

# Kulturergewinn

Kölner Unternehmen unterstützen Kulturbetriebe



## EDITORIAL

Einmal jährlich werden in Köln die KulturPatren geehrt. KulturPate wird man, indem man als UnternehmerIn oder MitarbeiterIn sein/ihr Fachwissen an Kultureinrichtungen weitergibt. Als erste Stadt in Deutschland hat Köln dieses versteckte Potential für die Kultur systematisch und professionell gefördert. Der Zusammenschluss von Kulturdezernat, Industrie- und Handelskammer und der Kölner Freiwilligen Agentur mit der Gründung des Fördervereins Kölner KulturPatren e.V. - dessen Schirmherrschaft der Oberbürgermeister übernahm - ist zum Erfolgsmodell geworden. Die neuartige Form für Kölner Unternehmen sich gesellschaftlich zu engagieren birgt einen Gewinn für alle Seiten. Viele Kölner Kulturbetriebe haben hiervon schon profitiert. Das Gütesiegel "Kölner KulturPate" hat sich zum Markenzeichen entwickelt und wird von Unternehmen als solches anerkannt und genutzt. Die Mitarbeiter/innen gehen mit Begeisterung an die Arbeit und engagieren



**Gerd Conrads, Büroleiter und persönlicher Referent des Kulturdezernats**

sich oft über das Maß der Freistellung hinaus. Die RheinEnergie Stiftung Kultur ermöglicht die Fortführung dieses Projektes durch ihre großzügige Unterstützung. Allen Beteiligten gilt daher der Dank, insbesondere den beiden Projektleitern Daniel Hoernemann und Julja Schneider

## „Ich bin Anhänger der Kölschen Kultur“

Daniel Hoernemann im Interview mit Ralph Friedrichs

*Herr Friedrichs, Sie sind Inhaber des IT-Unternehmens CYBERDYNE und KulturPate. Was bedeutet es für Sie, sich ehrenamtlich zu engagieren?*

Obwohl wir in einer globalen Gesellschaft mit sehr komplexen Strukturen leben, kommt es nach wie vor auf das Engagement eines jeden einzelnen an. Wer diese Gesellschaft mit gestalten will, muss bereit sein Verantwortung zu übernehmen. Nicht nur im Unternehmen oder in der Familie, auch im Ehrenamt. Mit meinem ehrenamtlichen Engagement kann ich der Gesellschaft in der ich lebe etwas geben, einen Beitrag leisten. Gleichzeitig setze ich ein Zeichen. Ehrenamtliches Engagement ist nicht gewinnorientiert, es ist eine freiwillige, kostenlose Leistung für das Gemeinwohl. Und als KulturPate unterstütze ich so aktiv Kölner Kulturprojekte.

*Die Wirtschaftsunioren haben einen Arbeitskreis Kultur und Wirtschaft. Warum ist es überhaupt wichtig, die Beziehung zwischen Kultur und Wirtschaft zu beleuchten?*

Kultur an sich ist ja ein weitfassender Begriff. Kultur meint Kunst, Sprache, Herkunft oder gesellschaftliche Zusammenleben genauso wie die Kultur des Mäzementum. Oder denken Sie an Unternehmenskultur. Da stoßen die beiden Begriffe Kultur und Wirtschaft aufeinander. Wenn wir das Wort „Unternehmenskultur“ beleuchten, wird klar wie wichtig die Beziehung zwischen Kultur und Wirtschaft ist. Für die Wirtschaftsunioren und unseren Arbeitskreis Kultur und Wirtschaft bietet sich hier die Chance zum Austausch, zum lernen und zur Entwicklung. Wir Begreifen Kultur als eine Bereicherung.

*Als Unternehmer arbeiten Sie gewinnorientiert. War das schon immer so? Wie definieren Sie Gewinn?*

Die meisten Menschen denken bei dem Wort gewinnorientiert direkt an finanziellen Gewinn. Das gilt sicherlich zu 100% für Konzerne und Aktiengesellschaft, nicht aber für Inhabergeführte Unternehmen oder Familienunternehmen. Für mich bedeutet Gewinn eine Bereicherung meines Lebens. Wenn ich am Ende eines Jahres sagen kann, das mein Unternehmen, meine Mitarbeiter und ich uns weiter entwickelt haben, das unsere Kunden zufrieden sind und unsere Unterneh-

menskultur stimmt, dann ist das Gewinn. Der finanzielle Gewinn ist dann eine angenehme Nebensache.

