기업과 예술, 파트너십

pARTnership
movement를 중심으로

문화예술협력네트워크

목차

기업이 예술과 협력해야 하는 8가지 이유

05page

기업-예술 간 협력 아이디어

33page

기업-예술 간 파트너십 성공사례

09page

예술인/단체를 위한 가이드 및 툴키트(toolkit)

37page

1 기업과의 파트너십 첫걸음
Let's Get Started
2 예술단체 스스로 파트너십 구축하기
Building Partnership on Your Own
3 파트너십 만들어가기
Creating pARTnership
4 기업과 파트너십 구축하기
Building pARTnerships with Business
5 자원봉사자 활용하기
Working with Volunteers
6 예술과 직원 몰입
Employee Engagement
7 기업과의 대화방법
Business Speak: can we talk?
8 예술을 위한 비즈니스 자원봉사 프로그램 구축
Establishing a Business Volunteers for the Arts Program
9 예술과 경제 번영 IV : 데이터 활용하기
Arts & Economic Prosperity IV : Using the Report's Data to Strengthen Your Case to Business

기업과 예술, 파트너십
-pARTnership movement를 중심으로

발행일 : 2015년 1월 30일
펴낸곳 : 문화예술협력네트워크 추진단

이 자료집은 문화예술협력네트워크 추진단이
미국예술연합(Americans for the Arts)의
협조를 얻어 pARTnership movement
(www.partnershipmovement.org)에서 제공하는
기업과 예술의 협력 사례, 자료집 등을 모아
요약 · 번역한 자료입니다.
문화예술협력네트워크 추진단의 허락이나 출처 표기
없이 내용의 전제나 복제를 금합니다.

01
기업이 예술과 협력해야 하는 8가지 이유

원문은 pARTnership movement 사이트 내 "성공사례"에
자세하게 담겨 있습니다.
http://www.partnershipmovement.org/success-stories/

인재 모집

1

직원들은 활기찬 커뮤니티에서 생활하고 근무하길 원한다

파트너십을 통해 지역의 연극, 음악, 무용, 박물관, 미술관 및 공공예술을 지원함으로써 인재들을 끌어들일 매력적인 커뮤니티 조성 가능

당신의 회사를 스포트 라이트의 중심에

2

예술을 통한 시장점유율 확대, 브랜드 가치 향상, 새로운 고객 발굴

예술을 옹호함으로써 빠르고 효과적으로 다양한 분야의 관계자들에게 강한 존재감을 심어줄 수 있음

박물관과 미술관, 심포니, 무용 공연, 축제 등을 통해 새로운 고객을 발굴하고, 또한 고객에게 즐거움을 선사할 수 있음

수많은 사업체들이 예술을 통해 기업에 대한 인지도가 증가했으며(79%), 새로운 사업을 개발할 수 있는 네트워킹의 기회를 얻을 수 있다(74%)는데 동의함

기업의 목표와 전략 향상

3

예술을 통해 매력적인 방식으로 메시지 전달

예술을 통해 직원 및 일반 대중에게 상품에 대한 정보 및 올바른 선택에 필요한 정보를 제공하는 등 비즈니스와 관련된 중점 사안의 교육 가능

비판적 사고 함양

4

창의성이야말로 고용주들이 원하는 최고의 적용 기술

새로운 이해방식과 가능성을 찾아 문제를 해결하고 재구성하는 비판적 사고 활동인 예술을 통해 고용주들이 중요하게 여기는 직원의 자질인 창의성 강화

예술 후원 활동에 참가한 기업의 72%가 예술을 통해 직원들의 창의적 사고, 문제해결 및 팀빌딩 능력이 향상되었다고 평가함

관련 연구보고서 : 「Ready to Innovate」

「Ready to Innovate」
http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/information_services/research/policy_roundtable/ReadytoInnovateFull.pdf

직원들의 적극적인 참여 유도

5

예술은 직원들에게 최선을 향한 동기를 부여한다

직장 내 전시회나 밴드 경연대회에서 자신들의 예술적 기량을 선보이거나 지역 예술단체를 위한 자원봉사 활동 등 예술 활동을 통해 직원들은 이미 보유한 기술들을 활용하고 또 새로운 기술을 익히게 됨

연구에 따르면, 미국의 밀레니엄 세대 중 직장 내 자원활동 프로그램 참가율이 높은 직원들이 자부심과 충성심, 만족도가 높은 것으로 나타남

다양성 인정과 팀 빌딩

⑥

예술은 다양한 배경과 민족, 문화를 아우르는 환경을 조성한다

전시, 공연, 워크숍을 통해 직원들이 직장 내 여러 이슈에 대해 고민하고 현지 혹은 세계 각지의 동료들을 보다 잘 이해할 수 있음

예술 후원을 통해 회사 내외부에 기업주가 혁신적인 사고와 창의적인 문화를 중시하고 지원한다는 것을 알릴 수 있음

감사를 표할 때

⑦

예술은 직원들에게 감사를 표현하는 훌륭한 방법

뮤지엄 회원권이나 전시, 공연 및 다양한 예술 행사 티켓을 제공하여 직원들에게 영감을 주고 감사의 마음을 전할 수 있음

경제 및 생활의 질 향상

⑧

지역의 예술가/단체들과 파트너가 되는 것은 도시 전체와 파트너가 되는 것

예술은 지역사회와 도시, 각 주 뿐만 아니라 전체 국가의 건강과 활력에 필수적인 요소임

예술을 통해 지역공동체 개발, 일자리 생성, 도심재생, 기업 유치, 관광수익 창출 가능

교육을 받고 기술을 갖춘 근로자들을 끌어들이는 환경 조성

미국 내 비영리 문화예술산업은 매년 경제활동을 통해 문화예술단체 지출 611억 달러 및 관객들의 지출 741억 등 총 1352억 달러를 창출

02
기업-예술 간 파트너십 성공사례

(주) 아틀란틱 솔트

Atlantic Salt Inc.





2013년도 BCA 10 : Best Businesses Partnering with the Arts in America 선정

(주)아틀란틱 솔트는 뉴욕주 스탠튼 아일랜드에 위치한 가족이 운영하는 소규모 소금 하역 부두임

2005년, 노블 마리타임 컬렉션 뮤지엄이 주관한 소금산업 전시와 관련, 재료와 이미지, 부두 접근권을 제공하고 참여 예술인들의 북아일랜드의 소금 광산 방문을 지원

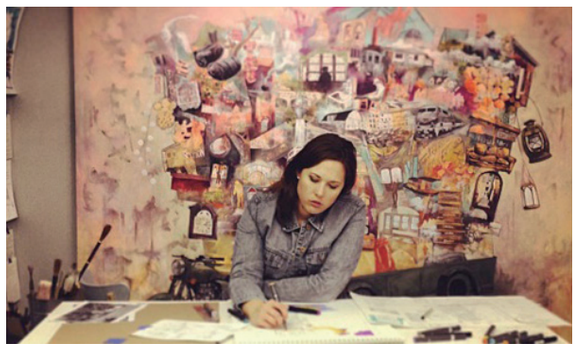
이후 예술지원 활동을 계속하여 지역 예술가/단체들과의 파트너십을 통해 여름철 부두에서 독특한 공연과 축제 개최함. 특히 2010년부터 스탠튼 아일랜드 아츠(Staten Island Arts, StatenIslandArts.org)와 함께 '루멘 영화&공연 예술 축제(LUMEN Film and Performance Art Festival)'를 개최하고 있음

또한 지역 사업체들과 함께 구성한 네트워크를 통해 현물 기부를 받아 운영함으로써, 축제나 공연 등 행사 참가 관람객들에게 어떤 요금도 받지 않음

효과 : 부두는 스탠튼 아일랜드의 주요 문화예술 공간으로 자리매김했으며, (주)아틀란틱 솔트에 대한 지역공동체의 이해도가 높아짐. 또한 다년간의 문화예술 후원활동을 통해 (주)아틀란틱 솔트는 보다 넓은 지역공동체의 목적과 또 이를 위한 지원방식에 대한 이해도 향상

피스터 호텔

Pfister Hotel





2009년부터 피스터 아티스트 레지던스 프로그램(the Pfister's Artist-in-Residence Program)운영, 예술애호가들이 가보고 싶은 호텔로 자리매김하는 데 목적을 둠

호텔의 공용 공간인 로비와 비즈니스 센터를 각각 갤러리와 아트 스튜디오로 변형하여 작품 창작 과정을 호텔 이용객 및 지역주민에게 공개

레지던스 입주작가는 4주간 일반인의 공개투표를 통해 최종후보에 오른 6인 중, 지역 예술계 주요 인사들로 구성된 선정위원회에서 심사를 통해 1인을 선정

또한 피스터는 전 세계 호텔들 중 빅토리아 시대의 주요 예술작품들을 가장 많이 소장하고 있음. 레지던스 프로그램을 통한 컨템포러리 예술작품과 함께 빅토리아 시대 작품들을 감상할 수 있어 이용객들과 지역주민의 호응도가 높음

아츠 브룩필드

Arts Brookfield



아츠 브룩필드(Arts Brookfield)는 부동산 회사 브룩필드 오피스 프라퍼티즈(Brookfield Office Properties)가 운영하는 예술 프로그램임

본래 1988년 세계적 부동산 회사 올림피아 앤드 요크(Olympia and York)사가 세계금융센터(World Finance Center)를 중심으로 맨해튼 다운타운에 생기와 활력을 불어넣기 위해 예술 프로그램을 기획, 운영하던 것으로, 1996년 브룩필드사가 인수하여 계속 진행

뉴욕 다운타운 내 25개 이상의 브룩필드 소유 건물에서 일반 대중에게 무료로 매년 수백 회의 공연과 전시, 영화 등을 선보임

브룩필드사는 소유 부동산 건물들을 단순한 사무 공간이 아니라, 문화예술 애호가들이 즐겨 찾는 공용 공간으로 만들고자 지속적으로 노력 중이며, 로스앤젤레스, 휴스턴, 덴버, 캘거리, 토론토 등 타 도시의 브룩필드사 건물에도 아츠 브룩필드 프로그램을 확대, 적용 중. 건물 보수나 편의시설 확충과 아울러 예술에 투자함으로써 사무실 임대자의 수준을 높이고 임대료도 높이는 등 투자 수익을 올리고 있음

