dach eines unserer Gebäude hier in Frankfurt realisiert. Zudem gibt es einige Kunstwerke in unseren Räumen, die z.T. extra dafür angefertigt wurden - von ehem. Professoren und Schülern der Städelschule Frankfurt. Das Besondere sind die gezeigten Exponate, die als „Kunst am Bau“ in dem seit 1994 fertig gestellten Gebäude in der Olof-Palme-Straße integriert sind und zusammen mit der Architektur eine Einheit bilden. Ein gelungenes Wagnis, denn damals überließ man in völliger Freiheit den Künstlern - Lehrbeauftragte und ehemalige Schüler der Frankfurter Städelschule - die Auswahl: Sie konnten entweder bereits existierende Werke in die ausgefallene Architektur des Hauses einbringen, oder neue dafür schaffen, was sie nicht selten mit Doppelsinn, Witz und Ironie verbanden. Zu sehen sind beispielsweise Arbeiten der (damaligen) Stadel-Professoren Thomas Bayrle, Jörg Immendorff, Per Kirkeby, Christa Näher und Hermann Nitsch, die denen ihrer Absolventen wie Gerald Domenig, Michael Kalmbach, Tobias Rehberger oder Phillip Zaiser spannungsvoll gegenüberstehen.“
Rickert & Co. Personalberatungsgesellschaft mbH	Offen: Nördliche Münchner Strasse 25, 82031 München	
Roland Berger Strategy Consultants GmbH+	Susanne Horstmann, Presse, Mies-van-der-Rohe-Strasse 6, 80807 München	„Nein, Kunst am Bau haben wir bislang nicht realisiert. Dies ist meines Wissens auch nicht geplant.“
Stern Stewart & Co. GmbH Management Consultants	Offen: Salvatorplatz 4, 80333 München	
The Boston Consulting Group GmbH	Felix Schuler, Press Relations, Ludwigstraße 21, 80539 München	„Kunst am Bau nach klassischem Verständnis haben wir nicht. Allerdings haben wir für unsere Werbekampagnen mehrmals einen Künstlerwettbewerb veranstaltet und später die siegreichen Originale bei uns dauerhaft ausgestellt sowie weitere Arbeiten der Künstler im Wettbewerb (immer ein Künstler pro Flur - ausgewählt durch die ‚Bewohner‘ des jeweiligen Flurs).“
Wilmer Cutler Pickering Hale and Dorr LLP	Offen: Friedrichstrasse 95 10117 Berlin	
Zoologischer Garten Berlin AG +	Detlef Schneider, Hardenbergstraße, 10787 Berlin	„Kunst am Bau haben wir nicht.“

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
Stiftungen, Verbände, Kirchen		
ADAC Südbayern e.V.	Christine Jäger, Kunstsammlung, Bibliothek, ADAC Tourismus Verlag, Am Westpark 8, 81373 München	Kunst am Bau soll später am Neubau realisiert werden - noch immer nicht klar, was kommt.
Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI) BDI Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA)	Offen: Haus der Deutschen Wirtschaft, Breite Straße 29 10178 Berlin	Thomas Huber, Fassade: Olafur Elliasson, Ohne Titel, 1999, Tobias Rehberger. Walldesign (Auguste Rodin, L'Homme qui marche, 1878), Leni Hoffmann, Udo Koch, 105 Wasserflaschen,
Bundesverband der deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken +	Claudia Boldt, Kommunikation, Schellingstraße 4, 10785 Berlin	Keine Kunst am Bau – Berliner Volksbank – Daimler Chryssler Bauherr.