*Welchen Bereich der Kultur nutzen und was interessiert Sie daran?*

Ich „nutze“ keine Kultur im eigentlichen Sinne. Ich gehe selten ins Theater oder in die Oper oder in Museen oder Konzerte. Kultur definiert sich für mich über mein Leben in der Gesellschaft. Ich bin ein Anhänger der Kölschen Kultur.

*Als KulturPate stellen Sie Ihr Fachwissen kostenlos zur Verfügung. Welche Erfahrungen haben Sie gemacht?*

Kulturelle Projekte oder Einrichtungen haben oftmals unprofessionelle Struktur. Das liegt natürlich daran, das Sie meist Ehrenamtlich betrieben werden, der Kulturetat gering ist oder sich die Kulturschaffenden lieber mit Ihrer Kunst beschäftigen als mit den Strukturen. Da sind die Ansatzpunkte für Unternehmen, hier können wir unterstützen. Das fängt an bei einer einfachen Webseite oder der Gestaltung von Flyer. Oder aber bei handwerklichen Arbeiten oder einfacher finanzieller Unterstützung.

*Ein Leuchtturmprojekt der Wirtschaftsunioren ist die Kulturbörse. Weshalb sollte ein Unternehmer dorthin gehen?*

Die Kulturbörse Köln, die in diesem Jahre zum vierten Mal stattfindet, ist der Marktplatz für den Austausch zwischen Unternehmen und Kulturprojekten. Hier können Sie Kontakte knüpfen zu Kultureinrichtungen. Kulturprojekte kennenlernen die nicht regelmäßig in der Presse stehen. Die Kulturbörse bietet jedem Unternehmen die Chance, Kultur in Köln zu unterstützen und sich selber zu bereichern. Der Austausch mit den Künstlern kann inspirierend sein, die Unterstützung von Kulturprojekten fördert die Unternehmenskultur.

*Was ist eine, Ihrer Meinung nach, dringende Frage, die wir als Gesellschaft lösen müssen?*

Wie schaffen wir es, in einer globalisierten Welt, in der wir „überraant“ werden von fremden Kulturen, unsere eigene Kultur, unsere eigene Identität zu bewahren. Wenn wir alle nur noch bei McDonald essen könnten, wäre unsere Gesellschaft ärmer.

# Die Reihe wird fortgesetzt

Oftmals bedarf es lediglich eines intensiven Gesprächs mit einem Profi um Künstlern und Kulturarbeitern entscheidende Tipps für ihre tägliche „artfremde“ Arbeit zu geben.

Aus dieser Beobachtung heraus haben die Kölner KulturPaten die Workshopreihe „90 Minuten Kompetenz“ ins Leben gerufen. Einmal im Monat kommen hier Know-how Träger und Künstler zusammen um Themen wie Büroorganisation, PR Arbeit, Marketing und Fundraising intensiv zu beleuchten.

So konnte in diesem Jahr unter anderem Gerd Kaspar von der Kölner Werbeagentur Intevi den

Künstlern hilfreiche Tipps für Marketingansätze jenseits von hohen Budgets geben und Doris Kunstsdorf von der Firma Outcome teilte ihr Fachwissen zum Thema Fundraising.

Bis Ende des Jahres wird die Reihe fortgesetzt und weitere Workshops werden stattfinden, u.a. zum Thema „PR Arbeit für Künstler und Kulturschaffende“ mit der Geschäftsführerin der Kölner Agentur neu pr.kommunikation Romina Neu und „der Newsletter als Marketinginstrument“ mit Ertay Hayit von Mundo Marketing. Auch im nächsten Jahr werden Know how Träger von den KulturPaten eingeladen, ihr Fachwissen im Rahmen eines 90 Minütigen Workshops mit den

Künstler und Kulturschaffenden zu teilen. Interessierte Unternehmer und Selbstständige können sich gerne bei den Kölner KulturPaten melden.

[kulturpaten@koeln-freiwillig.de](mailto:kulturpaten@koeln-freiwillig.de)



## Neue Freunde!

*Das „Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt“ berät die Cassiopeia Bühne beim Neustart*

Das „Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.“ (DLR), das in Köln (Sitz der Hauptverwaltung und des Vorstandes) und in Bonn (Sitz der Raumfahrtagentur) zwei seiner dreizehn bundesdeutschen Standorte unterhält, übernimmt Verantwortung für die Region und unterstützt die Cassiopeia Bühne nach ihrem Umzug in das rechtsrheinische Köln (Holweide) in neue, größere Theaterräume bei der Erstellung eines Businessplanes.

