



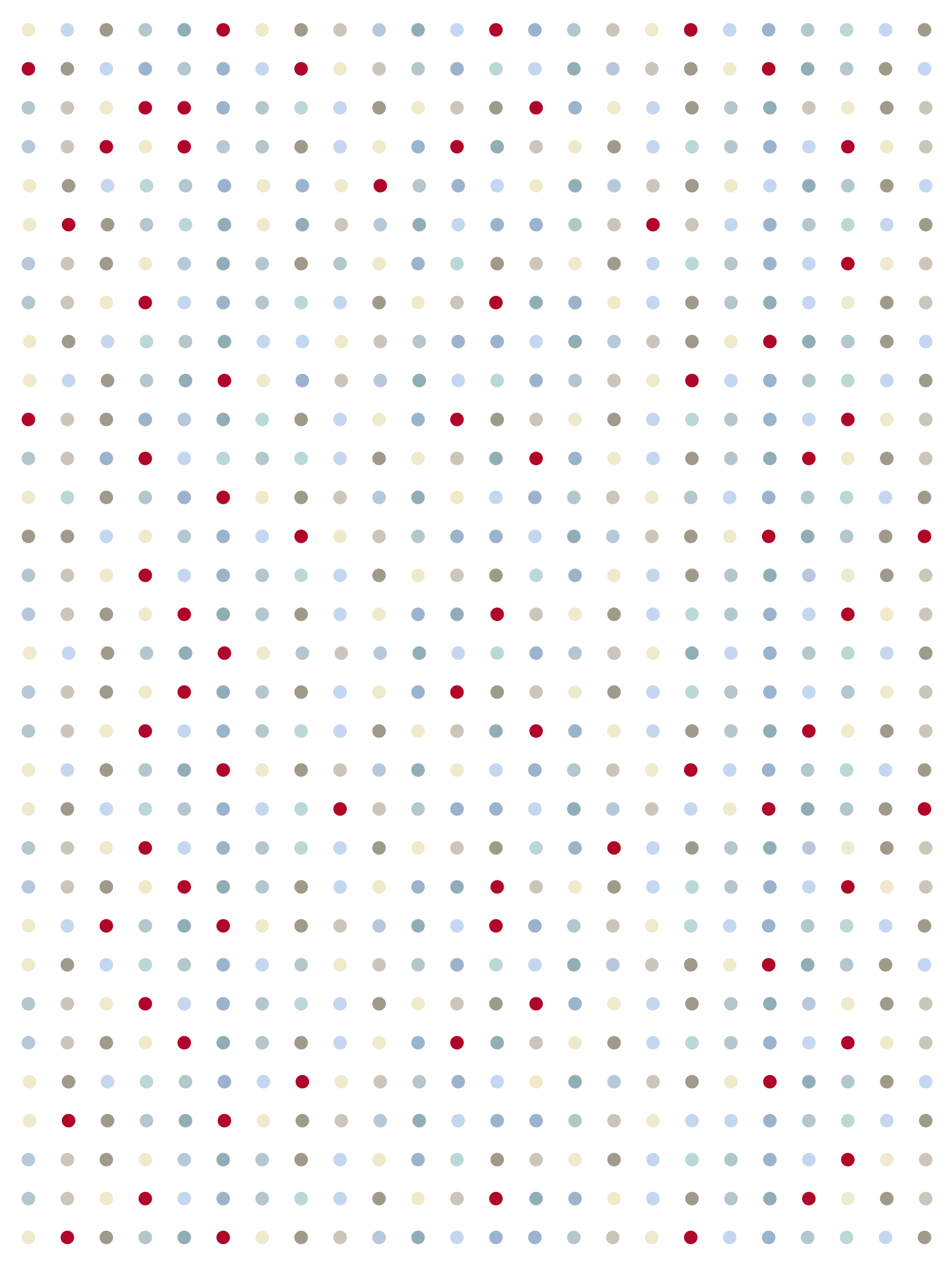
MAB: MOVING ARTS & BUSINESS

NY PRAKSIS I KUNST & ERHVERV

DEN EUROPÆISKE UNION



Den Europæiske Socialfond



KOLOFON

ARTLAB

Nørrebrogade 66D, 2. sal
2200 København N
T. 7022 1525
www.artlab.dk
info@artlab.dk

LAYOUT

www.stendhalunit.com
info@stendhalunit.com

PORTRÆT- OG PROCESFOTOS

Annette O. Filtenborg
Nana Francisca Schöttländer
Adam Løwert
Willersted Fotografi

FOTOS

www.malle-fotografi.dk

ENGLISH SUMMARY

OBJECTIVES OF MAB: MOVING ARTS & BUSINESS

In 2002, ARTLAB, the educational branch of the Danish Musicians Union, commenced an ambitious project with the assistance of a grant from the European Communities Social Fund of 4.2 mill. D.kr. (app. 560.000 Euro). The aim of the project was to consolidate a process whereby private companies and artists could collectively develop new useful solutions to the concrete challenges that face companies in a constantly changing world of globalization. The artists could subsequently work as artistic consultants with the newly developed products.