또한, 2001년 9/11 사태 후 다시 사람들을 끌어들이고 지역사회 재건을 위해 시작된 리버투리버 페스티벌(River to River Festival)에 적극 참여하고 있음. 페스티벌은 아메리칸 익스프레스(American Express)사가 후원하고, 뉴욕 및 뉴저지 항만국(Port Authority), 뉴욕 상인연합(Downtown Alliance), 배터리 파크 시티 개발공사(Battery Park City Authority), 로워 맨하탄 문화위원회(Lower Manhattan Cultural Council), 사우스 스트리트 시포트(South Street Seaport)가 함께 참여. 매년 6~7월에 30일간 개최되는 리버투리버는 브룩필드사 소유 건물 4곳을 비롯 총 28개의 공간에서 60명의 아티스트가 150회의 공연을 선보임

브룩필드사는 리버투리버 축제를 성공적인 마케팅 전략으로 인지하고 결국 브룩필드사 건물의 상점이나 식당으로 사람들을 끌어들임으로써 시장 및 브랜드 인지도를 높임

장소만들기에 대한 전문성과 문화적 이해력을 갖춘 리더십을 바탕으로 브룩필드사는 회사 목표 향상, 브랜드 인지도 구축 및 전 세계 주요 도시에서의 지역공동체 의식을 다지는 해결책으로 예술을 활용하고 있음

DENY 디자인

DENY Designs











DENY 디자인은 덴버에 근거한 온라인 가구 회사로, DENY 아트 갤러리를 통해 전 세계 예술가들을 지원. 고객들이 DENY 아트 갤러리에 있는 작품을 활용한 장식품을 구입할 때마다 해당 작품의 작가가 수익을 얻는 구조임

매달 전 세계 200~300명의 예술가들이 DENY에 작품을 보내오고 있으며, 이 중 1~2명만 선정됨

DENY는 예술 커뮤니티 지원을 가장 중시하며, 동시에 미국 경제 활성화를 위해 모든 제품을 덴버를 포함한 미국 내에서 제작함

법무법인 패거 베이커 대니얼즈

Faegre Baker Daniels LLP



스토리텔링이라는 공통점을 기반으로 예술과 법을 접합함으로써, 두 분야의 동반 성장과 상호 상승효과를 일으킴

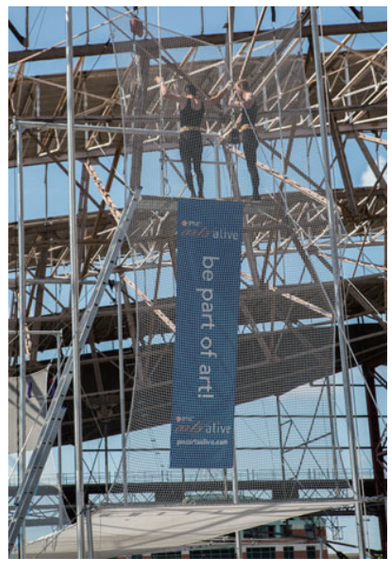
법무법인 패거 베이커 대니얼즈(FBD)의 변호사들은 매년 거쓰리 씨어터(Guthrie Theater)의 연극 기술에 기반한 온오프라인 직원 개발 프로그램 CLE(Continuing Legal Education)에 참여함

거쓰리 씨어터의 CLE는 변호사이자 배우인 크리스 칼슨(Chris Carlson)이 이끄는 쇼코스(ShowCourse)와의 합작 프로그램으로 현재까지 미네아폴리스 인근지역 법조계 종사자 3,000여 명이 참여함. 직원들이 의무적으로 참여하는 지루한 교육 방식을 탈피함으로써 높은 관심과 참여도를 이끌어 내 근무 환경에 긍정적인 영향을 끼침

PNC 은행

PNC Bank





PNC 은행은 미 중서부 지역으로 사업을 확대하면서 새로운 고객과 지역사회의 신뢰를 얻기 위해, 필라델피아와 콜럼버스에서 운영하고 있던 아츠 얼라이브(PNC Arts Alive) 프로그램을 2010년부터 세인트루이스 지역에서 운영함

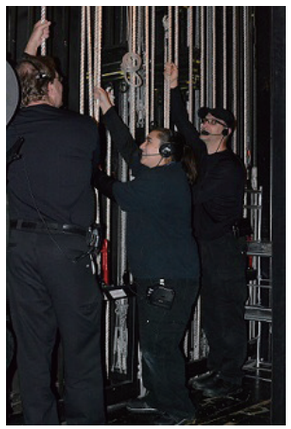
세인트루이스 지역의 예술단체들이 다양한 방식으로 관객들을 확대하고 지역사회와 관계 맺기를 할 수 있도록 지원하는 프로그램으로, PNC 재단이 기금을 지원하고 지역 아트센터(Regional Arts Center)와 예술교육위원회(Arts and Education Council)의 파트너십을 통해 지역 예술계의 이해 도모

2013년 17개의 시각 및 공연예술 단체들이 아츠 얼라이브 기금을 받았으며, 유치원생부터 고등학생, 지역주민 등 세인트루이스 지역의 다양한 관객들에게 무료 혹은 할인된 요금으로 예술을 접할 수 있도록 함

PNC 은행은 아츠 얼라이브 프로그램을 통해 브랜드 인지도를 높이고 또한 훌륭한 브랜드 연상을 창출할 수 있었음. 지역 주민과 기업주들은 PNC 은행의 브랜드를 유아교육이나 예술, 지역사회 개발에 대한 지원으로 이해하게 됨. 이는 세인트루이스 지역 밖으로도 확산되어 2012년에 미주리주 아츠 어워드(2012 Missouri Arts Award)의 인도주의적 노력 분야 상을 PNC가 받기도 함

(주)HM 일렉트로닉스

HM Electronics





기업주가 연극과 오페라 애호가인 (주)HM 일렉트로닉스(HME)는 2003년 올드 글로브 극장(Old Globe Theater)에 4만 불 이상의 비용을 들어 첨단 무선 통신시스템을 설치해 줌

토니상을 통해 전미 최고의 지역극장 중 하나로 선정된 올드 글로브는 매년 16개의 공연을 600회 선보이는 극장임. 그러나 미국과 멕시코 양측으로부터 송신되는 무선 주파수가 끊이지 않는 곳에 위치하여, 배우들의 무선 마이크 사용이나 스텝들 사이의 무전기 사용이 원활하지 못했음

HME의 기부를 통해 올드 글로브는 공연을 위한 안정적인 무선 장비를 갖추게 되었고, HME는 신기술과 신제품을 현장에서 바로 테스트하고 피드백을 받을 수 있게 됨

히스만 호텔

Heathman Hotel



1984년 포틀랜드 시내 문화지구에 문을 연 히스만 호텔은 시 최초의 부티크 호텔이자 벽마다 예술 작품을 전시하는 등 예술 지원으로 차별화 함

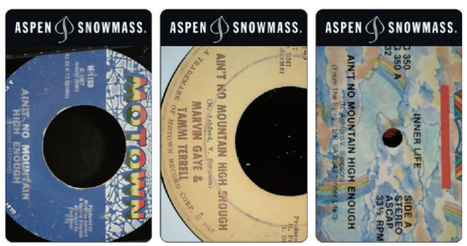
2012년 예술 애호가 크리스 에릭슨(Chris Ericson)이 호텔 총지배인으로 부임하면서, 히스만 호텔의 예술 지원은 새로운 형식을 띠게 됨. 오레곤 심포니(Oregon Symphony), 퍼시픽 노스웨스트 칼리지 오브 아트(Pacific Northwest College of Art)의 조형예술과, 포틀랜드 센터 스테이지(Portland Center Stage), 오레곤 문학예술(Literary Arts of Oregon) 등 4개의 지역 예술단체들을 지원하기 위해 각 단체를 주제로 한 아츠 시그니처 스위트(Arts Signature Suites)를 디자인하여 투숙객에게 특별한 경험을 제공

각 스위트를 통한 수익금의 일부는 포틀랜드 시의 음악, 미술, 연극, 문학 분야의 비영리단체나 교육 및 지역사회 아웃리치 프로그램에 기부됨

아스펜 스키 컴퍼니

Aspen Skiing Company





2005년, 아스펜 아트 뮤지엄(Aspen Art Museum)과 아스펜 스키 컴퍼니가 함께 아스펜 홍보를 위해 유명한 아스펜 스노우매스 지역 산들을 캔버스 삼아 작품을 올리기 시작

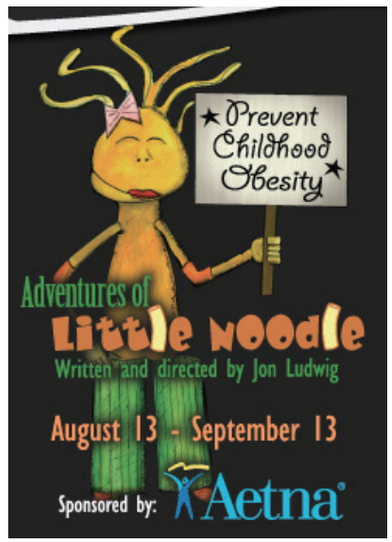
유타카 소네(Yutaka Sone)의 거대한 주사위 굴리기부터 수잔 필립츠(Susan Philipsz)의 사운드 인스톨레이션까지 작품들을 스키장에 직접 설치하거나, 아스펜 아트 뮤지엄에 전시 예정인 작가의 작품을 스키 리프트 티켓에 인쇄하는 등, 예술과 스포츠를 결합시켜 스키장을 찾는 이들에게 예상치 못한 경험을 선사함