Zur Erinnerung: Im vergangenen Jahr geriet die Cassiopeia Bühne in Not, denn die damals als Änderungskündigung formulierte deutliche Mietzinserhöhung hat die Leiter des Kindertheaters mit dem Sternbild im Namen gezwungen, ihre beliebte Fachspielstätte für zeitgenössisches Figurentheater und für Autorentheater in der Kölner Altstadt aufzugeben. Seit dem ersten Januar ist das Theater nun in einer alten Schmiedehalle gelagert, die nach allgemeiner Einschätzung zu einer neuen Bühne umgebaut werden könnte.

„Mit dem DLR einen namhaften Förderer zu haben, der uns gerade in den Bereichen unterweist, die für uns als Künstler besonders schwierig zu handhaben sind, nämlich die Wirtschaftlichkeit und Unternehmensplanung, macht uns Mut“, erklärt Regisseur Udo Mierke.

Mit der Beratung der Cassiopeia Bühne durch das DLR verbindet sich auch die Hoffnung, das für die Region bedeutsame Theaterangebot retten zu können. Diplom-Volkswirt Sven-Eric Hornig vom DLR wird daher mit den Theatermachern verschiedene Szenarien entwickeln, die eine stufenweise Fortentwicklung des Theaters ermöglichen sollen. Da das Kindertheater für die unerwartete Situation keine Rücklagen bilden konnte, sind derzeit keine neuen Theaterproduktionen möglich und das Cassiopeia Theater ist in nächster Zeit verstärkt auf die Durchführung von Tourneespielen angewiesen, lautet eine der Alternativen, die in einem ersten Beratungsgespräch erörtert wurden.

„Wir sind froh, dass die Kölner KulturPaten uns mit dem DLR zusammengebracht hat“, resümiert Puppenspielerin Claudia Hann die erste Beratung. „Das letzte halbe Jahr war sehr kräftezehrend und die angebotene Hilfe bestärkt uns weiterzumachen, damit wir unsere poetischen Theaterangebote für die Familien im Großraum Köln erhalten können.“

## KulturPaten wirken

„Die Kölner KulturPaten widmen sich dem geldlosen Transfer von Know How und konnten damit schon sehr interessante und dauerhafte Kulturaktivitäten in der Stadt fördern.“ So lautet das Fazit, das die Veranstalter des 5. Kultursponsoringgipfels im Rahmen der ART COLOGNE ziehen. Dort hatte Daniel Hoernemann die Kölner KulturPaten vorgestellt. Neben Interessenbekundungen aus der Region, kamen auch Anfragen aus Düsseldorf, Essen, Berlin und München. Im Gespräch mit den Sponsoringfachleuten wurde deutlich, dass das bürgerschaftliche Engagement eine der zukunftsfähigsten Möglichkeiten für Unternehmen ist, ein positives Bild in der Öffentlichkeit zu zeigen.

Positiv ist auch die Gründung der Leipziger KulturPaten. Hier hatte Daniel Hoernemann im April, auf Einladung der Agentur Ideen.Quartier, die Entstehung und den Aufbau der Kölner KulturPaten vorgestellt. Die Leipziger werden nun, auch in Zusammenarbeit von Stadt, IHK und der Freiwilligen Agentur, die Idee aufgreifen und auf ihre Art umsetzen. Vernetzung und Kooperation sind geplant.

# Die Orangerie tanzt und dankt



Mitten in Köln liegt ein Ort der Tausend Möglichkeiten. Das „Orangerie-Theater im Volksgarten e.V. Im Dezember 2004 gründete sich der gemeinnützige Verein, mit dem Ziel das denkmalgeschützte Gelände der ehemaligen „Lünette 3“, einem Bestandteil der preußischen Stadtbefestigung von 1841 vor dem Verfall zu bewahren und es durch ein facettenreiches Kulturprogramm in das Bewusstsein

eines interessierten Publikums zu rücken. Mit der Zeit kristallisierte sich ein Schwerpunkt auf den Gebieten des Tanzes und des Theaters heraus. In Zukunft möchten wir uns mehr als ein unverzichtbarer Ort für moderne und multimediale Theater-, Performance- und Tanzinstallationen etablieren, die sich einer strengen Kategorisierung entziehen. Die Umsetzung unterschiedlicher Theaterästhetiken und Flexibilität in der künstlerischen Auseinandersetzung mit Gegenwartsstoffen sind unsere Ziele.