MOVING BOUNDARIES

The artists carried out a number of interactive experiments in close collaboration with the companies and their employees. The vision was to extend the boundaries of the types of services artists could deliver to private companies. Services ranging from artistic works or entertainment to consultancy of a more central character. The vision also embodied the stimulation of a new type of artistic consultant; one who had acquired the important qualifications to develop not just a single product but to generate more complex, cross-artistic services to companies.

Thus the name MAB: MOVING ARTS & BUSINESS.

FOCUS

Our approach was to implement ideas directly into practice. Through dialogue with a series of companies we focused on the challenging areas of INNOVATION, COMMUNICATION and LEADERSHIP. We encouraged and nurtured radical company involvement and participation. The artists were able to solve the tasks of an artistic nature, based on an understanding of reality, the needs of the company, and on a systematic approach which made sure that subsequent and repeated quality could be obtained.

RESULTS

22 artists were involved in the education and of them 11 had already delivered commercial consultancy services before the course end. A total of 76 companies and more than 400 of their employees were in touch with the project. There was also an unforeseen development of new activities in the area of arts & business as a direct consequence of the methods developed in the project.

ARTLAB has gained valuable experience about the education of artistic consultants, and is in the process of disseminating the education.

FOR FURTHER DETAILS ON THE PROJECT:

www.artlab.dk / info@artlab.dk



ARTLAB - UDVIKLING I KUNST & ERHVERV

ARTLAB skaber ny praksis mellem kunstnere og erhvervsliv - med udgangspunkt i kunstnernes særlige kompetencer. Artlab efteruddanner kunstnere side om side med kulturkompetente erhvervsfolk inden for kunst, kreativitet, kommunikation, turisme, eksport og erhverv.

ARTLAB arbejder med professionel karriereudvikling og coaching foruden stimulering af markedets efterspørgsel på nye og kendte former for kunstneriske produkter. I tæt dialog med kunstnere og aftagere udvikles ny viden og nye arbejdsfelter for kunstnere i erhvervslivet.

ARTLAB ønsker at styrke den dynamiske udveksling mellem kunst- og erhvervsliv for at medvirke til en optimering af det regionale vækstpotentiale. Med fokus på udbredelse

af resultatorienterede metoder er Artlab samtidig med til at udvikle et europæisk vækstområde.

ARTLAB drives af Dansk Musiker Forbund i fagligt samarbejde med Dansk Skuespillerforbund.

Tiden har brug for kunstnernes særlige kompetencer, både som kunstnere og i erhvervslivet - på Artlab arbejder kunstnerne med at udvikle begge dele.

MAB: MOVING ARTS & BUSINESS

INDHOLDSFORTEGNELSE →

INTRODUKTION S.6

SAMMENFATNING AF MÅL & RESULTATER S.8

UDGANGSPUNKT FOR MAB S.10

INTERMEZZO: EKSEMPLER S.12

KUNSTNERUDDANNELSE & SEMINARER
- OPBYGNING, INDHOLD & RESULTATER S.14

PRODUKTUDVIKLING S.22

PROJEKTETS RESULTATER S.24

KONKLUSION S.26

PROJEKTMEDARBEJDERE S.27

BILAG: ARTIKEL OM MAB-PROJEKTET S.28

1

INTRODUKTION TIL MAB: MOVING ARTS & BUSINESS



PROJEKTMÅL

I 2002 PÅBEGYNDTE ARTLAB, DANSK MUSIKER FORBUNDS KURSUSCENTER, ET AMBITIØST PROJEKT MED STØTTE FRA EU'S SOCIALFOND PÅ 4,2 MILLIONER KRONER.

MÅLET VAR AT STARTE EN PROCES, HVOR VIRKSOMHEDER OG KUNSTNERE SAMMEN UDVIKLEDE NYE BRUGBARE LØSNINGER PÅ KONKRETE VIRKSOMHEDSPROBLEMER, OG AT KUNSTNERNE BAGEFTER KUNNE FUNGERE SOM KUNSTNERISKE KONSULENTER PÅ MARKEDSVILKÅR MED DE NYE PRODUKTER.

NYT FAG - NYE METODER

Som led i Artlabs generelle mål om at stimulere jobmuligheder for kunstnere i og uden for kunsten skulle projektet udvikle et nyt fagområde, som bød på nye supplerende indtægtsmuligheder for kunstnere, og som krævede brug af kunstneriske specialkompetencer. Kunstnerne skulle i fællesskab med virksomheden og dens ansatte udføre en række interaktive forsøg. Målet med det tætte samarbejde var at udvikle brugbare løsningsmetoder på virksomheders mange nye udfordringer i det stadige udviklingskrav, som bl.a. globalisering fører med sig.