DEKRA e.V.	Stephan Heigl, Direktor Kommunikation und Marketing, Handwerkstrasse 15, 70565 Stuttgart	„Kunst am Bau‘ kommt bei unseren Gebäuden nicht zur Anwendung.“
Deutsche Klassenlotterie Berlin +	Offen: Brandenburgische Straße 36, 10707 Berlin	
Deutscher Gewerkschaftsbund	Bernhard Schulz, Bereich Veranstaltung- und Innenservice, Bundesvorstand Henriette-Herz- Platz 2, 10178 Berlin	„Beim DGB haben wir keine ‚Kunst am Bau‘-Projekte. Dies gilt jedenfalls für die Bundesvorstandsverwaltung hier in Berlin. Für unsere anderen Standorte bin ich nicht aussagefähig.“
Deutsches Rotes Kreuz	Offen: Carstennstr. 58, 12205 Berlin	
Emschergenossenschaft (m 15)	Torsten Bockholt, 13-EZ I Stabsstelle Emscher-Zukunft, Kronprinzenstraße 24, 45128 Essen	„Anbei möchte ich Ihnen zu Ihrer Anfrage zu ‚Kunst am Bau bei privaten Bauherren‘ mitteilen, dass wir unter Federführung unserer Stabsstelle zur Zeit eine Gestaltungslinie für unsere Verbandsbauwerke erarbeiten (eine sog. ,Corporate Architecture‘). Dies betrifft eine auf unsere Verbands- aufgaben themenbezogene Gestaltung und Materialwahl im Sinne einer Künstlerischen Oberleitung (vgl. HOAI). Ziel ist, mit einem Auswahl- Materialkanon Fassaden und Außenanlagen von Pumpwerken, Transformatorhäusern, Brücken und Wegen zu errichten und sie damit zu gestalten, ohne dafür einen separaten Fond an Aufwand oder Kosten vorhalten zu müssen. Die Auswahl hängt von den Rahmenbedingungen der Objekte und ihrer Standortbedeutung ab. Sie erfolgt sukzessive bei Sanierung oder Neubau von Anlagen. Die Öffentlichkeit soll uns über unsere Bauwerke als ihr regionaler Dienstleister für den Wasserkreislauf wahrnehmen. Das wohl bekannteste Bauwerk ist unser Pumpwerk Gelsenkirchen Horst, das anlässlich der Bundesgartenschau 1997 eine besondere Gestaltung erfuhr. Der Begriff ‚Kunst am Bau‘ aus Ihrer Anfrage verstehe ich allerdings so, dass Sie Kunstwerke selbst in Begleitung von Bauten meinen. Derlei Objekte errichten wir m.W. in der Regel nicht, stellen aber

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
		ausgewählte Räumlichkeiten in Pumpwerken für Ausstellungen, Konzerte u.ä. zur Verfügung, so dass das Pumpwerk selbst Teil der Inszenierung wird.“
Evangelische Kirche in Deutschland	Kirchengemeinden eigenständig Claudia Breinl, EKD-Institut für Kirchenbau und kirchliche Kunst der Gegenwart an der Philippsuniversität Marburg /Geschäftsstelle Ev. Kirchbautag, Am Plan 3, 35032 Marburg Selten Direktaufträge, Einladungswettbewerbe 3-5 Künstler Jury mit externen Kunstsachverständigen	Begriff der Kunst am Bau nicht gebräuchlich, Kunst gehört immer zur Ausstattung der Kirchen, Beratung und Realisation über Kunstbeauftragte der Landeskirchen,
GTZ – Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH +	Henriette Mende, Unternehmenskommunikation Corporate Design, Medien, Informationsmanagement, Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5, 65760 Eschborn	„Die GTZ hat seit einigen Jahren vor einem ihrer Häuser eine Skulptur stehen, die die Arbeit des Unternehmens symbolisieren soll. Kunst ‚am‘ Bau haben wir ansonsten keine, allerdings viel Kunst ‚im‘ Bau, da wir über eine eigene Kunstsammlung verfügen, die in den Fluren und Räumen des Unternehmens hängt.“
Friedrich Ebert Stiftung	Heiner Naumann, Koordinierung Abt. Finanzen und Organisation, Berliner Haus Hiroshimastraße 17, 10785 Berlin Direktauftrag	Berlin, Foyer: Wieland Förster „Willy Brandt“, Bronzeplastik „Die FES hat in Ihrem neuen Gebäude in Berlin auch ‚Kunst am Bau‘ aufgenommen.“ Durch öffentliche Mittel verpflichtet zur Kunst am Bau. Graphiksammlung