예술 지원에 대한 공로를 인정받아 아스펜 스키 컴퍼니는 예술을 위한 콜로라도 기업 회의(Colorado Business Committee for the Arts, CBCA)의 25회 올해의 예술을 위한 기업 상(Annual Business For the Arts Awards)을 수상했으며, 2012년에는 혁신적인 방식으로 예술을 활용해 사업의 성공을 이끈 회사들에게 주어지는 CBCA 임팩트 상(Impact Award)을 수상함

애트나 보험회사

Aetna





보험회사 애트나는 메시지를 전달하는 효율적인 수단으로 예술을 인식하고 이를 활용함

애트나는 '건강한 어린이-어린이 비만 예방 사업'의 일환으로 애틀란타에 근거한 인형극 전문극장 Center for Puppetry Arts와 함께 '리틀 누들'(Little Noodle)이라는 인형극 캐릭터를 개발하고 <리틀 누들의 모험>(The Adventures of Little Noodle)이라는 인형극을 창작

또한 비만인구를 감소시키기 위해 애트나 재단은 뉴욕의 할렘댄스씨어터(Dance Theatre of Harlem), 시카고의 조프리 발레단(The Joffrey Ballet), 샌프란시스코의 댄스 아웃 다이어비티즈(Dance Out Diabetes), 하트포드의 차터 오크 문화센터(Charter Oak Cultural Center)에 기금을 전달하여 소외지역 거주 어린이와 가족들을 위해 무용에 기반한 건강 및 피트니스 프로그램을 운영할 수 있도록 지원함

애트나는 예술을 통한 개인의 건강 증진, 지역사회 활성화, 문화와 차이를 뛰어넘는 세상 만들기가 가능하다는 믿음을 갖고 있음

M5 네트웍스

M5 Networks





통신회사 M5 네트웍스는 다양한 팀과 분야 간의 팀워크를 조성하기 위해 매년 연례 총회 기간 동안 M5 Rocks라는 밴드 경연대회를 개최함

직원들은 서로 상대하지 않는 다른 부서의 직원들과 한 팀이 되어 본인이 다룰 수 없는 새로운 악기를 연습하게 됨

각 밴드는 매주 한 차례 근무 시간 중 만나 연습을 하며, 직원들의 연습을 돕기 위해 M5는 전문 강사를 고용함

M5의 로체스터 지점 창설자인 펠림 화이트(Phelim White)에 따르면, M5 Rocks 프로그램을 통해 회계부서 직원이 엔지니어, 세일즈 담당직원과 같은 밴드의 멤버가 되었고, 서로 다른 부서 직원들이 함께 모여 한 밴드를 만들고, 함께 잘 해내는 방법을 배우고 있음

(주)샵라이트 슈퍼마켓

ShopRite Supermarkets, Inc.





슈퍼마켓 체인회사인 샵라이트는 베델 우즈 예술센터(Bethel Woods Center for the Arts)가 운영하는 '트래블링 트렁크'(Traveling Trunks) 프로그램을 지원

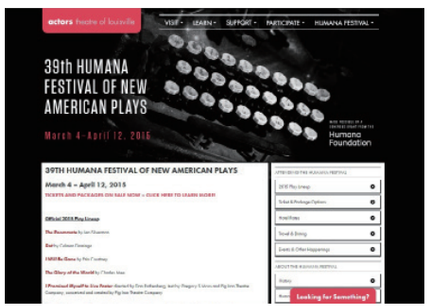
베델 우즈는 1969년 우드스탁 페스티벌(Woodstock Music & Art Fair)이 열렸던 상징적 장소. 베델 우즈 예술센터는 어린 세대들의 창의적 표현과 시민참여 의식을 북돋기 위해 센터의 여러 자료들을 소외지역 학생들에게 보내 보여주는 '트래블링 트렁크' 프로그램을 운영하고 있음

교육과 지역사회 봉사활동의 중요성을 인식한 샵라이트는 '트래블링 트렁크'를 여러 지점에 전시함으로써 많은 지역에 '트래블링 트렁크'프로그램을 홍보함

샵라이트의 홍보 지원으로 베델 우즈의 '트래블링 트렁크' 프로그램을 활용하는 학교 수가 상당히 늘었으며, 샵라이트는 지역사회의 일원으로서 훌륭한 역할을 하고 있다는 평을 받음

휴마나 보험회사

Humana Inc.





보험회사 휴마나 산하 휴마나 재단(Humana Foundation)은 1980년부터 루이스빌 액터스 씨어터(Actors Theatre of Louisville)를 지원하여 휴마나 창작극 페스티벌(Human Festival of New American Plays)를 개최하고 있음. 이는 미국에서 가장 오래된 기업-극장 간 파트너십임

휴마나의 지속적인 지원으로 휴마나 페스티벌은 전미에서 가장 중요한 창작극 페스티벌로 자리잡음. 공연예술계의 주요 리더들과 프로듀서, 비평가를 포함, 매년 4만 명에 가까운 관객들이 페스티벌에 참여함

또한 휴마나 페스티벌을 통해 400여 편의 새로운 연극들이 미국뿐만 아니라 전 세계로 소개되었으며, 세 편의 퓰리처상 수장작도 나옴

휴마나 재단은 휴마나 페스티벌 지원 외에도 어린이 건강 및 교육, 건강정보이해능력, 세대 간 건강 분야에 관심을 갖고 기금을 제공하고 있음

보잉사

The Boeing Company





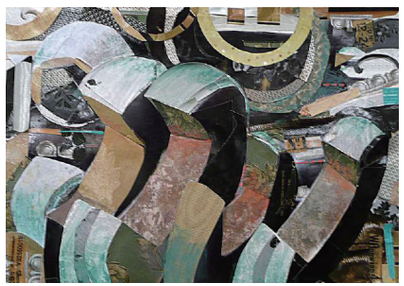
보잉사는 세인트루이스의 예술교육위원회(Arts and Education Council in St. Louis)와 함께, 지역의 예술단체들이 보다 지속가능한 예술을 창작 · 옹호하고, 누구나 평생 예술 활동에 참여하거나 후원할 수 있는 문화적 환경을 조성할 수 있도록 보잉/예술교육위원회 협력기금(Boeing/Arts and Education Council Collaborative Grant) 프로그램을 운영함

보잉사의 후원으로 2008년부터 32개의 예술단체들에 기금을 수여함

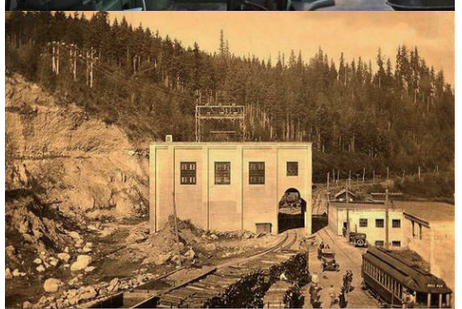
레지던스 입주작가는 4주간 일반인의 공개투표를 통해 최종후보에 오른 6인 중, 지역 예술계 주요 인사들로 구성된 선정위원회에서 심사를 통해 1인을 선정

포틀랜드 제너럴 일렉트릭

Portland General Electric











포틀랜드 제너럴 일렉트릭(PGE)사는 포틀랜드 지역의 비영리 예술단체와 함께 "창의적 차이"(Creative Differences)라는 다양성 프로그램을 개발하여 진행. 전시, 공연, 워크숍 등 다양한 예술 활동을 통해 직원들이 직장 내 여러 이슈들을 함께 고민하고 또 전 세계의 다양한 동료들과 보다 친숙해지도록 하는데 목적이 있음

PGE는 또한 "발전소 예술 프로젝트"(Powerhouse Art Project)를 운영해, 지역 예술가들로 하여금 지역의 여러 발전소를 그림 등 예술 작품으로 표현하게 함. 이를 통해 PGE에 대한 지역사회의 인지도를 올릴 뿐만 아니라, 직원들로 하여금 회사와 직원들 스스로를 지역사회의 일원으로 자축하는 기업문화 형성의 방편으로 삼음

메이시즈 백화점

Macy's Inc.





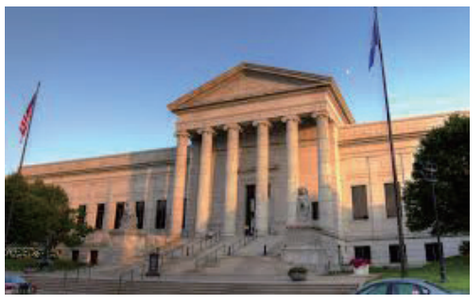
전미 850개의 매장을 가진 메이시즈 백화점은 생기있고 활력있는 사회를 만드는 데 있어 예술의 중요성을 인식하고, 수백 개의 도시에 있는 예술 단체 및 프로그램과 파트너십을 맺고 후원하고 있음

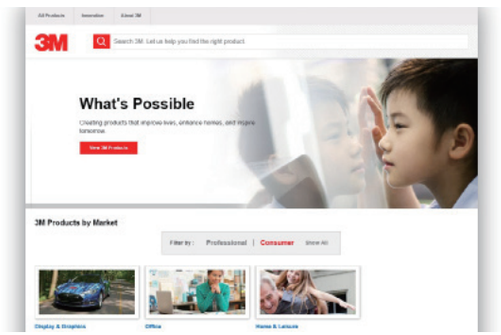
또한 2010년 뉴욕 메트로폴리탄 오페라의 썸머 HD 페스티벌(Summer HD Festival)과 파트너십을 맺음. 링컨 플라자에서 10편의 메트로폴리탄 오페라 라이브 공연을 HD로 상영하도록 지원하고 헤랄드 스퀘어 지점의 윈도우를 통해 한 달 동안 페스티벌을 홍보함

2008년에는 시민평등권운동에 참여한 여성들과 미국 사회에 기여도가 큰 20명의 아프리카계 미국인 여성들에게 경의를 표하는 순회 전시회 <프리덤즈 시스터즈>(Freedom's Sisters)를 후원하기도 하는 등, 다문화의 다양한 문화예술 단체들로 지원을 확대하고 있음