FLYTTE GRÆNSER

Det var således tanken at flytte grænsen for, hvad kunstnere leverer til virksomheder - fra køb af enten primærkunst (værker) eller underholdning, til konsulenttydelser, der havde mere centrale funktioner i virksomheden. Og stimulere en ny type kunstnerisk konsulent, der havde tilgnet sig vigtige forudsætninger for at udvikle mere end et enkelt produkt og indgå i mere komplekse, tværkunstneriske ydelser til danske virksomheder.

Deraf navnet: MAB: MOVING ARTS & BUSINESS.



FOKUS

Vores indfaldsvinkel var praksisorienteret – sådan at vi på forhånd i dialog med en række virksomheder fokuserede på en række konkrete områder, som udgør faktiske problemfelter for virksomheder. Og havde identificeret en række fokuspunkter for interaktionen mellem kunstnere og virksomheder.

Vi ønskede at fokusere på konkretisering, retning og kvalitet – og en markant inddragelse af virksomhederne. At kunstnerne skulle kunne løse netop de opgaver, de havde indgået aftale om, ud fra en forståelse af virksomheders virkelighed og behov, en systematik i tilgangen og med en efterfølgende sikkerhed for kvalitet, også ved gentagelser.

Vi ønskede altså at identificere rammerne for et fag, lave en uddannelse og få etableret en systematik. Og samtidig skulle uddannelsesformen skubbe til fagets grænser. Rammesætning og rammebrydning i parallelle spor.

UDFORDRINGER & RESULTAT

Vores projekt var komplekst. De formelle rammebetingelser og nogle af dem, vi selv havde sat, udgjorde en udfordring igennem hele projektet. Ikke alle ambitioner blev indfriet i forsøgsperioden, men projektet fik dannet den vigtige erfaringsbasis for videre udvikling. Der er uddannet 21 kunstnere, hvoraf 11 havde betalingsopgaver, inden kurset var slut. I alt har projektet haft kontakt med 76 virksomheder og mere end 400 virksomhedsansatte har været i berøring med projektet.

Derudover er der på Artlab sket en knopskydning af aktiviteter i kunst & erhverv som en direkte følge af projektets metodeudvikling.

RAPPORTEN

Vi håber, at nærværende rapportuddrag vil vise, at kunstnerne, virksomhederne og projektet i fællesskab har skabt nye virkningsfulde veje, en faglig platform og har bidraget til at flytte grænser for kunst & erhverv. Vigtige metodiske erfaringer – afspejlet i succes'er og læringsfelter – er indhentet til brug for uddannelsesforankringsarbejdet, der er i fuld gang.

ARTLAB ØNSKER AT SENDE EN STOR TAK TIL

EUs Socialfond og tilknyttede PAE'er,
MAB-projektets kunstnere,
de medvirkende virksomheder og deres ansatte,
MAB's projektmedarbejdere,
Alejandra Mørk (Senior Vice President/Nycomed),
Mogens Riber-Nielsen (Reg. Vice President / Chr. Hansen),
Hans Henrik Knoop (lektor/DPU),
Lisbeth Wilster (faglig sekretær/FTF),
Lotte Darsø (PhD, konsortieleder/LLD),
Keld Fredens (læge og hjerneforsker),
Christian Have (Have PR),
tilknyttede instruktører, forskere og konsulenter,
AF-Storkøbenhavn/Akademikerne
og Dansk Skuespillerforbund.



Mere information: www.artlab.dk / T. 7022 1525

1. oktober 2005

Lotte Forchhammer, projektleder for indhold
Henrik Lemming, administrativ projektleder og coach
Gerda Hempel, projektansvarlig og leder af Artlab

2

MÅL & RESULTATER - SAMMENFATNING



MÅLSÆTNING

1. AT UDDANNE KUNSTNERE TIL AT FUNGERE PÅ MARKEDSVILKÅR SOM KUNSTNERISKE KONSULENTER
2. AT FINDE NYE LØSNINGSMODELLER PÅ DANSKE VIRKSOMHEDERS AKTUELLE UDFORDRINGER
3. AT INDDRAGE VIRKSOMHEDSANSATTE I UDDANNELSEN, SÅ DE KUNNE BIDRAGE TIL DE NYE LØSNINGSMODELLER OG FUNGERE SOM AMBASSADØRER I VIRKSOMHEDERNE
4. AT UDVIKLE ET CURRICULUM, EN UDDANNELSESPLAN, OG FORANKRE DEN I EN NY UDDANNELSE, DER HENVENDER SIG TIL BÅDE KUNSTNERE OG VIRKSOMHEDSANSATTE.