Friedrich-Naumann-Stiftung	Ulrich Wilke, Bereichsleiter Ressourcen, Karl-Marx-Straße 2, 14482 Potsdam	„Die jüngste Baumaßnahme der Stiftung liegt mehr als 8 Jahre zurück und beinhaltete im Wesentlichen die umfassende Sanierung eines denkmalgeschützten Altbaus. Wegen der komplexen und schwierigen Finanzierung dieser Baumaßnahme (u.a. Teilfinanzierung aus Verkaufserlösen) beschränkte sich die „Kunst am Bau“ auf die kostenneutrale Übernahme einzelner Gemälde, die seinerzeit im Zusammenhang mit der Errichtung einer - zwischenzeitlich stillgelegten und veräußerten - Bildungsstätte im Zusammenhang mit dieser Kostengruppe erworben wurden. Ich bedaure, Ihnen keine weiteren Auskünfte geben zu können.“
Heinrich-Böll-Stiftung	Annette Maennel, Leitung Öffentlichkeitsarbeit, Schumannstraße 8, 10117 Berlin Eingeladener Ideenwettbewerb 8 Künstler: Heike Baranowsky, Felix Dröse, Via Lewandowsky, Antje Schiffers, Andreas Schmid, Juliane Sieber/Klaus Völker, Dagmar Varady-Prinich. Jury: Barbara Steiner, Direktorin	Neubau Berlin, 2007, Empfangshalle: Via Lewandowsky „Treppenläufer“, „Wir waren nicht verpflichtet, Kunst am Bau zu betreiben - es wurde uns vom BBR sehr ans Herz gelegt. Aber: Wir hätten es auf jeden Fall getan, weil uns Kunst als Ausdruck der Einmischung und als Seismograph in der Wirklichkeit wichtig ist und wir auch als Stiftung der Kunst verpflichtet fühlen.“ Ein Entwurf für die Heinrich-Böll-Stiftung Haus der Heinrich-Böll-Stiftung in Berlin-Mitte (12,5 Millionen Euro brutto (einschl.

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	Galerie für zeitgenöss. Kunst, Leipzig; Cornelia Schleime, Künstlerin, Piet Eckert, Architekt, Ralf Fücks Vorstand Heinrich-Böll-Stiftung, Annette Maennel, Heinrich-Böll-Stiftung.	<p>Kosten für Grundstückserwerb) Vorhaben. Für den Eingangsbereich ein Kunstwerk zu entwickeln, das sich einerseits mit der räumlichen Situation des auditoriumähnlichen Treppenaufganges auseinandersetzt und andererseits für den politisch bedeutsamen Ort eine künstlerische Antwort findet.</p> <p>Für die Auswahl „Kunst am Bau“ wurde ein Ideenwettbewerb gewählt. Das Konzept der Architekten und der Heinrich-Böll-Stiftung diente den Künstlern als Grundlage. Als mögliche Standorte wurden angegeben: Foyer, Innenräume, Innenhof, Einflussnahme auf die innenarchitektonische Gestaltung des Neubaus. Das Haus sollte keine Gestaltung an seinen äußeren Elementen erfahren, sondern alles auf der Innenseite positioniert sein. Nicht ausgeschlossen wurde dagegen die Nutzung des Grundstücks, das in der Regel 3m tief ist und auf einer Seite in eine öffentliche Grünanlage führt. Es wurden keine Vorgaben hinsichtlich der Ausführungsvorschläge gemacht.</p> <p>Für die künstlerische Gestaltung wurden 50.000 Euro ausgelobt.</p> <p>Der Wettbewerb fand im ersten Halbjahr 2007 statt.</p> <p>Bei Vorschlägen von Künstlern und Künstlerinnen für einen Wettbewerb konnte es nicht um vernünftige, also objektivierbare Gründe der Auswahl gehen. Die Heinrich-Böll-Stiftung war in der Auswahl daran interessiert, allzu bekannte Positionen, allerorten anzutreffende Prominentenablagerungen und erwartbare Ergebnisse zu vermeiden. Vielmehr sollte sich eine gute Mischung ergeben aus durchgesetzten Positionen und weitgehend unbekannt gebliebenen Ansätzen, die dennoch viel versprechend sind. Zudem wurde versucht, neben avancierten und grenzüberschreitenden Herangehensweisen auch traditionelle Gattungen (Malerei, Plastik, Zeichnung, Fotografie) zu Wort kommen zu lassen. Entscheidend waren jedoch in allen Fällen die Überzeugungskraft der jeweiligen Vorgehensweisen und bereits vorliegende Resultate vergleichbarer Aufgaben. Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Künstlerinnen und Künstlern sollte gewahrt sein.</p>
