

KÖLN-BONN MANAGER

Wirtschaft. Regional. Spannend.

TITELPORTRÄT

Anton Fuchs

TITELSTORY

Druckereien
in der Region

NEUE SERIE

MÄNNERGESUNDHEIT

Kapital Körper

BUSINESS IN KÖLN-BONN

Industrieparks,
Technologieparks

TEST

Notebooks

Ausgabe 2 · 2. Jahrgang
Mai 2009 · 2,80 €



Das Unternehmer-Magazin für Köln - Bonn.
Gratis ab € 500.000 Jahresumsatz.



„Es muss was an die Wand“

Wirtschaft und Kultur - eine kreative Allianz

Noch vor wenigen Jahren waren es vor allem Versicherungen und Banken, die ihre Chefetagen mit Kunst aufwerteten. Die Szene hat sich gewandelt. Große und selbst mittelständische Unternehmen suchen den Kontakt zu Künstlern, kaufen ihre Werke. Mit Bildern und Skulpturen wollen sie ihren Eingangsbereich aufwerten, langweilige Flure werden zu Galerien. Die Wirtschaft will Kunst, wird zum Motor im Kunstmarkt und fördert so die Künstler. Und der Künstler selbst? – Arbeitet er jetzt nur noch für Auftraggeber, für sich, für den Fortbestand von Qualität in der Kunst? Ist das Seelenverkauf oder modernes Mäzenatentum? Der KÖLN-BONN MANAGER hat einen Künstler gefragt, der seit vielen Jahren für die unterschiedlichsten Unternehmen Kunst fertigt, den Maler und Bildhauer Anton Fuchs aus Köln.



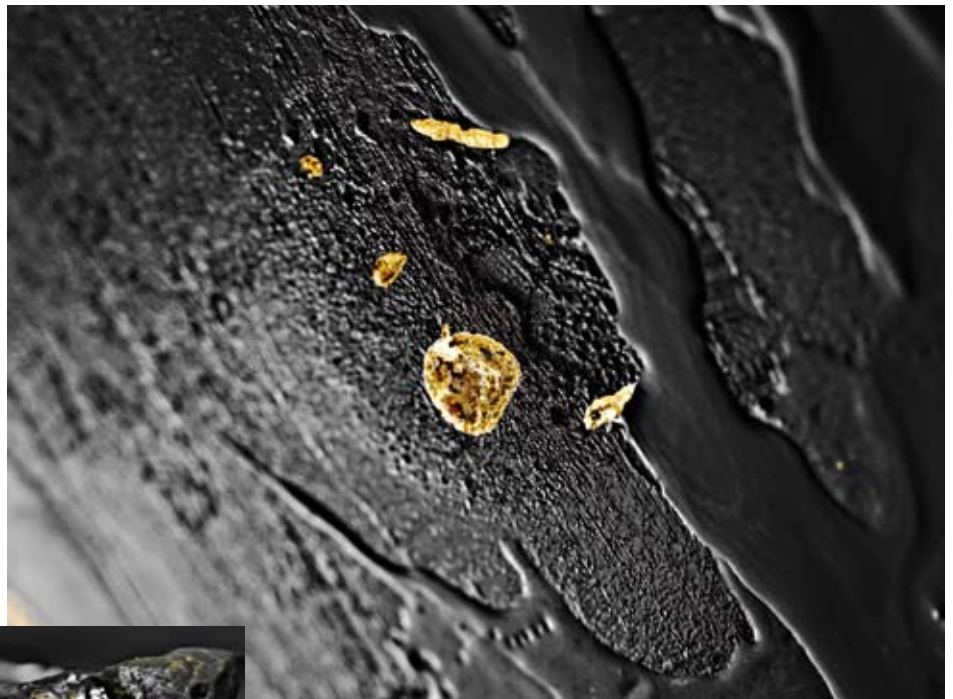
„Ich brauche in meinem Unternehmen Kunst!“ Das klingt hart und fordernd. Aber es sind eben Geschäftsleute, keine Kunstsammler, die da Kunst erwerben möchten. Heutzutage ist es nicht mehr schick, Kalenderbilder oder Drucke in der Firma aufzuhängen. Und so bewegen sich zwei aufeinander zu, deren Welten im Alltag sehr weit auseinander liegen. Da ist zunächst der Unternehmer. Er hat viele weiße Wände und verspricht sich einen Imagegewinn, wenn an diesen Wänden etwas Persönliches hängt, etwas das er selbst ausgesucht, zu dem es eine Geschichte gibt. „Das ist ein ganz eigener Markt“, meint der Kölner Künstler Anton Fuchs. „Unternehmer gehen selten in Galerien, sie suchen den direkten Kontakt zum Künstler, sprechen mit ihm über seine Ideen.“ Und werden Unternehmer zu Kunden, sind sie pragmatisch, wollen den Künstler unterstützen, und nicht den Galeristen. Und sie sind schnell entschlossen. „Früher haben vor allem Versicherungen