OPNÅEDE RESULTATER

HOVEDTAL OM DELTAGERE

Der er uddannet 22 kunstneriske konsulenter, 76 virksomheder har været kontaktet i forbindelse med projektet, og 29 virksomheder har stillet opgaver til MAB-kunstnerne. Kunstnerne har i deres opgavetræning tilsammen været i berøring med flere end 400 virksomhedsansatte, og 24 virksomhedsansatte medvirkede i seminarerne for kunstnere og virksomhedsfolk.

LØSNINGSMODELLER

Der er skabt over 75 nye kunstneriske konsulentprodukter, hvoraf flere nu aftages af virksomheder på markedsvilkår. Og der er inddraget kunstnere i nye funktioner i virksom-

heder. Flere virksomheder viste sig at ønske flere opgaver løst, da de først havde medvirket i en studieopgave.

EFFEKT FOR DELTAGERE

Elleve af kunstnerne havde større eller mindre professionelle opgaver allerede før kurssets afslutning, én af kunstnerne havde opgaver på 6-cifrede beløb, og tre kunstnere indgik inden kursusafslutning et samarbejde med andre typer konsulenter. Otte af deltagerne havde seks måneder efter kursusafslutningen gennemsnitlig 10,7 timers arbejde med kunst & erhverv om ugen mod 0,6 timer før kurset.

En virksomhedsdeltager sagde sit arbejde op og etablerede et konsulentbureau med kunstnerisk baserede ydelser, med direkte inspiration fra MAB-seminarerne.

UDDANNELSEN

Der er udviklet metoder til rekruttering af kunstnere og virksomheder. Der er udviklet tre 4-dages seminarconceper til træning af virksomheder i innovation, i ledelse og i æstetisk kommunikation, baseret på kunstneriske kompetencer. Koncepterne er efterfølgende solgt som kommercielle ydelser i forskellig udformning.

Vi har på baggrund af projektet uddraget nogle meget vigtige erfaringer omkring uddannelse af kunstneriske konsulenter og er i fuld gang med forankring af uddannelsen med revideret curriculum.

BEDØMMELSESKRITERIER FOR KONSULENTOPGAVER

Vi udarbejdede et sæt kvalitetskriterier, som blev anvendt ved projektets opgaveløsninger før og især under eksamen. Disse kriterier udgør en del af hovedstammen i projektets faglige tænkning og ligger til grund for valg af undervisning og fokus i coaching.

PROJEKTETS EFFEKT

MAB-uddannelsen (og dens forgænger Artbizz*) har foreløbig affødt følgende initiativer for kunst & erhverv på Artlab:

ARTBIZZ CONSULT

ARTLAB/Dansk Musiker Forbund har siden 2003 haft konsulentbureau for kunstneriske konsulenter. Oprettelsen af Artbizz Consult (ABC) blev støttet af DMF.

ARTS IN BUSINESS

ARTLAB/DMF indgår i et professionelt samarbejde med en privat konsulentvirksomhed Arts In Business (AIB).

OPGAVER

MAB-rekrutteringsarbejdet af virksomhedsdeltagere/-opgaver genererede en hel række opgaver til ABC.

TRE LEDELSESSEMINARER

Blev udviklet som en del af MAB og har tjent som grundmodel for flere af de varer, der er solgt som lederkurser i ABC (nogle til 6-cifrede beløb).



ACT2KNOW

12-ugers kursus for professionelle skuespillere, der vil arbejde som konsulenter med 1:1 kommunikationstræning for virksomheder. Kurset er udviklet i samarbejde med Dansk Skuespillerforbund og den hollandske konsulentvirksomhed Het Konsulaat (tidligere Acteurs in Bedrijf) og AF-Storkøbenhavn. Første kursus blev gennemført med succes efterår 2004.

METODEKURSER FOR LEDERE & AKADEMIKERE

På basis af erfaringerne om interessen og behovet for undervisning i kunstneres arbejdsmetoder har Artlab udviklet 2 nye kurser til ledige ledere og akademikere: 'Tag scenen' (præsentationsteknik m. kunstnerisk metode), 'Textur' (storytelling: den levende fortællings dramaturgi). Kurserne finansieres af AF. Begge kurser gennemført med stor succes og gentages i 2005.

FOREDRAG OM KUNST & ERHVERV

Foredrag om erfaringerne fra MAB-projektet er udviklet og afprøvet på Artlab. Kunstrådet har støttet en foredragsrække for alle kunstnere om konsulentudviklingen i kunst & erhverv. Foredraget blev afholdt i april/maj 2005 i København og Århus.

RAPPORT OM KUNSTNERFORMIDLING I ØRESUNDSREGIONEN

Konsulentvirksomheden New Insight, AF-Kultur Malmø, AF-Storkøbenhavn, DMF og Artlab har samarbejdet vedr. analyse af forudsætningerne for en fælles kunstnerformidling i Øresundsregionen. I rapporten indgår Artbizz- og MAB-projekterne og Artlabs samarbejdsprojekt i Malmø, KIIN. Rapporten udkom august 2004 og er støttet af Interreg.