3M

3M





3M은 예술과 문화, 특히 교육에 중점을 둔 프로그램을 통해 지역사회의 삶의 질을 개선할 수 있다는 믿음으로 미국 전역의 뮤지엄들을 후원하고 있음

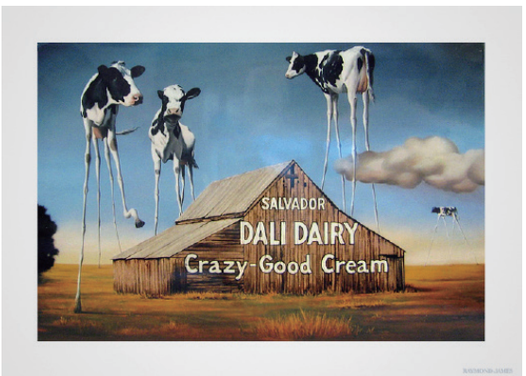
최근 미네아폴리스 인스티튜트 오브 아츠(Minneapolis Institute of Arts, MIA)와 협력하여, 레오나르도 다 빈치, 미켈란젤로, 베르메르 등 파리 루브르 박물관의 소장품 60점을 가져와 MIA에 전시함. 이 작품들은 교사 워크숍, 온라인 자료, 유치원생부터 12학년 학생 7000명을 대상으로 한 무료 가이드 관람, 학부모 앰버서더 연수 프로그램 등 MIA의 교육 프로그램에 활용됨

3M 재단은 또한 미주리주 컬럼비아 예술센터(City of Columbia's Center for the Arts) 건립을 후원했음

또한 미네소타주 세인트 폴(St. Paul) 시에 위치한 히스토리 씨어터(History Theatre)의 역사 교육 프로그램을 지원함. 히스토리 씨어터는 작품 개발에서 창작, 공연까지 총괄하는 몇 안 되는 제작 극장으로, 학생들에게 교과서에서 배우는 역사를 무대 위의 연극으로 보여주고, 학습 가이드나 수업 계획, 그룹 활동 자료 등을 제공함

레이먼드 제임스 파이낸셜

Raymond James Financial





종합금융사 레이먼드 제임스 파이낸셜은 예술을 통해 직원들이 일하기 좋은 창의적인 근무환경을 만들고 있음

본사 건물에는 1,800여 작품을 소장하고 있고, 매년 3,000명의 초대받은 일반 관람객에게 공개

또한 매년 제휴사 및 계열사 직원 아트쇼(Associate $ Affiliate Art Show)를 개최하는데, 전국에서 400여 점의 다양한 작품들이 접수됨. 작품들은 본사 건물 및 웹사이트에 전시되고, 네 개 부문 수상작을 선정하여 시상하며, 직원 전체 투표로 피플스 초이스 어워드(People's Choice Award)를 선정하기도 함

체서피크 에너지

Chesapeake Energy



오클라호마에 근거한 체서피크 에너지는 예술을 통해 직원들 간 소통을 돕고 공동체 정신을 배가시키기 위해 전 직원을 대상으로 재능 경연대회를 개최함

2010년에는 체서피크 에너지사의 직원 밴드인 "셰일 플레이"(Shale Play)가 제 10회 <포춘 기업 밴드 대전>(Fortune Battle of the Corporate Bands)에서 "최고 기업 밴드" 상을 받기도 함

체서피크 에너지는 독특한 기업 문화를 통해 직원들의 근무 환경과 역량, 개인적인 성장을 강화시키고자 함. 포춘지는 체서피크 에너지를 해당 지역에서 가장 일하기 좋은 직장으로 선정하기도 함

법무법인 베이커 보츠

Baker Botts, L.L.P.





국제적인 법률회사 베이커 보츠는 19세기부터 예술단체들을 후원하고 직원 및 고객들에게 예술을 접할 수 있는 기회를 확대해 주고 있음. 예술을 통해 여러 시각과 경험, 재능을 모을 수 있고, 직원들도 보다 창의적이고 효율적이며 성공적으로 일 할 수 있다고 봄

매년 겨울 휴스턴 지점에서는 휴스턴 발레단(Houston Ballet)나 씨어터 언더 더 스타즈(Theater Under The Stars) 등 지역의 공연예술 단체들의 공연과 연계하여 직장 가족 행사를 개최함

또한 회사의 다양성 증진 사업과 예술을 접합하여, 2011년에는 히스패닉 문화유산의 달을 기려 전국 지점 곳곳에서 라틴 아메리카 출신 작가들의 작품을 전시하기도 함

콜러 컴퍼니

Kohler Co.





콜러사는 전미 곳곳의 미술관, 공연예술센터, 예술학교, 대학 등을 통해 예술을 후원했으며, 40년 전 회사 창립자의 이름을 딴 존 마이클 콜러 아츠 센터(Johan Michael Kohler Arts Center, JMKAC)를 개관함

JMKAC와 콜러사의 협력 프로그램인 아츠/인더스트리(Arts/Industry) 레지던시는 매년 전세계 예술가 16명을 선정하며, 1974년부터 500여명의 예술가가 참여함. 2~6주에 걸친 레지던시 기간 동안, 입주작가들은 콜러사 본사에 위치한 스튜디오와 함께 도예 공방, 주물 및 황동 공장, 법랑 작업실의 시설과 재료, 기술을 사용할 수 있으며, 그 밖에도 숙박과 일비, 왕복항공료를 지원받음

아츠/인더스트리를 통한 예술가들과의 접촉은 직원들에게 활력을 불어넣을 뿐만 아니라 디자이너는 물론 엔지니어, 법랑 전문가, 주물공 등 함께 작업하는 모든 이들과 창조적 시너지를 만들어냄

아츠/인더스트리 참가 예술가들은 JMKAC와 콜러사에 작품을 하나씩 기증해야 하며, 이 작품들은 JMKAC와 콜러사 위스콘신 부지, 콜러 디자인 센터를 비롯 전 세계 뮤지엄 및 갤러리에서 전시됨

슈골 리서치

Shougoll Research





슈골 리서치는 워싱턴 DC 근교에 위치한 마케팅 컨설팅 회사로, 1997년부터 매년 5~6회씩 중고등 학생 및 학부모들이 공연을 관람할 수 있는 "아트스피크!"(ArtSpeak!)라는 프로그램을 운영 중임. 슈골 리서치가 예술가/단체를 섭외하고 공연비나 조명, 음향 등 제반 비용을 부담함

또한 약 15년 동안 "씨어터트립!"(TheatreTrips!)을 운영하여 3,000명 이상의 학생들이 연극, 콘서트, 무용 공연을 관람함

CEO 마크 슈골(Mark Shugoll)이 아레나 스테이지(Arena Stage), 조지메이슨대 아트 파트너십(Geroge Mason University Arts Partnership), 씨어터 커뮤니케이션 그룹(Theatre Communication Group), 시그니처 씨어터(Signature Theatre) 등 이사회에 적극 참여하는 등, 직원들의 예술단체 이사회 참여를 장려함

직원들에게 공연 관람 기회를 제공하고, 예술단체들에게는 무료 혹은 낮은 비용으로 마케팅 전략이나 관객 확대, 관객 서비스 프로그램 등에 대한 연구 서비스를 제공함

더 와그너 컴퍼니즈

The Wagner Companies







밀워키에 근거한 금속 제조회사인 더 와그너 컴퍼니즈는, 예술이란 비판적 사고로 문제를 해결하고 재구성함으로써 새로운 통찰과 기회를 만들어내는 것이며, 이러한 예술이 직원, 직장 및 지역사회에 미치는 영향을 이해하는 회사가 성공한다고 인식

와그너의 직원들 중 생계를 위해 금속 제조공으로 입사한 예술가들이 휴식 시간에 금속 조각들로 작품을 만들었음. 회사는 이들 작품의 상품화를 희망하고, 제품개발회의를 두어 직원들의 창의적 아이디어를 검토할 수 있도록 함

03 기업-예술 간 협력 아이디어

원문은 pARTnership movement 사이트 내
협업 파트너 찾기(fine a partner)에 있습니다.
http://www.partnershipmovement.org/find-a-partner/

○ 1

원문은 pARTnership movement 사이트 내
협업 파트너를 위한 자료(for partners)에 있습니다.
http://www.partnershipmovement.org/for-partners/

○ 2

01 기업이 예술단체와 협력할 수 있는 방법

예술 찾아가기	발레, 콘서트, 박물관 멤버십 무료 또는 할인 티켓으로 직원 보상 팀워크를 위해 함께할 수 있는 합창단 또는 벽화 작업 지역 예술 행사 또는 예술단체의 이사회로 봉사 참여
기업으로 예술 초대하기	기업 내 로비 등의 공간을 전시 또는 공연장소로 제공 리더십, 팀워크 등을 위한 트레이닝 워크숍으로 예술인 활용 예술가들을 활용한 강연 직원들의 창조성을 향상시키기 위해 예술가들에게 기업 내 레지던스 프로그램 개발 예술을 사무실 속으로
기업 내 예술 육성	사내 예술 공연 또는 직원 밴드 결성 등을 통해 기업 내 예술 활동 예술 교육프로그램과 파트너 맺고, 자원 봉사 독려 예술 프로그램의 참여를 통한 창의성 및 새로운 아이디어 개발
마케팅 제휴	지역 공연의 팸플릿 등에 회사 광고 게재 티켓 비용의 일부를 부담하고 회사로고 삽입 예술가들을 고용하여 마케팅 캠페인에 활용 예술단체 또는 그 경험을 브랜드와 연결 고객들과 직원들에게 예술을 통하여 기업 설명