IG Metall / IGEMET	Offen: Wilhelm-Leuschner-Str. 79, 60329 Frankfurt Kunstberatung Samuelis Baumgarte Künstlerwettbewerb	Mainforum, IG Metall / IGEMET, Frankfurt am Main, Innenhof: Aiko Miyawaki „Utsurohi“ „Ein Moment der Bewegung“, 2004, verchromte Stahlkabelkonstruktion
Katholische Kirche	JEDE DIÖZESE EINZELN: Dr. Christine.Goetz, Kulturbeauftragte, Erzbistum Berlin Dr. Norbert Jocher,	Berlin: „Im Erzbistum Berlin, einem armen Diaspora-Bistum, sind in den letzten beiden Jahrzehnten (nach der Wiedervereinigung Deutschlands) nur 3 neue Kirchen entstanden, alle in Berlin. In

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
	<p>Kulturreferent, Erzdiozöse München und Freising In der Regel entscheidet der Bauherr, d.h. die Kirchengemeinde, über derartige Fragen und holt sich vorher aber Rat bei der „Erzbischöflichen Kommission für sakrales Bauen und liturgische Räume“.</p>	<p>zwei Fällen war Kunst am Bau kein Thema aufgrund der speziellen stadträumlichen Lage der Kirchen bzw. Kapellen. Im 3. Fall der St. Canisiuskirche in Berlin-Charlottenburg (2000 geweiht, Prof. Heike Büttner) kann man von Kunst am Bau sprechen (metallene Kreuz-Einlagen in der Sichtbetonfassade nach einer Idee von Joan Walthemath). Es war ein Vorschlag der Architektin, der zuerst von den Gemeindegremien abgesegnet wurde. Falls neue Farbfenster für ältere Kirchen auch unter „Kunst am Bau“ fallen sollten (?), so haben wir in den letzten beiden Jahrzehnten mehrere Fälle einer künstlerischen Farbverglasung gehabt und es werden auch weitere folgen. Dafür gibt es beschränkte Wettbewerbe und eine Jury, die aus Gemeindegremienmitgliedern und externen Fachleuten zusammengesetzt ist. Die oben genannte Kommission ist dabei bemüht, im Vorfeld Vorschläge zu machen, aber sie ist nur ein beratendes Gremium. Die Gemeinden sind juristisch selbständig.“ München und Freising: Freising, Pfarrkirche St. Georg: Susanne und Bernhard Lutzenberger, Altarraum, 2003, München, Domenikuszentrum, 2008 (Andreas Meck): Andreas Horlitz "Credo", Glasfenster München, Neuhausen, Herz-Jesu-Kirche 2000 (Allmann, Wappner, Sattler): Alexander Beleschenko, Fassade; M + M, Altarraum; Susanne und Bernhard Lutzenberger, Altarwand; Mathias Wähner, "Via Dolorosa", Fotografien München Messestadt Riem, St. Florian, 2006,: Hella Santarossa, Auferstehungsfenster, Glasfenster Neuried, Pfarrei St. Nikolaus, 2006 (Andreas Meck): Rudolf Bott, Roland Fischer, Kristina Oßwald, Ausstattung</p>
Konrad Adenauer Stiftung	Uta Hellweg, Pressesprecherin; Leiterin PÖA, Klingelhöferstraße 23, 10785 Berlin	„Die Konrad-Adenauer-Stiftung ist kein „privater Bauherr“. Das Verwaltungsgebäude in Berlin ist mit öffentlichen Mitteln finanziert. Auch haben wir keine „Kunst am Bau“ verwirklicht.“
SRH Holding +	Susann Lorenz, Kommunikation, Bonhoefferstr. 1, 69123 Heidelberg	„Wir haben auf jeden Fall mindestens ein Projekt.“ „Nach Rücksprache mit meinen Kollegen, muss ich Ihnen leider mitteilen, dass wir nicht an der Befragung teilnehmen.“