MAB-FORANKRING

På baggrund af erfaringerne med MAB er der nu lagt strategi for forankring af uddannelsen.

*Artbizz: Socialfondsstøttet projekt på Artlab, der skabte basal erfaring med kunstnere, der løser opgaver for virksomheder.

3

UDGANGSPUNKT FOR MAB



SITUATIONEN EFTERÅR 2002

Artlab havde med Artbizz draget en række generelle erfaringer, en slags praktisk grundforskning indenfor området 'kunstnere som konsulenter'. Dermed var der skabt en platform for en række nye, specialiserede udviklinger, hvor kunstnere arbejder innovativt med erhvervslivet.

Der var i både erhvervslivet, i politiske kredse og kunstnerkredse enighed om vækstpotentialet inden for området kultur & erhverv. Der var samtidig begyndende opmærksomhed på specialiseret udvikling inden for dette område, fra såvel virksomheder, kommuner som kunstnere. Artlab var på baggrund af Artbizz i en god position, hvor de netop indhøstede praktiske erfaringer umiddelbart kunne udnyttes i udviklingsinitiativer indenfor kunst & erhverv.

På virksomhedsniveau fokuserede vi på nogle områder, som vi mente, kunstnere ville kunne bidrage til at fremme: Forebyggelse af medarbejderstress, rekruttering/fastholdelse af medarbejdere, innovation, kreativitet, integration, værdi- og identitetsafklaring og firmakultur/profilering/branding.

– Alle områder, hvor nye metoder direkte og indirekte kunne være med til at løse vigtige udfordringer for danske virksomheder.

FØR & NU

I 2002 var kunst & erhverv langt mindre beskrevet end nu i 2005. Der var langt færre opgaveeksempler og meget at udvikle. Teori og terminologi på området var stærkt begrænset, og aftagerne – private og offentlige virksomheder – var pludselig presset af lavkonjunktur. Sådan var udgangspunktet for MAB. Som rapporten vil vise, er der sket meget siden.



BÆRENDE IDEER I MAB-PROJEKTET

Erfaringerne fra Artbizz pegede på, at en gensidig, tilbagevendende og ligeværdig udveksling mellem kunstnere og virksomhedsmedarbejdere i forhold til løsningsmodeller ville være afgørende for kvaliteten af problemafgrænsning, idéudvikling, afprøvning og evaluering. Og derfor også vigtig for den efterfølgende implementeringsproces og effekt.

Vi var derudover af den overbevisning, at den positive synergi, der ville opstå ved at sætte kunstnere og virksomhedsansatte sammen til at løse præcise opgaver, ville overstige de sandsynlige problematikker. De to grupper skulle udfordre hinandens gængse arbejdsmetoder, og respekten for forskelligheder ville holde udviklingsgnisten ved lige. Målet var altså ikke en proces, hvor man endte med at skulle tænke ens.

DEFINITION AF KUNST & ERHVERV

Når det offentlige Danmark taler om kultur & erhverv dækker det over en række forskellige fænomener, fx:

- Sponsoring
- Kunstens og kulturens virksomheder og deres finansiering
- Omsætning i kunst og kultur
- Eksport af kunst
- Lokal satsning på kunstneriske miljøer og/eller kulturhuse, der skal gøre det attraktivt for regionen at tiltrække virksomheder
- Netværk for kunstnere, kulturfolk og virksomheder
- Kulturrelateret iværksætteri
- Virksomhedsfolk, der ansættes i kulturinstitutioner
- Kunst, der sælges til virksomheder
- Kunstnere, der udvikler og leverer en ny type produkt/proces, designet direkte til virksomheder

Artlab arbejder med uddannelse og aktiv jobudvikling for professionelle kunstnere og koncentrerer os om de felter, der relaterer til en udvidelse af den professionelle kunstners virkefelt. Vi har i vores terminologi 'KUNST & ERHVERV' konsekvent erstattet 'kultur' med 'kunst'.

Det gør vi, fordi begrebet kultur i princippet kan betyde os alle sammen – og vores fokus er meget snævrere. Vi ser en særlig kvalitet og et nyt vigtigt udviklingsfelt i det sidstnævnte område, hvor kunstnere (ikke 'kulturen') udvikler og leverer nye produkter og processer til virksomheder.