02 기업-예술 간 협력관계에 대한 홍보

예술 가치 서약	직원 뉴스레터, 연례보고서, 회사 인트라넷, 기타 공간에 예술 가치 서약을 게재하여 직원들에게 예술이 왜 비즈니스에 중요한지 알릴 것
비디오 또는 팟캐스트 준비	예술 파트너십을 통해 혜택을 받는 직원들의 인터뷰 등을 담은 비디오 준비
예술 경험 쌓기	다음 이사진 회의에 현 예술 파트너를 초대하여 공연 또는 팀워크 훈련 등을 통한 예술 경험을 쌓을 수 있게 하라
기자/편집자에게 편지	지역신문에 왜 귀하의 기업이 예술을 후원하는지 편지하라
리더들과 만나라	상공회의소 또는 무역협회의 리더들을 만나 예술 협력의 가치에 대해 공유
BCA 10에 후보로 귀하의 사업체를 추천하라	만약 예술과의 파트너십이 성공적인 경우 BCA 10에 후보로 추천하라. 지난 BCA 10의 수상 기업들로는 아도베시스템(Adobe Systems), 타임워너(Time Warner Inc.), 도이체 은행(Deutsche Bank), 보잉사(The Boeing Company) 등 크고 작은 기업들이 있었음
BCA 10 리더십 어워드에 개인 지명	BCA 10 리더십 어워드 후보로 개인을 추천(지명)

미디어 툴킷 사용	귀 회사의 인트라넷, 온라인 뉴스레터, 출판 등 미디어에 우리의 광고 게재
파트너십 무브먼트에 대해 알려라	파트너십 무브먼트 책을 구매하여 당신의 직원들과 주주들에게 배포
예술을 지지하라	선진 예술과 강력한 커뮤니티 구축을 위하여 예술 교육을 지지하는 비즈니스의 역할에 대해 예술교육 분야 가이드(Arts Education Field Guide)를 참조

04
예술인/단체를 대상으로 한 가이드 및 툴키트

원문은 pARTnership movement 사이트 내
예술단체를 위한 자료에 있습니다.
http://www.partnershipmovement.org/for-arts-groups/

001

Let's Get Started

기 운영 중인 AFTA의 광고/홍보 캠페인 활용 가이드

기업과의 파트너십 첫걸음

A

온오프라인 광고 활용

광고 내용 : 예술과의 파트너십을 통해 기업 경쟁력을 강화할 수 있다는 메시지 전달

광고 게재 매체 관련 아이디어 제공 : 지역 신문, 비즈니스 저널, 기업체 사보 등

광고 포맷 제공 : 예술단체는 파트너십 무브먼트의 광고 포맷을 다운로드 받아 활용

B

기사 및 칼럼 게재 가이드

내용 : 지역 신문에 칼럼이나 독자 편지 등의 형식으로 글을 게재하여 예술과 기업 파트너십을 옹호/홍보

작성 팁

▶목표 설정
▶해당 매체의 편집부에 사설 게재를 먼저 제안하고, 거절 시 칼럼 투고
▶반드시 지역에 대해 잘 아는 전문가가 작성할 것
▶이사회 멤버나 기업주 등 기업 파트너가 함께 작성하거나 사인할 수 있도록 참여 유도
▶칼럼 게재가 거절되면 독자 편지 형식으로 투고
▶관련 행사와 연계하는 등 글 게재 시기를 고려하고, 제출 후에도 편집이나 감사 인사 등 후속 조치

글 내용 관련 팁

▶예술과 기업 파트너십 관련 한 가지 사안에 대해서 간결하게 작성
▶성공적인 파트너십 사례를 부각시키고 관계자에 대한 감사 인사 포함

작성자를 위한 팁

▶간단명료하게 작성
▶독자들이 쉽게 이해하도록 작성 : 단문으로 작성. 사실과 수치 활용. 서술과 결론 명확히. 지역 공동체와의 연관성 시사

C

소셜미디어를 활용한 홍보

웹사이트, 블로그, 트위터, 페이스북, 링크드인(LinkedIn), 구글+, 플릭커(Flickr), 유튜브/ 비메오(Vimeo) 등

D

전략적 제휴 맺기

지역 내 상공회의소, 로터리 클럽, 미국인적자원관리협회(Society of Human Resource Managers), 젊은경영인협회(Young Presidents'Organization) 등에 기업에 미치는 예술의 영향을 지속적으로 홍보

사전 숙지사항 : 파트너십은 양측에 득이 되어야 하므로, 파트너십 상대가 예술을 통해 무엇을 얻을 수 있는지 모두 설명해야 함

파트너십 방안 : 파트너십 상대측 출판물에 파트너십 무브먼트 광고 게재 요청, 뉴스레터나 웹사이트에 기사 투고, 상대측 회사 컨퍼런스나 웹 세미나 등을 통해 "예술과 협력해야 할 8가지 이유" 등, 예술과 기업 간 파트너십의 가치에 대해 소개

지역 내 여러 예술 단체들과 협력하여 광고 게재나 이벤트 주최 등 추진

E

예술과 기업이 어우러질 모임 계획

조찬 모임이나 포럼 등 다양한 모임 행사를 기획하여, 지역 예술계와 기업체 리더들이 함께 공동 목표와 파트너십 가능성을 논할 수 있는 자리 마련

원문 pdf 바로가기
http://www.partnershipmovement.org/upload/web-files/downloads/How_To_Use_The_Campaign.pdf

02

Building
Partnership
on Your Own

예술단체가 직접 기업과 접촉하여 파트너십을 구축하는 방법들을 소개하는 가이드

예술단체 스스로 파트너십 구축하기

A

예술과 기업이 협력해야 하는 8가지 이유

(내용은 본 보고서 5쪽 참조)

B

지역 기업체와 관계 맺는 방법

기업체가 먼저 연락해 온 경우 :
예술과의 파트너십을 통해 얻고자 하는 바가 무엇인지 물을 것

파트너십을 맺을 지역 기업체를 찾을 때
(1)현명한 선택을 위해 먼저 고려해야 할 사항들 : 기업체와 관련이 있는 이사가 있는지, 상공회의소나 로터리 클럽의 회의나 행사가 있는지, 예술단체와 파트너십을 맺고 있는 지역 기업체가 있는지, 해당 예술단체와의 파트너십을 통해 무언가 혜택을 받을만한 기업이 있는지, 포춘지 선정 500대 기업 외에도 중소기업이나 지역 베이커리, 식당, 주유소 등 사업체도 파트너십 대상으로 고려할 것
(2)사전 준비 : 기업의 미션, 강점, 최대 관심사 등 파트너십 대상인 기업체 파악하기
(3)기업가들의 모임 참석 : 지역 상공회의소, 로터리 클럽, 경제개발연합 등에 참석. 참가비용 등을 부담하고 모임의 논의사항에 대해 미리 숙지
(4)먼저 질문하기 : 기업의 가치관이나 희망사항이 무엇인지, 예술단체가 어떻게 도울 수 있을지 등에 대해 질문
(5)역전시키기 : 기업체로부터 어떤 도움을 받을 것인지에 대해서만 생각하지 말고, 예술단체가 프로그램, 서비스 등을 통해 기업체에 어떤 혜택을 줄 수 있을지 고민

기업주들과 대화 전 점검 사항

핵심만 분명하게 :
예술단체가 무엇을 원하는지, 기업체에 무엇을 제공할 수 있는지

다른 예술/자선 단체와의 차별화 : 왜 우리 단체를 파트너로 선택해야 하는지

직원들 참여시키기 :
기업들은 직원들에게 투자가 가능한 파트너를 원함. 무료 혹은 할인 투어, 티켓, 직장 내 공연, 자원봉사 기회, 이사회 참여 등 직원들의 참여를 독려하는 혜택들 마련

(6)파트너십 조건 작성 : 파트너십을 맺기로 결정한 후 협력사업의 목표 및 평가 지표 설정
(7)추진 및 완수 : 협력사업 추진 과정을 공유하고 기업주들을 공연이나 행사에 초대하는 등 파트너와 지속적으로 대화하고 호혜적인 관계 맺기
(8)평가 : 파트너와 함께 목표 달성 여부 등에 대해 평가
(9)대화 지속 : 파트너십 지속 여부, 새로운 방안 등에 대해 대화 지속
(10)공유하기 : 웹사이트에 성공사례 공유하기

C

예술을 활용할 수 있는 방법들

예술을 통한 직원들이 생활하고 일하길 희망하는 활기찬 지역사회를 조성
▶인사 담당부서가 직원 모집이나 보너스 지급 시 뮤지엄 회원권이나 티켓 등 지역 내 예술단체 활용 가능

예술을 통한 기업의 시장점유율 확대, 브랜드 가치 향상 및 새로운 고객 확보
▶예술 공간에서 기업 행사 개최
▶기업 광고에 예술인/단체의 작품 활용
▶예술단체의 티켓 인쇄비를 후원하고 티켓 뒷면에 기업명 삽입
▶예술 행사장에서 현장 프로모션이나 세일 진행. 수익금 중 일부는 단체에 기부
▶상품이나 서비스 홍보 시 공연이나 예술행사 티켓 활용
▶예술의 가치에 대해 논할 수 있는 네트워킹 행사 개최

기업 전략을 향상시키는 창의적 툴로서 예술
▶연극이나 시각예술 등 예술을 활용한 마케팅 전략
▶기업 정책이나 신상품, 신사업 등에 대한 정보를 예술을 활용해 직원들에게 전달

고용주가 가장 선호하는 자질, 창의성 함양
▶기업에게 예술 교육 프로그램과 협력할 것을 제안
▶직장에 예술 프로그램을 도입함으로써 직원들의 새로운 사고 유도

직원들에게 최선을 다하도록 동기 부여
▶직원들이 리더십이나 전문 기술을 활용하고 증진시킬 수 있는 예술분야 자원활동 기회 제공
▶기금 조성 행사, 인쇄물 디자인, 예술단체 이사회 참여 등 직원 각자에게 적합한 자원활동 기회가 있음

보다 결집력 있는 근무 환경을 조성하는 예술
▶예술에 기반한 기업 연수 프로그램 도입
▶예술 기반 연수 프로그램을 만들 때 고려해야 할 사항 안내
▶기존 예술 기반 연수 프로그램 사례 링크
▶직원들의 작품 전시회나 밴드경연대회 등 예술 행사 개최