und Banken Exponate gekauft, in der Hoffnung, die Werke würden im Wert steigen. Kunst war Spekulationsobjekt. Heute steht der Wert der Kunst als Solches nicht im Vordergrund,“ so Anton Fuchs. „Das Ganze ist mehr eine Geschmacksfrage.“

Anton Fuchs Anfang der neunziger Jahre. In der Schweiz war er bereits angesagter Künstler, die Preise entsprechend. Die deutsche Kunstszene hatte eine andere Preispolitik. Sein Schweizer Galerist gab ihm den Rat: jetzt nur nicht kommerziell werden, sich nicht "billig" verkaufen. Durchhalten.

Anton Fuchs zieht Bilanz: Lehre als Kaufmann, dann der Kontakt zur Kölner Kunstszene, Gasthörer an der Düsseldorfer Kunstakademie, nimmt das als Orientierung, fertigt erste Materialbilder, wird entdeckt, verkauft seine Werke, seine Collagen für 8000 Mark, in der Schweiz. Anton Fuchs will sich aber auch auf dem deutschen Markt etablieren.

Er hat Ideen, Visionen, ein Ziel. Aber keinen Markt in Deutschland. Seine Le-



Was passt ins Unternehmen und was passt zu mir?

Ist die Konsequenz daraus, nur noch Kunst zu schaffen, die gefällt? Diese Frage stellte sich

benzgefährtin macht ihm Mut, unterstützt ihn. Anton Fuchs mietet ein Atelier. „Das war ein großes finanzielles Risiko,“ meint Anton Fuchs rückblickend. So ein Atelier muss sich rechnen.“ Er geht in die Offensive, sucht den Kontakt zu potentiellen Kunden. „Man wird nicht gefunden, weil man nicht gesucht wird,“ so Anton Fuchs. Dann kam es zu einer Begegnung, die seiner Existenz als Künstler eine ganz neue Richtung gab.

Ein Düsseldorfer Jeansunternehmen will die Empfangshalle mit Kunst aufwerten. Anton Fuchs arbeitet zu dieser Zeit mit Stahl und Paraffin. Sein Thema: hart und weich. Dann stellt sich ihm die Frage:

was passt zu diesem Unternehmen und was zum mir? Und er entwickelt die Idee weiter. Seine Materialien waren Wachs und Stahl. Warum also nicht weiter arbeiten mit Wachs und Stoff.

Ein Schneeballsystem

Sein Bild wurde zur Visitenkarte für das Unternehmen und es kamen immer mehr Anfragen. „Es ging Schlag auf Schlag.“ so Anton Fuchs. „Wir wollen auch so eine Arbeit haben“ – dennoch war das für ▶





Anton Fuchs ein Spagat. Fast die Hälfte seiner Werke waren Auftragsarbeiten. Wo sind die Grenzen? „Wenn man als Künstler sein Material benutzt und dann sagt für dieses Unternehmen habe ich eine Vision, da fällt mir was ein, dann ist das eine eigenständige Arbeit, die aber trotzdem zum Unternehmen passt, das kann man schon verbinden.“ Und es waren genau diese Kunden, die ihm neue Interessenten verschafften. „Wenn sich Kunst und Unternehmen finden, dann ist das immer noch Kunst. Selbst wenn es jemand Ziel gerichtet kauft, es vielleicht sogar eine Firmenphilosophie trifft, es bleibt Kunst.“

Früher Kirchen - heute Unternehmer?