Ohne die intensive Unterstützung der Kölner KulturPaten wären wir allerdings noch weit davon entfernt diese Ziele umzusetzen. Durch die Werbeagentur CCCP haben wir unser wunderbares Logo erhalten, durch den Unternehmensberater Herrn Balster die für uns nun

unverzichtbare Strukturierung und wirtschaftlich vernünftige Organisation unseres Betriebes, durch die Anwältin Frau Tiefenbach Unterstützung in rechtlichen Fragen und zu guter Letzt ein komplettes PR-Konzept von Frau Elke Beccard und Frau Stefanie Buckstegge. Absolventen des Mibeg-Instituts im Bereich betriebliche Öffentlichkeit und Unternehmenskommunikation.

Wir danken Ihnen Allen von ganzem Herzen, denn Theaterleute verlieren ganz gerne mal den Blick für das Reale.

Wir hoffen Sie noch lange mit unserem Programm zu erfreuen. Man sieht sich in der Orangerie!

Das Orangerie-Team



Die „Rheinlese“ ist Kölns sommerliche Kulturperformance und Plattform für Kölner Autoren, Gastautoren, Sänger, Musiker und Tänzer. Das Publikum lauscht am Rheinufer vor einer einmaligen Kulisse, während die Akteure auf Barhockern im Rhein lesen und spielen.

Die Agentur für Werbung und Kommunikation „coplanar design“ zusammen mit ihrem Partner für Web- und Software-Entwicklung „CTS Media“ engagieren sich für neue Kommunikationslösungen im Kulturbereich und haben der Rheinlese einen neuen Internetauftritt gesponsort.

„Wir haben Coplanar Design und CTS Media bei der Kulturbörse 2007 der Kölner Wirtschaftsjunioren kennen gelernt. Coplanar hat für uns einen professionellen Internetauftritt ent-



worfen und gesponsort, den CTS Media dann technisch umgesetzt hat. Wir haben jetzt einen überzeugenden Werbeauftritt. Die Zusammenarbeit hat wirklich super geklappt!

Die Kulturbörse war für uns die ideale Plattform um Kontakte zur Kölner Wirtschaft zu knüpfen!“  
Andrea Verspohl von der Kölner Rheinlese.  
[www.rheinlese.de](http://www.rheinlese.de)

„Wir haben für die Rheinlese in Zusammenarbeit mit CTS Media einen neuen Internetauftritt



designt und programmiert, weil das innovative Konzept der Veranstaltung sehr gut zu unser Denk- und Arbeitsweise passt. Beide Unternehmen konnten ihre Kernkompetenzen einsetzen, um einen unserer Kölner Kulturbetriebe zu fördern.“

Christof Isselmann von coplanar design  
[www.coplanar.eu](http://www.coplanar.eu)

„Wir identifizieren uns gerne mit einem Projekt wie der Rheinlese 2007. CTS Media und seine

Mitarbeiter stammen aus Köln und wir möchten uns für eine lebendige, kulturell vielfältige Stadt einsetzen!“  
Stefan Godulla von CTS Media  
[www.cts-media.eu](http://www.cts-media.eu)



## Förderer

**Hauptförderer 2007 und 2008 ist die RheinEnergie Stiftung Kultur**

**Nebenförderer ist die macromedia GmbH**

Wenn Sie und Ihre Firma Interesse haben, 2009 als Haupt- oder Mitförderer beteiligt zu sein, sprechen Sie uns an.

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Mitglied des Fördervereins der Kölner KulturPaten zu werden. Einzelpersonen sind ab 50 Euro und Firmen ab 200 Euro dabei. Mitgliedsanträge gibt es auf der Homepage [www.koelnerkulturpaten.de](http://www.koelnerkulturpaten.de) oder auf Anfrage per Post.

Auch einmalige Spenden sind bei uns Kultur fördernd angelegt und können als solche von uns bescheinigt werden.

## Spendenkonto

**Spendenkonto: 728 103 000**

**Empfänger: Kölner KulturPaten e.V.**

**BLZ: 371 600 87 Kölner Bank**



**KÖLNER  
KULTUR  
PATEN**



Kölner Freiwilligen Agentur e.V.