직원들에게 감사의 마음 전달
▶공연이나 전시 등 예술행사 티켓 제공

예술을 통해 전체 도시와 파트너 되기
▶비즈니스 회의나 컨퍼런스 프로그램에 뮤지엄이나 공연 관람 도입
▶기업이 사내 공연이나 예술 행사에 지역주민들을 초청

D

예술과 기업의 성공적인 파트너십 구축을 위한 툴

지역 기업가들과의 대화를 위한 견본 원고 작성, 기업체 출판물에 파트너십 무브먼트 광고 게재 준비

지역 경제지 등을 통해 파트너십 성공사례 홍보

지역사회에서 예술 기반 직장연수 프로그램을 제공하는 예술가, 예술단체 목록 준비

예술 옹호에 관심있는 기업주 명단을 작성하고, 함께 신문 칼럼 게재하고 다른 기업체들을 대상으로 홍보

E

관련 연구와 링크

Ready to Innovate : Are Educators and Executives Aligned on the Creative Readiness of the U.S. Workforce?
▶연구 개요 : 미국 내 공립학교 교육감 및 기업 임원들을 대상으로 한 설문조사를 통해, 창의성과 혁신에 대한 견해 연구
▶주요 내용
–교육감(99%)과 고용주(97%) 그룹 둘 다 직장에서 창의성의 중요도가 점점 높아진다는 데 동의
–고용주(56%)와 교육감(79%) 그룹은 예술 분야 학위를 창의성을 나타내는 가장 중요한 지표로 봄

기업이 특정 예술단체 지원을 결정하게 되는 다섯 가지 주요 동기
(1) 단체가 소외지역을 대상으로 한 예술 프로그램 제공
(2) 단체를 통해 회사 인지도 상승 가능
(3) 단체가 예술교육에 참여
(4) 단체가 기업 관계자와 전부터 알고 지내던 사이
(5) 단체가 기아, 폭력, 노숙 등 사회 문제와 관련

2010 Business Committee for the Arts Triennial Survey of Business Support to the Arts
▶연구 개요 : 미국 내 600개 기업을 대상으로 실시한 전화 설문조사로, 기업의 예술지원 현황 조사
▶주요 내용
–전체 예술분야 지원총액 중, 연간 수익이 백만 불 미만인 소규모 기업들의 지원액이 69%, 연간 수익 5천만 불 미만 중규모 기업들의 지원액은 24%, 연간 수익 5천만 불 이상인 대기업들의 지원액이 7%를 차지
–조사에 응한 기업들 중 33% 이상이 예술에 대한 지원이 기업 목표와 관련되어 있다고 믿었으며, 66%가 기업 인지도를 높일 수 있는 예술단체를 지원 대상으로 선호
–현재 예술에 대한 지원 여부와 상관없이, 대다수 기업들은 예술지원을 통해 인지도를 상승시킬 수 있고(79%), 네트워킹 기회나 새로운 사업을 개발할 가능성이 생긴다(74%)는데 동의

National Arts Index
▶연구 개요 : 1998년부터 2009년까지 12년 동안 매년 전미 차원에서 예술의 활력 지수 측정
▶주요 내용
–예술은 미국의 경제 사이클을 따름. 소비자 신뢰지수와 GDP가 높을 때 예술의 활력지수도 높음
–예술의 부흥 여부는 많은 수의 사람들에게 영향을 끼침. 비영리 예술단체에 109,000명, 예술 관련 사업 분야 550,000명, 예술가 220만명 등 예술계 종사자 규모가 상당히 큼
–비영리 예술단체들은 재정적으로 어려움을 겪고 있음
–보건이나 사회복지 분야에 대한 기부는 증가하는 대신, 문화예술 분야에 대한 기부는 줄어들고 있음
–교육과정에서 예술에 대한 수요가 증가하고 있음. 증가 요인은 디자인 전공과 복수전공의 증가

원문 pdf 바로가기
http://www.partnershipmovement.org/upload/web-files/downloads/partnership_Toolkit_for_the_Arts_FINAL.pdf

03

Creating
pARTnership

중소규모 기업과의 파트너십 구축을 위한 가이드

파트너십 만들어가기

2009년 기업예술지원보고서
(The BCA Report: 2010 National Survey of Business Support for the Arts)에 따르면
-69%의 예술지원이 연소득 100만불 이하의 기업
-24%의 예술지원이 연소득 5000만불 이하의 기업
-설문에 응한 기업들의 56%가 단 한 번도 예술지원을 권유 받지 않음

A

적합한 기업 찾기

파트너십 가능한 잠재성 높은 기업 리스트 준비(정기적으로 거래중인 중소규모 기업들, 귀 단체의 이사진 또는 사업후원자들, 로터리클럽의 멤버 또는 지역 커뮤니티지원 모임 또는 타 비영리기관들의 후원자들의 연락처)

각 기업들의 사업 목표 조사 후 파트너십을 통해 사업 목표 도달 가능성 연구

기업 오너 또는 경영진 파악 후 관계수립. 그 회사의 제품, 서비스 그리고 고객 파악

B

지역 커뮤니티에 참여

지역 커뮤니티 비전 수립 미팅에 참여. 삶의 질, 교육과 경제 발전 토론에 문화 예술이 포함 될 수 있도록 함

중소기업들의 상공회의소 참여 (당신도 작은 비즈니스기업임을 명심)

위원회 등의 미팅 주최 고려

귀 단체가 속한 시의원과 경제 발전 단체에게 지역사회에 예술이 가져다 줄 수 있는 가치에 대해 논의

C

지역 비즈니스 파트너들과 예술의 장점에 대해 논의

중소기업들은 실질적이면서 이웃과 같은 위치에서 예술과 협력하는 유니크한 위치에 있음

예술은 당신의 커뮤니티를 더욱 매력적인 삶의 장소, 일의 장소, 방문의 장소로 만듦

<예술과 경제 번영 보고서>(The Arts & Economic Prosperity Report)에 따르면 예술장소들의 근접함은 새로운 고객들에게 지역 기업들의 노출을 증대시키고 이벤트관련 소비를 촉진시킴

예술과의 작업은 사람들에게 비즈니스 상품, 서비스, 그리고 핵심가치를 인식하게 함

D

당신의 이야기를 전하라

매력적으로 구성-지역사회에 당신 단체와 가치에 대해 설명

개인 성공 스토리 활용

E

재정 지원 이상의 지원

파트너십은 다양한 형태로 나타나고, 소규모 기업들은 돈보다도 제품제공, 서비스 제공, 자원봉사자 고용 등의 형태를 제공. 각 비즈니스 상품과 서비스에 맞는 현금지원 외의 지원이 필요한 리스트 마련

양측에 득이 되어야 함

프로그램 광고 또는 이벤트 출판물 같은 지원에 귀 단체가 각 기업에 제공 가능한 부분에 대해 생각예술과의 작업은 사람들에게 비즈니스 상품, 서비스, 그리고 핵심가치를 인식하게 함

어떤 형태의 후원자들에게도 프로그램, 뉴스레터, 웹사이트, 연례보고서, 포스터 등에 리스트 함

F

감사하다는 말을 많이 하라

이사진들을 통해 기업 오너들에게 개인적으로 손수 적은 감사노트를 전하게 함

G

관계를 구축해 나가라

후원자들이 그들의 지원에 감사하고 있음을 알게 함

그들을 초청하여 귀 단체 경영철학과 스태프들에 대해 알 수 있게 함

그들을 스페셜 이벤트, 교육프로그램, 또는 지역사회 봉사활동 프로그램 등에 초대

H

추가 아이디어

지역 기업들을 타 지역 기업들과 네트워크 할 수 있는 이벤트를 주최하고 예술의 가치에 대해 안내. 그 기업 직원들이 리허설 또는 프리뷰에 참여할 수 있는 기회 제공

일부 지역 커뮤니티 중에는 특정 문화 단체에게 오픈하는 상공회의소들이 무수히 많음. 귀 단체의 지역커뮤니티에 적절한 워크숍 공동지원. 리더십 프로그램이 있으면 문화예술이 커뮤니티에 제공하는 역할에 대한 세션 제공

귀 지역 비즈니스 저널에 비영리 또는 예술관련 기고하는 지역 저널리스트와 함께 일하고, 그들이 비즈니스와 예술 협력 이야기들을 게재할 수 있게 함

지역 비즈니스가 제공하는 이벤트 또는 오찬에 참여하기 위한 예산을 마련. 연락처 리스트를 만들기 위한 투자 필요

비즈니스들에게 멤버쉽, 공연티켓, 특별 전시, 상품들을 구매할 수 있는 기회를 감사 또는 명절 선물로 제공

직원들과 가족들에게 공연, 전시, 특별이벤트에 할인 또는 무료 티켓 제공

직원들에게 환영패키지 등을 제공 당신의 단체를 소개할 수 있게 함

귀 단체의 멤버, 관객, 방문객에게 기업의 제품 또는 할인, 공짜 쿠폰 배포

기업이 당신 단체의 예술인을 활용할 수 있는 방법을 제안하고, 예술 공간을 비즈니스 이벤트와 미팅 장소로 사용

원문 pdf 바로가기
http://www.partnershipmovement.org/upload/web-files/downloads/Creating_pARTnerships_small-midsize.pdf

4

Building pARTnerships with Business

기업의 근무 환경에 적용할 수 있는 예술 기반 연수 프로그램 소개

기업과 파트너십 구축하기

전세계 70인 인사과장을 대상으로 한 IBM의 「경계를 넘어 일하기」(Working Beyond Borders) 연구에 따르면, 크게 3가지 핵심 인력 틈이 있다고 봄

1. **복잡한 글로벌 환경에 민첩히 리드할 수 있는 창조적 리더의 육성**
2. **더 빠른 속도와 유연성을 위한 기동성 – 기본 비용에 맞추기 위해 더 큰 역량을 발휘하고 재능 분배를 빠르게 할당하기 위함**
3. **글로벌 팀들의 더 효과적인 협력을 통한 집단 지식의 활용**

1500명 집행 임원들을 대상으로 한 IBM의 추가 설문 「복잡성 이용하기」(Capitalizing on Complexity)에 따르면, 엄격함, 경영 규율, 진실성, 또는 심지어 비전보다도 복잡해지는 세계에서 방향을 찾기 위해서는 창조성이 요구됨

A

예술기반 연수란?