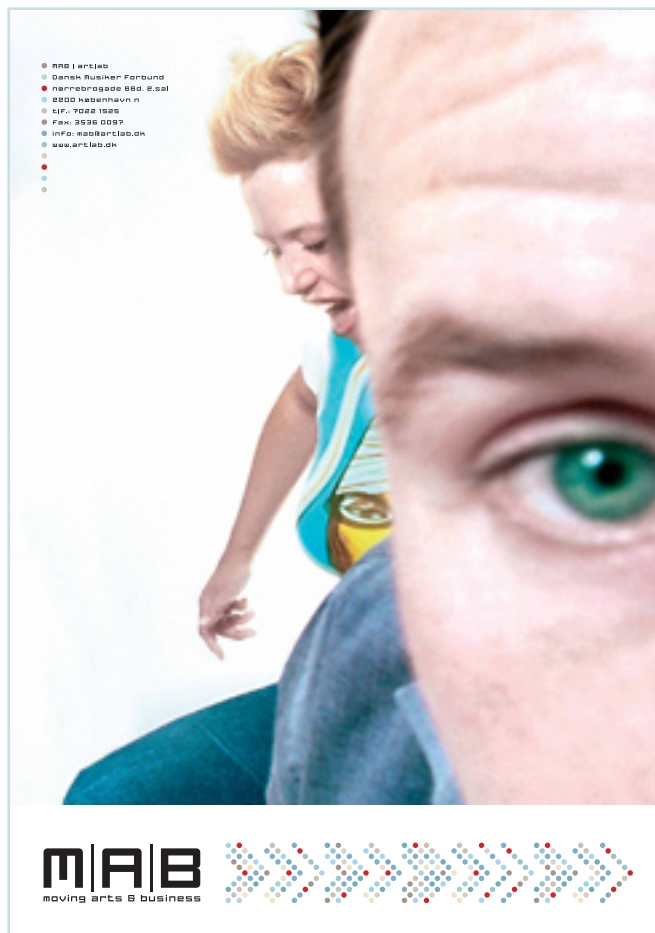
KUNSTNERISK METODE

Vi tager altså udgangspunkt i kunstneres arbejdsmetoder og ser det som vores opgave at undersøge inden for hvilke områder – og hvordan – kunstnerne via deres særlige arbejdsmetoder kan udvikle og tilbyde nye resultatgivende metoder på virksomheders aktuelle udfordringer.

Projektet fokuserer ikke på, at kunstnere skal sælge deres primære kunst til virksomheden (musik til fest, kunst til kantine etc.). Det er allerede en kendt og afprøvet leverance for mange.

Ambitionen med MAB var at udforske, hvilke nye opgaver kunstnerne kan udvikle og levere succesfulde løsninger på – i samarbejde med virksomhederne. Og at identificere, hvordan man kan overlevere de 'overførte' kunstneriske metoder til andre kunstnere gennem uddannelsesforløb.

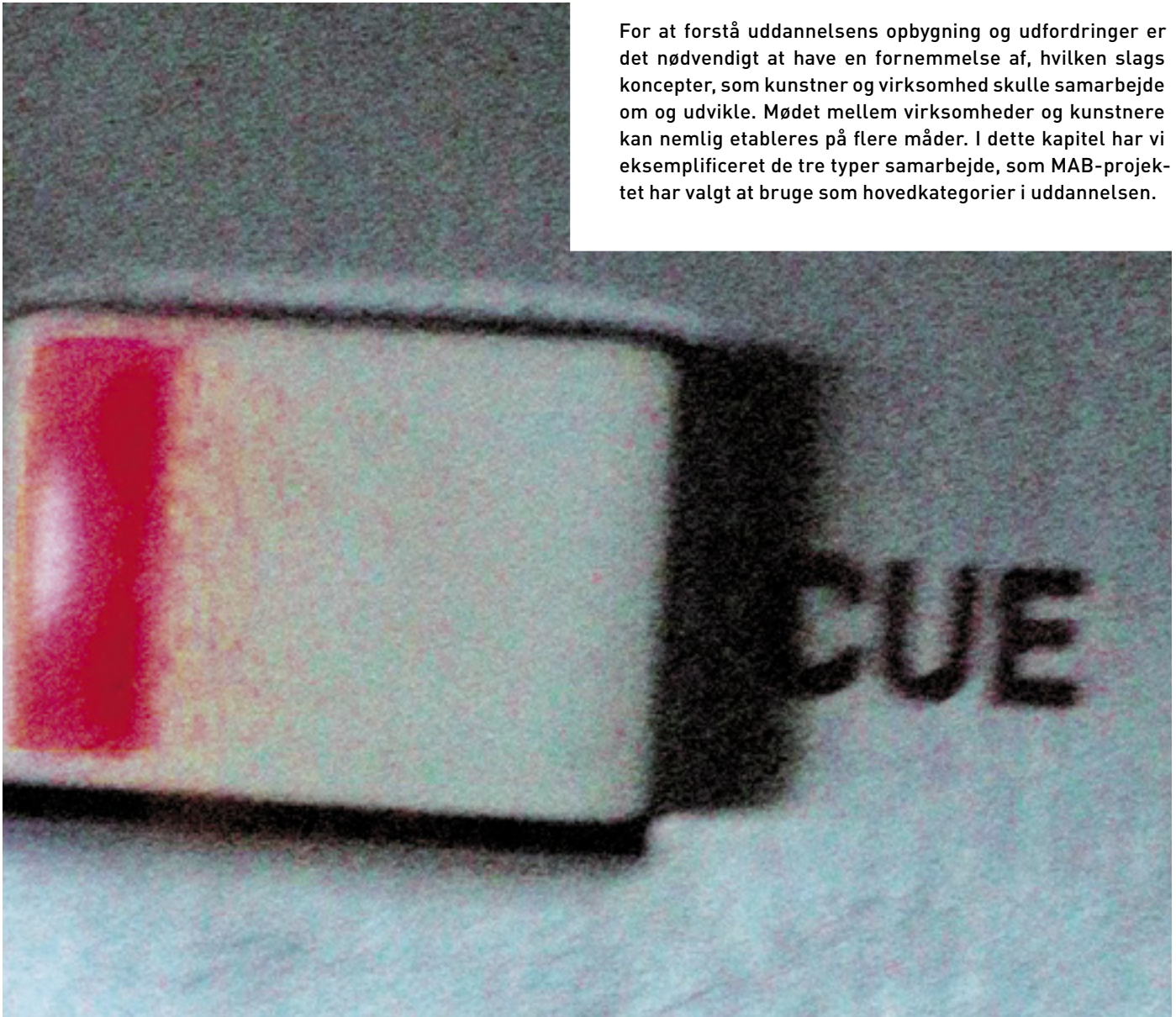
Vel vidende, at metoder varierer fra kunstner til kunstner – og fra kunstner til kunstner. Og at opgaver, mennesker og kultur varierer fra virksomhed til virksomhed.