Stadt Köln



RheinEnergie  
Stiftung | Kultur



IHK  
Industrie- und Handelskammer  
zu Köln

**Herausgeber:**  
Kölner KulturPaten e.V., Clemensstr. 7,  
50676 Köln, Telefon: 0221-9 23 33 64  
Telefax: 0221-2 10 37 63  
E-Mail: [Kulturpaten@koeln-freiwillig.de](mailto:Kulturpaten@koeln-freiwillig.de)  
Internet: [www.koelnerkulturpaten.de](http://www.koelnerkulturpaten.de)

**Produktion und Grafik:**  
Ela Mergels, [www.elaela.de/](http://www.elaela.de/)  
[www.cultureclubcologne.de](http://www.cultureclubcologne.de)

**Texte/Redaktion:**  
Schneider/Hoernemann

**Fotos:**  
Ralf Lüling, Andrea Verspohl, Frank  
Dreerkmann, Thorsten Thun

**Druck:** Druckerei Onel, Köln

## Südbrücke I

an der Wasseroberfläche spiegeln sich wellenverschwommen die mauersegelerbraunen Brückenpfeiler. Wie langgestreckte, reptilienartige Wesen kreist das Spiegelbild in zackigen Bewegungen um sich selbst. Lichtflecken fallen auf schuppige Haut, tanzen rückenaufwärts, bis sie sich oberhalb sperriger Mäuler zu Augenpaaren finden, die im Flusssdunkel blitzen.

Hin und wieder fährt ein Frachtschiff vorbei. Das Wasser klatscht gegen die Pfeiler. Die langgestreckten Reptilienkörper lösen sich auf, verlieren sich in den aufgeworfenen Wellen, überall huschen grell leuchtende Augenpaare über die Wasseroberfläche. Ein zitterndes Funkenspiel, das allmählich weniger wird, wenn die Wellen abflauen und die Gestalt der gezackten Ungeheuer wieder auftaucht. Die Augenpaare gleiten zurück an die Stelle oberhalb der weitaufgerissenen Mäuler, in denen im nächsten Augenblick das Feuerrund verschlungen wird, das eben noch die blauweiße Fläche über dem Fluss bewohnt und die Stadt in eigelbes Licht getunkt hat.

© Adrienne Brehmer 2008

Adrienne Brehmer ist Autorin und lebt und arbeitet in Köln

## Kölner KulturPaten

**DIE INITIATIVE** Die Kölner KulturPaten gehen auf eine Initiative des Kulturdezernats der Stadt Köln, der Industrie- und Handelskammer zu Köln und der Kölner Freiwilligen Agentur e.V. zurück. Die Idee: Fachleute aus Kölner Unternehmen sollen ihr Know-how für Kultureinrichtungen und -projekte einsetzen. Kurz: Kulturgewinn durch bürgerschaftliches Engagement. Finanziert wird der Austausch durch Spenden. Pro Jahr profitieren momentan ca. 50 Projekte von der Vermittlung der KulturPaten. Schirmherr ist Oberbürgermeister Fritz Schramma.

**DER GEWINN** Für Unternehmer ist soziale Kompetenz ein Schlüssel zum Erfolg. Die sogenannten „soft skills“ wie Einfühlungsvermögen, Konfliktfähigkeit und Teamgeist nutzen Führungskräfte und Mitarbeiter für gemeinsame Ziele. Kunst und Kultur liefern diese „weichen Faktoren“: Sie zeigen unbekanntere Kommunikationsformen, erweitern das Blickfeld. Was heißt das für die KulturPaten? Ein Unternehmen, das sich auf Kultur einlässt, geht neue Wege in der Personalentwicklung: Mitarbeiter werden in ihren Kompetenzen gefördert, empfinden sich als Teil des Ganzen. Der ehrenamtliche KulturPate kann sein/ihr Können unter anderen Bedingungen erproben. Diese Herausforderungen wirken positiv auf die berufliche Arbeit. Und: Das Unternehmen profitiert von seinem Image als Förderer der Kölner Kultur.

**DIE VERMITTLER** Daniel Hoernemann ist Projektleiter der KulturPaten. Seit zehn Jahren vernetzt der bildende Künstler Wirtschaft und Kultur: mit dem Treffpunkt „Qnst“ und Kommunikation“ in Köln, der Galerie KUNSTGEWINN und der Global Growing Consult GmbH. Er



Julja Schneider und  
Daniel Hoernemann

arbeitet als freier Projektleiter, Berater und Künstler. Julja Schneider koordiniert die Projekte. Die bildende Künstlerin und Autorin kennt die vielen Facetten der Kölner Kulturlandschaft. Ehrenamtliche Scouts, der Vorstand des Kölner KulturPaten e.V. und Praktikanten unterstützen die Arbeit der beiden.