예술 기반 연수 프로그램은 믿음의 증대, 가치 공유, 인식의 전환, 아이디어와 통찰력 증대를 위한 좌우 뇌 결합, 리더십, 커뮤니케이션 기술, 그리고 팀워크 증대를 위해 다양한 예술분야를 통해 제공되는 직원 연수 프로그램.
예술 기반 연수 프로그램은 법률회사, 포춘지 선정 500대 기업, 지역의회, 지역사회 기반 기관 및 단체 등 비즈니스 전반에서 활용됨

B

기업이 예술을 통해 배울 수 있는 것

창의적 사고 증진

새로운 리더십 모델 개발 및 홍보

협력, 갈등해결, 프레젠테이션/공적 활동, 변화에 대한 대응, 문화간 소통 등 주요 부문의 직원 역량 강화

C

예술단체별 가능한 연수 프로그램 종류

참여 워크숍

능력(skill)에 기초한 연수 프로그램

부서별 컨설팅

개인이나 팀 코칭

리더십 컨퍼런스 강연

* 예술단체의 규모와 역량에 따라 연수프로그램의 규모 조정

D

예술 기반 연수프로그램의 필요사항

역량 개발에 대한 관심

훈련된 스태프 또는 예술기반 학습 프로그램 운영 실무자

예술가/단체와 예술 활동이 비즈니스에 무엇을 제공할 것인지에 대한 탐구

예술 활동 과정을 해체할 수 있는 능력

예술 활동과 비즈니스의 필요부문을 연결할 수 있는 능력

질문 스킬, 듣기 스킬, "학습니즈 분석"에 대한 이해

E

연수 프로그램의 마케팅

파트너십 가능한 기업 리스트 준비. 정기적으로 거래중인 모든 기업들, 단체의 이사진 또는 사업후원자들, 로터리클럽의 멤버 또는 지역 커뮤니티지원 모임, 타 비영리기관 후원자 연락처 활용

후원 기업들에게 조직의 특권 또는 장소를 제공하고, 자원봉사자를 찾아나가면서 기업 내부 문화에 대해 더 자세히 알아보기.
예술기반 연수/워크숍과 파트너를 맺는 것이 비즈니스 목표들을 성취하는데 어떻게 도움이 되는지 생각

기업의 의사결정권을 갖는 주요 인사들과 예술기반 연수 프로그램이 현 비즈니스의 요구를 효과적으로 충족시킬 수 있는지에 대해 논의

인사과 또는 유사 부서를 대상으로 예술기반 연수 프로그램에 관한 강연/프레젠테이션 제안

주요 인사들을 샘플 예술기반 연수 프로그램 워크숍에 초대

새로운 워크숍 내용과 고객 리스트 알리기

F

기업과의 협력을 통해 연수 프로그램 구성

비즈니스 이슈들과 관련하여 문제점과 학습 요구 파악

기업의 대표와 문제점 해결을 위한 논의

학습 가능한 프로그램을 만들고, 학습목표를 세우고, 평가시스템을 만들 것

가격, 패키지 및 홍보를 협상할 것

원문 pdf 바로가기
http://www.partnershipmovement.org/upload/web-files/downloads/Arts_Based_Training.pdf

5

Working with Volunteers

자원봉사자 활용하기

A

기업이 얻는 이점

직원들의 비즈니스 역량을 키우는데 도움이 되는 보람 있는 사회활동에 참여

직원들의 사회활동 참여로 기업의 이미지 향상

새로운 리더십 모델예술지원을 통한 커뮤니티 삶의 질 향상 및 직원들에게 동기 부여

자원봉사를 많이 하는 직원들이 그렇지 않은 직원들보다 만족감, 자부심, 충성심이 크게 나타남(2011 Deloitte Volunteer Impact Survey)

B

기업의 자원봉사자들이 얻는 이점

전문적인 기술을 활용, 확장할 수 있는 기회

능력에 기초한 자원활동을 통해 예술단체에 의미 있는 기여를 하고 결과를 지켜볼 수 있는 기회

리더십 고취

외부영역의 일을 통한 새로운 관점

C

예술단체가 얻는 이점

기업의 전문적인 경영과 세부적인 기술을 바탕으로 한 무료 지원

경영기술의 향상 및 효과적인 자원 활용

자원봉사자가 예술단체의 리더 또는 특정 위원회 멤버로 성장 가능

자원봉사자가 속한 전문네트워크를 통한 추가 리소스에 접근 가능

D

커뮤니티에 주는 이점

커넥션과 사회참여를 통한 건강한 문화환경 조성

예술을 위한 새로운 리더십 창조

E

예술단체 주의사항

자원봉사자는 예술단체의 직원이 아님. 자원봉사자로 직원 대체 불가

자원봉사자의 활동 범위를 분명히 규정해야 함

자원봉사자와의 파트너십 유지를 담당할 직원이 있어야 함

자원봉사자들을 받아들이기 전에 예술단체 이사진으로부터 동의 구할 것

F

자원봉사자 모집 전략

사내 자원봉사를 장려하는 기업을 찾고, 비즈니스 담당자에게 자원봉사 채용에 관련하여 안내

전문적인 기술이 있는 자원봉사자를 찾을 것

인력자원협회, 마케팅 협회, 광고협회 등의 전문적인 협회들과 파트너십 맺을 것

관련분야 은퇴한 전문인력들에게 자문

자원봉사 매칭 웹사이트 접촉

자원봉사자들의 커뮤니티를 구축하여 네트워킹 조성

바쁘고 복잡한 비즈니스 마켓의 스케줄에 참여할 수 있는 유동성 마련

온라인 지원 등 관심 있는 자원봉사자들의 접근이 용이하게 할 것

G

자원봉사자 훈련

영리와 비영리 세계의 차이를 인지할 수 있는 시간 할당

새로운 프로젝트 또는 새로 참여하는 자원봉사자를 위한 멘토링 프로그램 운영

H

자원봉사자의 기대치 부합

프로젝트가 잘 정의되어 있는지, 지향하는 결과가 분명한지 확인

자원봉사 파트너십을 위한 스태프 할당

적절한 피드백

I

감사 표현 방법

자원봉사자들이 네트워킹할 수 있는 기회 제공

프로젝트 종료 시점에 오찬 준비

연례 자원봉사상 준비

원문 pdf 바로가기
http://www.partnershipmovement.org/upload/web-files/downloads/pARTnership_WorkingWithVolunteers.pdf

06

Employee
Engagement

예술과 직원몰입

A

직원 몰입(Employee Engagement)이란?

몰입하는 직원(engaged employee)이란 주어진 업무에 대한 열정이 있고, 충분히 관여하여 조직의 이익에 이바지하는 직원을 뜻하는 비즈니스 용어

몰입하는 직원은 그렇지 않은 직원보다 20% 향상된 퍼포먼스를 보임 (Gallup Management Group)

몰입하는 직원을 둔 사무실들은 43% 더 생산적임(The Hay Group)

높은 몰입도를 보이는 직원들은 평균적으로 3.64% 영업마진을 향상시키고 순이익률을 2.06% 상승시킴(Towers Perrin ISR, June 2007)

B

직원 몰입 유도방안과 예술의 역할

예술은 다양성 포용, 관점의 전환, 팀워크 향상, 창조성 및 커뮤니케이션 스킬 향상을 통해 직원들로 하여금 자신의 일에 의미와 가치를 부여하게 함

(1)자원봉사 프로그램
(2)자원봉사 기회
(3)무료 컨설팅
(4)예술기반 트레이닝
(5)직원예술참여 프로그램
(6)직원밴드 또는 사내공연
(7)네트워킹

(8)자선사업
(9)매칭펀드 : 직원들의 가치와 관심의 중요성을 기업의 방식으로 보여주는 사례
직원들이 기부한 금액 또는 노동을 매칭해 1:1 또는 2배 3배까지 기업에서 마련하는 보조금
(10)직장 기부(Workplace giving) : 직원들이 직장에서 자선단체에 기여할 수 있는 한 방법으로 직원들이 이를 통해 관심을 갖게 함

C

직원 몰입을 통해 기업을 도움으로써 예술이 얻는 이점

예술 커뮤니티에 새로운 관객 유입

비즈니스와 깊은 관계 유지

직장 기부와 매칭펀드를 통한 예술 기금 증대

더 넓은 커뮤니티 속에서 예술지지자 확보

무료 컨설턴트를 통한 혜택

다양한 이사진 구성 가능

원문 pdf 바로가기
http://www.partnershipmovement.org/upload/web-files/downloads/pARTership_EmployeeEngagement.pdf

07

Business Speak:
can we talk?