4

INTERMEZZO: KONCEPTEKSEMPLER

For at forstå uddannelsens opbygning og udfordringer er det nødvendigt at have en fornemmelse af, hvilken slags koncepter, som kunstner og virksomhed skulle samarbejde om og udvikle. Mødet mellem virksomheder og kunstnere kan nemlig etableres på flere måder. I dette kapitel har vi eksemplificeret de tre typer samarbejde, som MAB-projektet har valgt at bruge som hovedkategorier i uddannelsen.



OPGAVELØSNING VED MAB-KUNSTNERNE

A: HYLDEVARE/FÆRDIGT KONSULENTPRODUKT

Kunstneren udvikler og beskriver et nyt løsningsprodukt på en bestemt type virksomhedsproblem, som derefter forsøges afsat til en række virksomheder, enten direkte eller via samarbejde med andre konsulenter. Hyldevaren tager oftest udgangspunkt i kunstnerens specifikke faglighed.

RHYTHM 'N' NOISE

I forbindelse med en erhvervspsykologs kursus for ledergruppen i en virksomhed fører en MAB-kunstner (musiker) lederne gennem en række rytmiske øvelser i sammenlagt tre timer. Øvelserne fremkalder og tydeliggør samarbejds-mønstre og personlig adfærd i læringsituationer. De synliggjorte adfærdstræk kommenteres og drøftes under ledelse af erhvervspsykologen. Kunstneren har autoritet til at få lederne til at spille med trods deres manglende rytmiske færdigheder, fordi kunstneren er en meget kompetent musiker og dygtig musikpædagog, der demonstrerer øvelserne med stor gennemslagskraft.

B: UDVIKLINGSOPGAVE

Virksomheden stiller en opgave, som kunstneren skal udvikle nye løsningsmodeller til. Kunstneren træder her uden for sine gængse hyldevarer og problemløsningsrepertoire og udvikler nye løsninger via sin mere generelle 'kunstneriske metode'. Udviklingsopgaver er langt mere komplekse at løse. I MAB-sammenhænge er løsning af disse opgaver flere gange blevet løst af flere kunstnere på tværs af kunstnerisk faglighed.

Forståelse for egne kompetencer og grænser for disse (at afholde sig fra fx psykologisk og strategisk rådgivende arbejde) er en afgørende faktor i dette felt.

DRAMA, FANTASILEGE, PRÆSENTATIONER

En skuespiller og en dramaturg udviklede og gennemførte et forløb for et hold kriminalbetjente. Kunstnerne spillede korte karikaturer af blandt andre en 'vild ung mand' og en svensk psykolog, som udtalte sig om deres forhold til - hhv. deres analyse af - politiet.

Herved fik betjentene et mere positivt forhold til deres interaktion med vilde unge og hinanden samt til MAB-konsulenterne. Det løste op for et videre positivt forløb af de to MAB-konsulenters workshop. Når kunstnerne bruger/spiller opfundne karakterer og altså både indgår som undervisere, deltagere eller eksperter i forløbet, kan de tilbyde en større vifte af påvirkningsmuligheder end andre konsulenter normalt ville kunne.