Kunst ist Lebensgefühl und Investment. Gute Gründe sprechen dafür, dass private Sammler, Privatbanken, Industrieunternehmer ihr Vermögen dafür einsetzen. Kunst für das Unternehmen zu erwerben war zwar nicht immer so populär wie heute. Dennoch sollte man nicht vergessen, dass Unternehmer hinter den verfemten und verfolgten Künstlern gestanden haben, ihre Arbeiten kauften, als andere sie

verbrannten, und ihnen im wahrsten Sinne des Wortes über die Zeiten geholfen haben. Wurde vor einigen Jahren Kunstwerke noch als Spekulationsobjekte erworben, will man heute gezielt junge Talente unterstützen. „Die großen Sammlungen sind längst kom-

plett“, so Anton Fuchs. „Die Unternehmen verstehen sich heute als die neue Vertretung der Museen.“

Know How trifft auf Kapital

Die Wirtschaft sucht nach neuen Impulsen





und entdeckt dabei die Kunst neu. Künstlerinnen und Künstler erweitern ihre Handlungsfelder und stellen ihr Know-how für Kooperationen mit Unternehmen zur Verfügung. «Being good in business is the most fascinating kind of art», so Andy Warhol. Auch Anton Fuchs hat diese Kooperation damals geholfen. Heute ist er so erfolgreich, dass der Anteil an Auftragsarbeiten

zurückgegangen ist. Es sind seine Ideen, seine Arbeiten, die heute ihre Käufer finden. Darunter natürlich immer wieder Unternehmer.

Kunst und Wirtschaft haben ein gemeinsames Ziel

Heute sehen sich jedoch die Unternehmer nicht nur als Käufer, sondern mehr und mehr

auch als Vermittler. Sie finanzieren Ausstellungen, sammeln über die Kunst Spenden. So Claus Dillenburger, er organisiert zum Beispiel Versteigerungen. Der Erlös kommt direkt Kindern in benachteiligten Stadtteilen von Köln zu Gute. Anton Fuchs' neuester Kunde ist die Firma Smart. Zunächst fertigte er eine Installation – Smartautos überqueren gemeinsam mit Elefanten die Alpen. Daraus ergab sich ein ganz besonderes Folgeprojekt: Als nächstes gestaltet er Gold-Schwarze-Smartautos. Es werden Kunst-Smarts, Unikate. Eine kleine Serie und auch hier ist der Erlös für einen guten Zweck. Er geht an die Imhoff-Stiftung. „Es gibt so viel Armut vor der Tür“, so Anton Fuchs. Kunst und Wirtschaft sind nicht länger nur Geschäftspartner, sie haben ein gemeinsames Ziel: Mit Kunst helfen. ■

Kontakt

Anton Fuchs

Bayenstraße 28 · 50678 Köln
Telefon 0221-9928499
www.antonfuchs.com



HAUSVERKAUF OHNE RISIKO!



Claudia Lepper
ERA Gutachterin



René Lukas
ERA Gutachter

Sie haben wenig Zeit? Sie sind sich unsicher wegen den Verkaufspreisen? Sie haben die Nase voll von angeblichen Verkaufsinteressenten?

Wir sagen Ihnen den marktgerechten Preis, erarbeiten für Sie ein ERA-Verkaufswert-Gutachten, wählen ernsthafte Interessenten aus.

Wie? Ganz einfach:
Wir verkaufen schnell und problemlos Ihre Immobilie.

Rufen Sie uns an!

IHR MAKLER FÜR DEN RHEIN-SIEG-KREIS:

Lukas & Partner Immobilien GmbH
Kirchstraße 22-26 · 53840 Troisdorf
Tel. 02241-165440 · www.lukas-und-partner.de



Anton Fuchs

Galerie Ralph Schriever · www.galerie-schriever.de