

Informationen zur Kooperation im Bereich der Corporate Social Responsibility (CSR-Umsetzung, CSR-Bericht, CSR-Kommunikation)

Das Thema Corporate Social Responsibility (CSR) ist mittlerweile zentral für sehr viele Unternehmen - gleich ob kleine, mittlere oder große, geworden. Es interessiert die Menschen: gleich ob als Bürger*innen, Kund*innen, Mitarbeiter*innen. Ein Unternehmen kann konkret Haltung zeigen und Sinn stiften in einer als immer unübersichtlicher und unsicher empfundenen Umwelt: Unternehmen geben als Teil der Gesellschaft etwas zurück und übernehmen Verantwortung.

CSR umfasst den sozialen, nachhaltigen und verantwortungsvollen Umgang in den unternehmerischen Aktivitäten der Gesellschaft und dem Planeten gegenüber und erstreckt sich auf alle Bereiche der unternehmerischen Tätigkeit.

Die Vereinten Nationen (UN) haben mit den 17 Sustainable Development Goals (SDG) das Thema strukturiert, Handlungsfelder definiert und Prozesse angestoßen.



In Zusammenarbeit mit kukutana kann man das unternehmerische Engagement bei den SDGs 1 (Keine Armut), 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum), und 12 (nachhaltiger Konsum und Produktion) unter Beweis stellen. Das Unternehmen unterstützt Künstler*innen aus subsaharisch afrikanischen Ländern durch den Kauf ihrer Werke. Das wäre die erste Stufe. Oder die Organisation unterstützt zusätzlich Projekte aus dem Bereich der Kunst- und Kreativ-Industrie: etwa durch gezielte und kluge Beteiligung über Hilfen, Beiträge, Mitarbeiter*innen-Kontakte. Das wäre eine weitere Stufe. Und wer weiß, was aus diesen Schritten noch entsteht?

kukutana versteht sich als ein Social Business, an den Ideen von Nobelpreisträger Muhammad Yunus orientiert. Nachhaltiges, sozial verantwortliches Tun bringt allen etwas, ist für viele gut. Und bestimmt dies als eine wichtige Grundlage des eigenen Handelns, nimmt die Sozial-Balance und die Umwelt-Gesundheit in den Blick. Soziales Unternehmertum in einer wirklich sozialen Marktwirtschaft weiß um den nötigen Ausgleich von Geben und Nehmen, die Reziprozität allen Lebens, weiß um Augenhöhe und die Kraft des eigenen glückenden Tuns. kukutana weiß auch um den Antrieb, für sich etwas zu schaffen, und die Zufriedenheit, wenn andere dies beglücken kann.

Gelebte und sichtbare Verantwortung, ausgedrückt in Kunstwerken, Berichten, Beziehungen, Besuchen, Aktionen stiftet nachhaltig Vertrauen. Von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in das eigene Unternehmen: Hier sind vielfältige Formen des Handelns möglich. Als Ausweis den Kundinnen und Kunden gegenüber: Es gelingen substantielle Beziehungen.

Jenseits von Gerede etwas Gutes tun.

Kunst steht für Kreativität, für Neugier, für Überraschungen, für Offenheit. Über Kunst kommt man ins Gespräch, tauscht sich aus. Kunst stellt Fragen und setzt nicht auf gewohnte, leere, oft gehörte, Antworten.

Ästhetik (griechisch aisthesis) bedeutet ganz ursprünglich „Wahrnehmung“. Es geht also um Aufmerksamkeit, um Achtsamkeit, und dann erst um das Wahre | Gute | Schöne.

Diese, Ihre, Themen, Anliegen, Wege können Sie mit kukutana erkunden.

kukutana führt an Kunst und künstlerische Interventionen heran, führt auf einen offenen Weg, auf dem Sie Tempo, Richtung und Gelände bestimmen.

Das Angebot von kukutana und Prof Dr. Ulrich Wunsch umfasst folgende Bereiche und Möglichkeiten:

- 🌐 Beratung Begleitung Betreuung
- 🌐 Kunstwerke erwerben und damit Künstler*innen unterstützen
- 🌐 Kunstwerke in Ihren Gebäuden ausstellen, eine Ausstellung für Sie zusammenstellen – dies auch als Leasing der Kunstwerke
- 🌐 Begleitende Texte, die die Kunstwerke und mehr erklären
- 🌐 Partnerschaften mit Ausstellungen
- 🌐 Vorschläge unterstützenswerte Projekte im Bereich Kunst- und Kreativ-Industrie
- 🌐 Partnerschaften mit diesen Projekten in Subsahara Afrika
- 🌐 Texte, Hinweise, Profis und spannende Inhalte für Ihren CSR-Bericht
- 🌐 Vorschläge zur Einbindung von Mitarbeiter*innen
- 🌐 Möglichkeiten, Stakeholder anzusprechen
- 🌐 Chancen für die Öffentlichkeitsarbeit
- 🌐 Interkultureller Transfer in Ihrer Organisation, Dialog-Anlässe

Wie?