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
SCHUFHA Holding AG	<p>Kormoranweg 5, 65201 Wiesbaden Ankäufe, Direktaufträge, Einladungswettbewerb Treppenhaus 2007, 4 Künstler: Katharina Grosse, Peter Kogler, Markus Linnenbrink, Regine Schumann Jury: Mitglieder der Schufa, Innenarchitektin Susanne Leson, Cornelia Saalfrank. Auswahl: Vorstand, zuständige Personen aus der Verwaltung, Cornelia Saalfrank. Kunstkonzept und Beratung: Kunstagentur Cornelia Saalfrank, Blierweg 2, 65201 Wiesbaden</p>	<p>Neubau, Kormoranweg 5, Wiesbaden, 2006, Konferenzbereich: Daniel Buren „Unexpected Variable Configurations: A Work in Situ“, 1998/2006, farbig bemalte Wand mit gezeichnetem Raster und 25 bedruckten Aluminiumplatten (Siebdruck graphitgrau /weiß), verteilt auf der Wandaluplatten je 43,5 x 43,5 cm, limitiert auf 15 Installationen, jede in einer anderen Wandfarbe. Edition 12/15, Ausführung in orange; Bim Koehler „Wandobjekt E 135.1“, 2006, Pigmente, div. Wachse u. Paraffine, auf Alucobond, 135 x 200 x 0,4 cm; Nicholas Bodde, Wandarbeit, Mischtechnik auf Dibond-Aluminiumplatte, 1:2,33. Haupttreppenhaus: Katharina Grosse, 2007, raumbezogene Sprayarbeit, Acryl auf Wand. Innenraum: Regine Schumann „Telescop 2+3“, 2008, Wandobjekte, fluores-zierendes Akrylglas, 80 x 70 x 10 cm; Markus Weggenmann „O. T. (Nr. 320)“, 2007, Wandarbeit, Hochglanzlack auf Aluminium, 195 x 143 cm; Beat Zoderer „Gestische Struktur No. 6/08“, 2008, Wandobjekt, Farbe auf Wabenkarton, 178 x 78 x 8 cm. Kunst am Bau als gesonderter Schwerpunkt oder eingebettet in weitere Kunst- und Kulturaktivitäten. Sammlungskonzept FARBRAUMWELTEN beinhaltet eine kontinuierliche und systematische Erweiterung der Kunstsammlung der Schufa. „Die Sammlungsidee nimmt explizit Bezug auf die innenarchitektonische Gestaltung des neuen Gebäudes der Schufa und macht formale Auseinandersetzungen in der Bildenden Kunst zum zentralen Thema. Sie ist der Farbe, der Form, dem Licht und dem Raum gewidmet. Zielsetzung ist eine möglichst umfassende Darstellung verschiedenster damit in Verbindung stehender Techniken in Malerei, Wandobjekt und Bildhauerei in der zeitgenössischen Kunst.“ Für die Kunst stehen ca. 100.000 €/p.a. zur Verfügung. Die Kunst ist für die Öffentlichkeit nicht zugänglich, außer im Rahmen der 2-tätigen, hessenweiten Veranstaltung KUNSTprivat! 2008 (eine Aktion des Landes Hessen), Informationsbroschüre. Die einzelnen Kunstwerke sind jeweils mit einer ausführlichen Legende bzw. Beschreibung zu Künstler und Werk beschildert, Filmdokumentation zur Entstehung der Sprayarbeit von Katharina Grosse. Mitarbeiterführungen, Kunstvorträge, Eröffnung, Artikel im Intranet, betreut durch die allgemeine Presseabteilung.</p>
Staatliche Totto-Lotto GmbH Baden-Württemberg +	Offen	

Unternehmen	Kontakt, Kunstsachverständige, Berater Verfahren	Kunst am Bau / Antworten der Unternehmen
TÜV Rheinland Holding +	Offen	

Erläuterung: Abkürzung und Ziffer stehen für den Rankingplatz des Unternehmens auf einer der drei Listen zum Kulturförderpreis 2006 Kultur des Arbeitskreises des BDI, (g) = große Unternehmen ab 2.000 Mitarbeiter, (m) = mittlere Unternehmen 200 bis 2.000 Mitarbeiter, (kl) = kleine Unternehmen unter 200 Mitarbeiter + Teilnahme eines Unternehmens am Kulturförderpreis 2007 Folgende Markierungen bezeichnen den bisherigen Befund zu Kunst am Bau: ■ markiert Unternehmen mit Kunst am Bau, □ solche ohne Kunst am Bau.