



Übergabe von "Ghostriders in the Sky" zwischen Johannes Karl (links) und Jürgen Wörner, Vorstandsmitglied der Mannheimer Versicherung AG. Ort: Foyer der Mannheimer Versicherung AG

14.06.2017 09:00 CEST

Kann digitale Kunst tatsächlich umziehen?

Während eines persönlichen Besuchs, übergaben der freischaffende Künstler Johannes Karl und Uta Römer, Geschäftsführerin der Agentur für Kunstvermittlung "insachenkunst", die Videoinstallation "Ghostriders in the Sky" offiziell der Mannheimer Versicherung AG. Der Versicherer präsentiert das Medienkunstwerk ab sofort in seinem Eingangsbereich in einer Endlosschleife, für Mitarbeiter und Besucher täglich erlebbar.

Mit der Präsentation der Videoanimation von Johannes Karl hat ARTIMA, die

Kunstversicherung der Mannheimer Versicherung AG, in zweierlei Hinsicht ein neues (Versicherungs-)Feld betreten: Auf der diesjährigen art Karlsruhe zeigte sie zum ersten Mal statt eines konventionellen Kunstwerkes Medienkunst in Form einer Videoanimation. Damit setzte sie das Thema aus 2016 "Digitalisierung auf dem Kunstmarkt" fort. Mit der Neukonzeption eines Spezial-Versicherungsschutzes für Medienkunst, eröffnete sie ein neues Versicherungsfeld.

Hintergrund:

Aus mehreren Bewerbern wurde Johannes Karl als diesjähriger Repräsentant des ARTIMA[®] Messestandes der art Karlsruhe auserwählt.

Er wird von der Agentur *insachenkunst* betreut, vertreten durch Geschäftsführerin Uta Römer, die Johannes Karl zum Übergabetermin begleitete.

Bislang gab es auf dem deutschen Versicherungsmarkt keinen Versicherungsschutz, der den Ansprüchen von Medienkunst vollumfänglich gerecht wurde. Deshalb versichert ARTIMA nun in Form einer Allgefahren-Deckung auch datenbasierte Kunstwerke, die nur durch Ausgabegeräte sichtbar oder erfahrbar sind. Die für die Funktion und den Betrieb des Kunstwerkes notwendigen Geräte, Daten und betriebsfertigen Programme sowie Zubehör sind damit versichert.

Die Mannheimer Versicherung AG ist spezialisiert auf individuelle Versicherungslösungen für anspruchsvolle Privatkunden und mittelständische Firmenkunden. Für unsere Zielgruppen haben wir hochqualitative Markenprodukte entwickelt, zum Beispiel ARTIMA für Künstler und Kunstsammler, BELMOT für Oldtimerbesitzer und M-ERGIE für Elektrofahrzeuge.

Mit einigen unserer Marken gehören wir zu den führenden Versicherern in Deutschland. Mit SINFONIMA sind wir einer der führenden Musikinstrumentenversicherer. Mehr als die Hälfte aller Juweliere in Deutschland haben sich für VALORIMA entschieden. Mit PRIGOM ist die Mannheimer einer der maßgeblichen Versicherer von Golfplätzen.

Als mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Mannheim bieten wir unsere Produkte auf dem deutschen Markt, in anderen EU-Ländern und in der Schweiz an.

Die Mannheimer Versicherung AG erzielte im Geschäftsjahr 2016 Beitragseinnahmen von 341 Mio. Euro und betreute rund 779.800 Versicherungsverträge. Sie beschäftigte 2016 im Durchschnitt 617 Mitarbeiter. Im Außendienst arbeitet sie mit ca. 300 selbstständigen AgenturPartnern sowie 2.500 Maklern zusammen.

Sie ist Teil des Continentale Versicherungsverbundes auf Gegenseitigkeit, der mit 3,7 Mrd. Euro Beitragseinnahmen und rund 7.500 Menschen im Innen- und Außendienst zu den großen deutschen Versicherern zählt.