Mailen Sie oder rufen Sie einfach an, ein erstes Gespräch, das zur Klärung von Anliegen und Auftrag dient, hilft sicher weiter.

Preis?

Kommt drauf an. Das erste Gespräch ist kostenlos. Die Honorare und die damit verbundenen Leistungen werden transparent genannt und sind fair – für alle.

wunsch@kukutana.net ||| 0173 74 50 342

Mehr zu Ulrich Wünsch unter: www.sabaa.education und www.congruens.de.

CSR und mein Unternehmen?

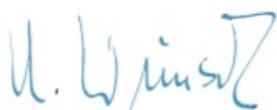
Deutsche, an der Börse gelistete Unternehmen unterliegen der CSR-Berichtspflicht. Für nicht gesetzlich verpflichtete Unternehmen wird das Thema CSR zunehmend als Ausweis von Nachhaltigkeitsfokus und Compliance-Akzeptanz wichtig. Kleine und Mittlere Unternehmen (KMU) können und sollten von einer Beschäftigung mit dem Thema der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit profitieren: Als Mittel der Mitarbeiter*innen- wie Kund*innen-Gewinnung und Bindung wird das Thema immer bedeutsamer.

Die Beachtung sozialer und ökologischer Aspekte der Unternehmensführung wurde 2017 durch den Bundestag für Unternehmen gesetzlich verankert und mit der CSR-Berichtspflicht versehen. Zuvor hatte die Europäische Union ein entsprechendes Gesetz verabschiedet und 2011 bereits entstand die Norm ISO 26 000 mit entsprechendem Leitfaden. Große Unternehmen können jener eher über ihre internen Ressourcen nachkommen, doch auch hier gibt es spezifische Bereiche, die durch Vernetzung gewinnen können. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) haben es da (möglicherweise) schwerer.

Die positiven Effekte von CSR-Maßnahmen sind sichtbar und nachvollziehbar:

- Steigerung von Reputation in der Öffentlichkeit
- Interne Reputation und Mitarbeiter-Motivation
- Sinn-Stiftung im Kontext von Digitalisierung und Globalisierung
- Mögliche Veränderung eines Fokus; Change-Prozess kann angestoßen werden
- Neues Knowhow und weitere Kompetenzen werden eingelagert
- Innovationspotenzial kann entstehen
- Wertschöpfung wird neu gedacht, Transformation rückt in den Blick
- Neue Vernetzungen werden möglich.

Ich freue mich auf Ihr(e) Nach-Fragen und möchte mit Ihnen ins Gespräch kommen



Ulrich Wünsch

Mehr zum Social Business kukutana

Das andere „Afrika“

kukutana vermittelt in und für Deutschland Eindrücke, Bilder, Informationen aus | über Subsahara Afrika durch den Verkauf subsaharischer moderner Kunst; gekoppelt mit entsprechenden Berichten, Erzählungen, Aussagen – und unterstützt dortige Künstler*innen und Projekte in ihrem Lebensunterhalt.

kukutana ist ein Social Business, Webauftritt, der mittels Kunst als Attraktor und Katalysator einen Informationszugang zu einem differenzierteren Narrativ „Afrika“, zu einem anderen „Afrikabild“ schafft.

Eine kuratierte Auswahl junger Künstler*innen aus Ländern des Nachbarkontinents stellt online Gemälde, Drucke, Kunst-Fotografie aus. Im Bereich „Informationen“ wird eine Story aus dem realen Leben vor Ort hinzugegeben, wächst ein Raum für Fakten und Stories. Online-Auktionen, Storytelling, Kunsterlebnisse wecken Neugier und Kaufinteresse bei an bezahlbarer Kunst Interessierten, bei Privatpersonen, CSR-affinen Unternehmen, Afrika-affinen Organisationen.