기업과의 대화 방법

A

미팅 전 준비사항

본 보고서 5쪽 기업이 예술과 협력해야 할 8가지 이유 숙지

당신이 누구인지, 무엇을 하는지 간단하고 이해하기 쉽게 설명

커뮤니티 속에서 해당 예술단체가 특별한 이유 설명

예술단체가 고객을 끌어들이는 핵심 능력이 무엇인지 설명

타깃 관객/고객, 평균연령층, 교육 및 소득 수준, 가족 중심

고객의 숫자
- -평균 관객 수, 이메일 및 소셜미디어를 통한 접근 유무 참여할 수 있는 직원의 수
- -수용 가능한 자원봉사자의 수 (무료 또는 일회성 프로젝트)
- -자원봉사자가 무엇을 얻고자 하는지
- -백스테이지 투어, 리허설, 갤러리 프리뷰, 작가와의 대화 등의 이벤트 유무
- -공연, 전시, 또는 워크숍을 기업의 직장 내로 가져올 수 있는지

투자에 대한 회수
- -마케팅부서인 경우 투자 수익
- -회사의 조치가 주변 지역사회에 끼치는 영향
- -예술기관을 통한 타깃 관객과 기업의 목표 도달 연계성의 가시화

B

미팅에서

기업의 미션이 무엇인지

그들의 현 고객들은 누구인지

그들의 잠재 고객들은 누구인지

그들과 함께 일하는 비영리 기관들은 어디인지

귀 단체가 도울 수 있는 방법들에 대한 논의
- -브랜딩 기회 / 가시화 증대
- -타깃 소비층 접근 기회
- -자원봉사, 네트워킹 이벤트를 통한 직원 참여
- -예술기반 트레이닝, 직원 예술 전시, 예술가 레지던스 프로그램을 통한 창조성

회사의 문제점들을 파트너십을 통하여 어떻게 예술이 해결할 수 있는지에 대하여 매우 세부적으로 접근할 것

원문 pdf 바로가기
http://www.partnershipmovement.org/upload/web-files/other/BusinessSpeak_tool-kit_B.pdf

08

Establishing a Business Volunteers for the Arts Program

예술을 위한 비즈니스 자원봉사 프로그램 구축

A

비영리 예술단체를 지원하는 비즈니스 자원봉사 프로그램 운영여건 파악하기

서비스 지역 결정 : 프로그램 유지에 필요한 능력과 기술을 갖춘 자원봉사자를 수용할 충분한 수의 비영리 예술단체가 있는가

수요 파악 : 비공식 회의를 통해 자원봉사 프로그램에 대한 예술단체들의 정확한 수요 조사

경쟁 : 해당 지역에서 어떤 기술적인 지원을 구할 수 있는지 파악. 다른 형태의 자원봉사 프로그램 및 예술단체의 필요를 충족시키는지 파악

메시지 준비 : 비즈니스 커뮤니티에 접근하기 전 양측 간 얻을 수 있는 이점에 대해 숙고. 타 지역 사례 참조

비즈니스 측의 관심 여부 : 지원 요청을 충족시킬 충분한 비즈니스 전문가 풀이 있는지. 상공회의소 및 기업과 지역사회 자원봉사 프로그램 운영자를 만나 프로그램에 대해 설명

비즈니스 리더십 : 지원 프로그램을 위한 잠재적 리더십을 갖추고 있는지. 그들이 누구인지 그리고 참여시킬 수 있는지 분석

재원 : 지역사회에 비즈니스 자원봉사 프로그램을 장기간 유지할 수 있는 재원 유무 여부 파악. 지역에서 예술 또는 자원봉사자들을 위한 재정지원 경험이 있는 산업 또는 기업 분석. 없을 시 잠재성 있는 기업분석. 현 이사진 및 은퇴한 이사진들, 주요 기부자들 그리고 잠재성 고객들과 연계된 기업들 파악

스폰서 : 초기에는 기존 상공회의소, 예술위원회, 재단 등과 같은

기관과 함께 자원봉사 프로그램을 운영하는 것이 더 효과적. 이를 통해 초기 비용을 낮출 수 있으며 신뢰성 확보 및 기본 인프라의 도움을 얻을 수 있음

B

성공적인 자원봉사 프로그램 구축에 필요사항

자원봉사 프로그램을 실행할 전문 스태프

추진력을 갖춘 운영위원회 : 비즈니스, 예술문화, 비영리 등 모든 영역의 대표들

웹사이트
- –미션 및 범위 등 자원봉사 프로그램 기본 정보
- –가능한 프로젝트 유형
- –관심이 있는 비즈니스, 자원봉사자, 예술단체를 위한 온라인 신청 링크
- –이벤트와 자원봉사자에 대한 감사 페이지
- –참가 비즈니스들과 예술 고객들 리스트
- –자원봉사 프로그램을 위한 온라인 링크

자원봉사 프로그램 서비스를 받는 예술단체 평가 및 교육 : 자원봉사자를 구하는 예술단체를 신중히 평가해야 함. 효과적인 기술기반 컨설턴트를 지원하기 위해, 평가 인터뷰, 워크숍, 오리엔테이션 등을 통해 예술단체의 요구사항을 명확히 파악하고 어떠한 고객인지에 따라 자원봉사 프로그램 내용 결정

비즈니스 측의 관심 여부 : 지원 요청을 충족시킬 충분한 비즈니스 전문가 풀이 있는지. 상공회의소 및 기업과 지역사회 자원봉사 프로그램 운영자를 만나 프로그램에 대해 설명

자원봉사 모집, 심사, 선정 및 오리엔테이션 과정

모집

- 비즈니스 운영위원들에게 연락하여 기업에서 봉사 기회가 전파 될 수 있도록 요청
- 가장 필요한 기술에 적합한 기업을 타깃으로 하고, 현장 오리엔테이션 미팅을 제공
- 상공회의소, 서비스클럽 오찬, 지역 이사진 모임, 전문 기관에서 프레젠테이션
- 지역신문 또는 방송에 자원봉사 프로그램 소개

심사 및 선정

- 면접을 통해 지원자의 개인적, 사회적 특징, 일하는 스타일의 선호도와 기술 확인
- 최소 3-5년간의 전문 업무 경험
- 경험이 적은 후보자의 경우 경험이 많은 자원봉사자들과 그룹

오리엔테이션

- 비영리 자원봉사임을 인지시키고, 비영리와 영리의 차이 안내 (재정 및 법적 요구사항, 기금모금, 관객과 마케팅 고려사항, 전략적 우선순위 등)

비즈니스 자원봉사자들과 예술단체 매칭

- -필요를 충족시킬 적합한 능력 : 자원봉사자의 재능과 경험에 맞는 프로젝트인지
- -단체에서 소개한 예술에 대한 관심
- -열정 유무(양측 모두)
- -개인이 처리할 수 있는지 팀이 필요한지

현지 프로그램 관리자를 통한 지속적인 모니터 및 평가

감사 프로그램

- -정기 자원봉사 네트워킹/모집 이벤트
- -예술고객들에 의한 워크숍 및 예술참여 기회 제공
- -연례 자원봉사 수상 이벤트
- -웹사이트에 자원 봉사 매월 특집 기고

원문 pdf 바로가기
http://www.partnershipmovement.org/upload/web-files/downloads/BVA_Toolkit.pdf

09

Arts & Economic Prosperity IV : Using the Report's Data to Strengthen Your Case to Business

기업과의 협력 강화를 위해 AFTA의 <예술과 경제번영 IV>(Arts & Economic Prosperity IV, 이하 AEP) 보고서 데이터 활용방안 안내. AEP 보고서는 국가경제 강화에 있어 비영리 문화예술단체와 관객들이 핵심적인 역할을 한다고 기술함

예술과 경제 번영IV : 데이터 활용하기

A

AEP 보고서의 중요성

비즈니스 리더들이 선호하는 숫자 데이터 수록. 데이터 통해 해당 예술단체의 이야기를 풀어나갈 수 있음

지역사회에 미치는 기업의 영향 관련 데이터 수록

비영리 예술단체에 대한 투자가 예술과 관련되지 않은 직종과 그 수익에도 긍정적인 영향을 끼친다는 것을 증명

AEP 보고서의 보도자료 페이지에서 차트, 그래프, 표 링크 참조

http://www.americansforthearts.org/by-program/reports-and-data/research-studies-publications/arts-economic-prosperity-iv/press-media

B

기업과의 협력관계 구축에 미치는 AEP 보고서의 영향

AEP 보고서는 비즈니스 용어로 대화할 수 있게 하여 자신감과 신뢰를 쌓게 함

AEP 보고서를 통해 상공회의소나 기업 내부에서 지역사회와 경제 발전에 예술이 기여할 수 있는 부분을 논할 수 있음

예술이 비즈니스와 사회에 끼치는 영향력에 대한 새로운 인식 제시

C

AEP 보고서 홍보 및 활용 방안

해당 지역에 보고서 복사본 배포

AEP 보고서의 계산기를 활용하여 경제적 영향 계산

http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/aepiv_calculator/calculator.html

비즈니스 주요 인사에게 기자회견,
공개이벤트 등을 열어 보고서 공개

AFTA에 준비된 템플릿을 활용하여 보도자료 작성

http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/information_services/research/services/economic_impact/aepiv/aep_iv_release_business.pdf

인터뷰 준비

언론 기사 작성

AFTA 보고서 비디오 활용

보고서 결과에 따라 해당 단체만의 자료 개발

D

예술단체가 기업과 협력하지 않는 이유

오해 : 비즈니스와 접촉하지 않은 17%의 설문 응답자들이 제시한 가장 보편적인 이유는 그들의 임무가 아니라고 믿어 다른 단체들에 떠넘김

–현실 : 예술단체의 크기나 종류와 상관없이 비즈니스와의 접촉이 진행 되어야 함. 해당 예술단체의 직접적인 목표가 아닐지라도 숫자가 주는 영향에 의해 예술이 비즈니스와 좋은 협력 파트너라는 인식을 심어줄 수 있음

오해 : 다른 설문 조사 참가자에 의하면 지역의 기업들이 숫자에 관심이 없다고 느낌

–현실 : 시도하지 않을 경우 알 수 없음. 시도한 경우 다른 접근 방법 이용. BCA 조사사업에 의하면 비즈니스 66%가 예술지원 관련한 문의를 받지 않았다고 함.

E

그 밖의 AFTA 참고 자료

pARTnership Movement
–파트너십 무브먼트

http://www.partnershipmovement.org/the-movement/

Arts & Economic Prosperity Report
–예술과 경제번영 보고서

http://www.americansforthearts.org/by-program/reports-and-data/research-studies-publications/arts-economic-prosperity-iv/calculatorhttp%3A

Creative Industries: Business & Employment in the Arts
–국가 경제에 예술의 중요성 및 범주의 이해를 돕는 연구 보고서

http://www.americansforthearts.org/by-program/reports-and-data/research-studies-publications/creative-industries

원문 pdf 바로가기
http://www.partnershipmovement.org/upload/web-files/downloads/AEP_Toolkit_FINAL.pdf