

impACT³

social entrepreneurship

group : **Innovation Art**

members: Can Kömek, Mehmet Kocak, Olga

Zonchain, Kubilay Karaer

Innovation Art

Viele junge, talentierte Künstler bleiben unentdeckt, während Kunstliebhaber den immer selben Namen hinterherlaufen. Gerade jungen Künstlern fällt es schwer, überhaupt zu einem gewissen Bekanntheitsgrad zu gelangen. Unsere Idee ist es, ein Forum zu schaffen, in dem junge Künstler ihre Werke präsentieren und zu realistischen Bedingungen verkaufen können. Wir helfen ihnen, sich auf dem Kunstmarkt zu etablieren, sich eine solide wirtschaftliche Grundlage zu schaffen und dadurch ihre Kreativität unabhängig von etwaigen Existenzängsten entfalten zu können.

Auch der Nutzen für die Gesellschaft bleibt nicht aus: Kunst soll kein Luxusgut, sondern für jeden zugänglich sein, denn auch Kunst ist ein wichtiger Bestandteil von Historie und Bildung. Gerade hinter den Werken junger Künstler verbergen sich oft spannende Lebensgeschichten, welche den Zeitgeist der Gesellschaft widerspiegeln. Auf der einen Seite können sich durchschnittlich verdienende Menschen selten wertvolle Kunstobjekte kaufen, auf der anderen Seite sind diejenigen, die sie sich leisten können, oft Massenware aus dem Möbelhaus. Wir haben es uns zum Ziel gemacht, Anstöße zu geben, um diesen immensen Unterschied eines Tages zu überwinden.

Genau an diesem Punkt setzt Innovation Art an. Dabei sieht das Geschäftskonzept wie folgt aus:

Junge vielversprechende Künstler, die zweifelsohne talentiert sind, jedoch nicht die Gelegenheit dazu hatten sich einen Namen in der Kunstbranche zu erarbeiten, binden sich durch einen längerfristigen Vertrag an Innovation Art.

Dabei wird vertraglich festgehalten, dass die Künstler ein angemessene Möglichkeit bekommen, um ihre Werke präsentieren und ein größeres Publikum ansprechen zu können, beispielsweise auf Ausstellungen, Kunstforen, etc. Innovation Art versucht das Spektrum der Präsentationsmöglichkeiten durch gezieltes Marketing von Zeit zu Zeit zu erweitern.

Im Gegenzug zu der Möglichkeit, sich durch Innovation Art präsentieren zu können, sind die Künstler vertraglich dazu verpflichtet, einen bestimmten Anteil ihrer Erlöse, die sie durch ihre Werke erzielt haben, an Innovation Art abzutreten. Je länger sie sich an Innovation Art binden, desto geringer ist der an Innovation Art abzutretende Anteil.



Als Beispiel: Bei einer Vertragslaufzeit bei 15 Jahren besitzt Innovation Art einen 15 prozentigen Anteil an den Erlösen der Künstler. Bei einer Laufzeit von 12 bzw. 8 Jahren dagegen einen Anteil von 25 bzw. von 45 Prozent. Die Zahlen dienen hierbei lediglich als Beispiel, dienen von daher nur zur Verständlichkeit des Geschäftsmodells und sind deshalb noch variierbar.

Das Konzept ist darauf ausgelegt, dass sich Innovation Art zu einer in der Kunstbranche angesehenen Marke aufbaut und nach gewisser Anlaufzeit sich selbst trägt. Dies geschieht jedoch nur, indem die



gebundenen Künstler als Zugpferde fungieren, denn das Konzept Innovation Art kann nur funktionieren, wenn ein Großteil der vertraglich gebundenen Künstler sich auf dem Kunstmarkt etablieren und dadurch stetig steigende Erlöse erbringen. Deshalb wird nicht jeder Künstler in das Programm Innovation Art eingebunden werden. Durch eine vorangehende Analyse wird die Wahrscheinlichkeit bezüglich des Durchbruchs des zu prüfenden Künstlers geprüft. Das Konzept Innovation Art ist nämlich nicht tragbar, wenn ein Großteil der Künstler den Durchbruch nicht schafft.

Sobald sich Innovation Art als eigenständige Marke etabliert und die Finanzen sich als solider darstellen, kann der Kreis der Künstler innerhalb des Programms erweitert werden. Denn je besser sich die Liquidität von Innovation Art ist, desto mehr und vor allem risikofreudiger kann Innovation Art in etwaige Künstler investieren (beispielsweise in Künstler,

deren Werke nicht als sehr gewinnbringend erachtet werden, in die aber dennoch investiert werden kann, da man als gestandene Marke auch mögliche Verluste verkraften könnte). Das Ziel von Innovation Art ist es deshalb nicht, nur die erfolgsversprechenden Talente zu fördern, sondern eine Breite Kulisse von Kunst zu vermitteln, auch neue und gegenwärtig unbekannte Formen.

Während des gesamten Projekts Innovation Art sollen die Künstler, von denen dieses Projekt schließlich lebt, ein Mitspracherecht haben. Mit ihren Beiträgen werden sie auf lange Sicht gesehen das Projekt und damit auch die neuen Künstler fördern. Die Auswahl neuer, zu fördernder Künstler wird daher auch ihnen überlassen. Auf diese Weise werden eines Tages Künstler Künstlern helfen – und die Gesellschaft profitiert durch einen neuartigen, innovativen Zugang zur Kunst.



Gespräche mit Kunststudenten der Hochschule für bildende Künste Hamburg haben gezeigt, dass diese Geschäftsidee durchaus Anklang findet und für tragbar gehalten wird. Die Bereitschaft, als Pioniere in einem derartigen Projekt mitzuwirken, ist da. Nun bedarf es mutigen Menschen, die sich zumindest für den Anfang ehrenamtlich in dem Projekt engagieren und dabei helfen, ein zukunftsfähiges und sich selbst tragendes Forum für junge Künstler zu etablieren.

Resümierend ist zu konstatieren: Die Essenz des Geschäftsmodells lässt sich schon im Titel wiederfinden, der Name ist Programm. Innovation Art - Künstler fördern Künstler; je erfolgreicher sie sind, desto vielfältiger und breiter die Kunst. Alles in allem also nicht nur eine Chance für die Künstler, auch die Gesellschaft erlangt einen Mehrwert, die Kunst wird facettenreicher und alles im sozialen Rahmen, denn das einzige Fundament dieses Geschäftsmodells ist Vertrauen.