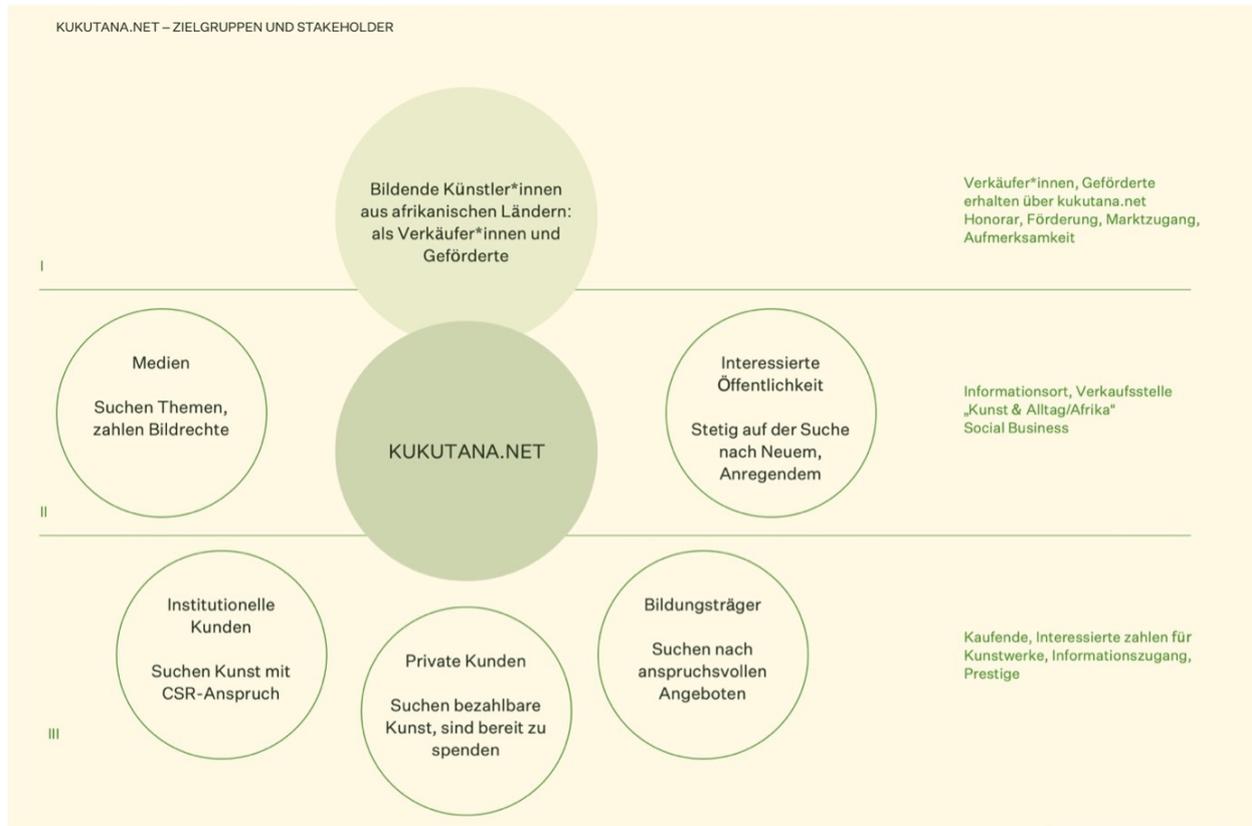
kukutana versteht sich als ein Informationsort und Handelsplatz im Internet, der über Kunst einen zeitgemäßen Zugang zu Informationen schafft, Umsätze für Künstler*innen und Projekte erzielt und für Demokratisierung und Popularisierung von Kunst eintritt.

kukutana bedeutet "Begegnung" auf Swahili.

Galerien beanspruchen von 25% und bis zu 60% Provision oder Kommission des Verkaufserlöses. kukutana.net wird hier max. 10% verlangen (je nach Kaufpreis) um die eigenen Kosten zu decken, in den Ausbau zu investieren und den darüber hinausgehenden Service für die Öffentlichkeit bereitstellen zu können. Profite werden für die Unterstützung von Kunst-Projekten in Subsahara Afrika verwandt.

*Kukutana geht es nicht darum, Künstler*innen der „ersten Reihe“ museal bereits repräsentierter Kunst zu vertreten, sondern bezahlbare junge Kunst auf dem Markt zu platzieren. Die Preise sollen zwischen 50€ und 15.000€ liegen.*

In dem Segment der „nicht-musealen und Sammler-Kunst“ gibt es bereits einige Beispiele von online-Orten (bis hin zu Kunst auf eBay), die Kunst, auch Kunst aus Afrika anbieten; jedoch nicht kuratiert, sondern ohne die Informationen und den Mehrwert, den kukutana bietet.



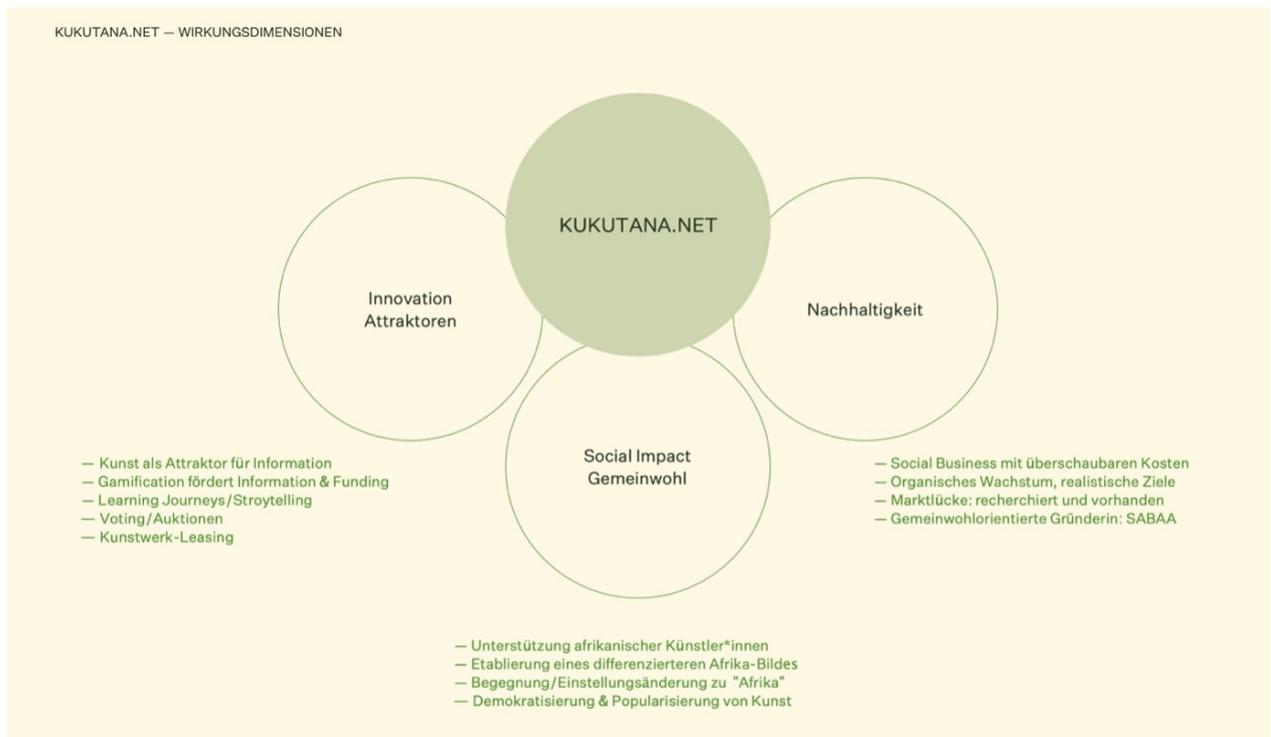
Übersicht Zielgruppen und Stakeholder kukutana

Direkte Wettbewerber gibt es jedoch nicht. Klassische Galerien mit übereuropäischer Perspektive, die den afrikanischen Kontinent als Quelle für Neues und Vermarktbares begreifen und sich im Mainstream des internationalen Kunstmarktes bewegen, wären indirekte Wettbewerber. Diese Galerien verfolgen allerdings andere (rein wirtschaftliche) Ziele und richten sich an andere (vornehmlich museums-kunstinteressierte) Zielgruppen. Mit kukutana.net werden breitere Zielgruppen erschlossen. Moderne Kunst von jungen afrikanischen Künstler*innen, die nicht bereits den Stempels des etablierten Kunstmarktes erhalten haben, wird kaum bis gar nicht in Galerien oder kuratiert online angeboten. Entweder steht tribale Kunst im Vordergrund oder Kunst bekannter in Museen vertretener Künstler*innen. Dies gilt durchaus auch für internationale Angebote.

Dass ein Bedarf etwa an bezahlbarer kuratierter Foto-Kunst existiert, zeigt das Geschäftsmodell von „Lumas“ (www.lumas.de). Die individuellen Käufer*innen sind im

urbanen bildungsaffinen Publikum angesiedelt. Weitere Käufer*innen stammen aus Organisationen mit Anspruch, CSR-Engagement und Konnex zu "Afrika" aber auch Kunst (etwa Design-Hotels, Arztpraxen, Unternehmen, Locations, Restaurants, ...), die in ihren öffentlichen Räumen Besucher und Mitarbeiter ansprechen wollen.

Der Umsatz Kunstmarkt auf dem Kunstmarkt Deutschland in 2019: 2,2 Mrd. €. Der Auktionsumsatz zeitgenössischer Kunst in Afrika lag 2018 bei 4,8 Mrd. US\$ weltweit. Besonders Interessierte an Kunst in D, 2020: 7,23 Mio. Personen. Jahresumsatz Lumas in 2012: 16,7 Mio. €. Im Januar 2016 besuchten 90.000 Personen die Internetseite des in Berlin gegründeten Online Foto- und Kunsthändlers lumas.com (den angelsächsisch orientierten Händler artspace.com 215.000 Interessenten - Quelle: statista).



Übersicht Wirkungskreise kukutana