C: SEMINARER FOR ERHVERVSFOLK & KUNSTNERE

Her stod vi bag konceptudvikling og tilrettelæggelse af rammer. Hvert seminar havde sit tema: Innovation, Ledelse, Æstetisk kommunikation. Kunstnerne var deltagere sammen med virksomhedsdeltagerne i de teoretiske oplæg og en række fælles opgaveløsninger. Desuden medvirkede

kunstnerne i delopgaver: ledelse af korte procesforløb og præsentationer, og med sparring og løsning af de stillede opgaver. Seminarerne foregik på Artlab med ekskursioner til kunstneriske institutioner.

ÆSTETISK KOMMUNIKATION - ER POWERPOINT NOK? OM VIRKNINGSFULD KOMMUNIKATION'

I alt 36 kunstnere og virksomhedsfolk mødtes til fire dages intensiv træning i at designe kommunikationsforløb ved hjælp af de metoder, kunsten anvender for at kommunikere med gennemslagskraft.

Fokus var at give projektansvarlige virksomhedsfolk redskaber til at kommunikere på en måde, der skaber engagement og ejerskab for den opgave, der skal løses. Virksomhedsdeltagerne medbragte en opgave fra deres daglige arbejde, som de ønskede sparring på, og som kunne fungere som testcase for de introducerede metoder.

Seminaret præsenterede en række pointer og begreber, der forklarer, hvorfor det giver mening at inddrage flere sanser og forestillingsevne i virksomhedskommunikation. Når ønsket er at vække medarbejderes eller ledelsens engagement for en sag, kan man med fordel supplere traditionel faktaorienteret præsentation med andre formidlingsformer. Kunsten stiller en mangeårig tradition og faglighed til rådighed, der kan hjælpe med at få 'kød og blod' på et projekt, så det bliver attraktivt for interessenter at involvere sig i.

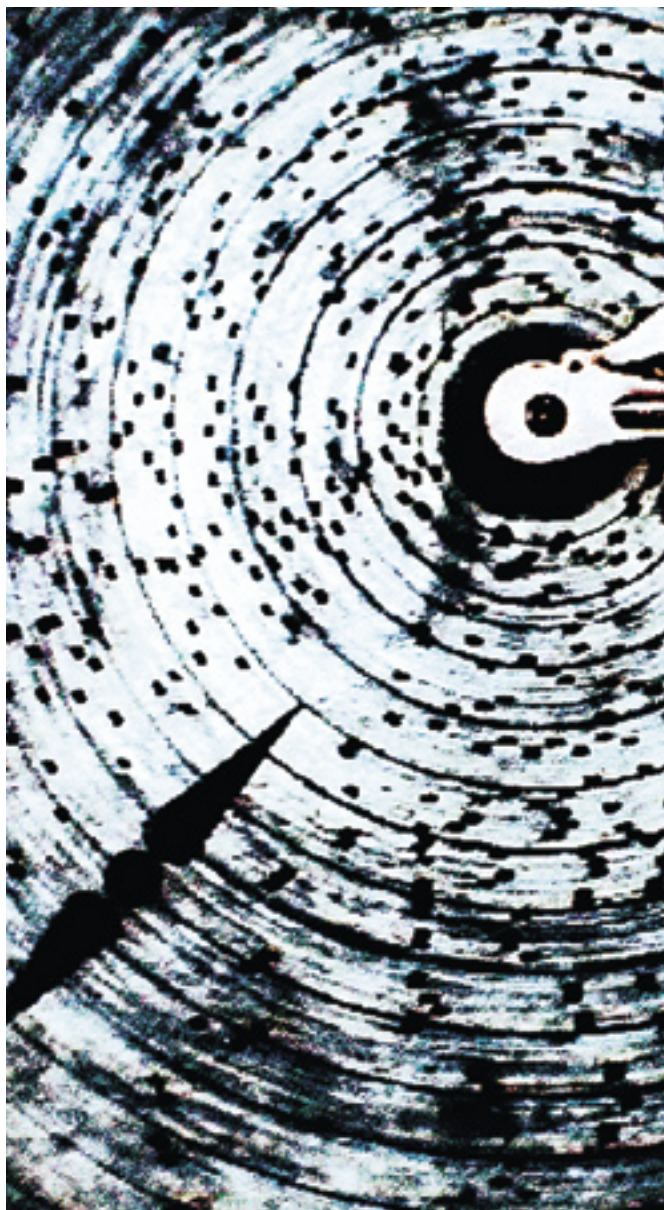
KODEORD FOR DENNE FORM FOR KOMMUNIKATION ER:

- **VÆR PERSONLIG** (ikke privat)
Find din autenticitet og gennemslagskraft via et personligt udtryk.
- **FIND BRÆNDPUNKTET**
Inddrag interessenterne i en undersøgelses-/udviklingsfase med fokus på en subjektiv, engagementsbaseret tilgang. Fordi en sådan tilgang er en væsentlig faktor i skabelsen af ejerskab, motivation og forståelse for opgaven hos de øvrige medarbejdere på et projekt.
- **INDDRAG FLERE SANSER**
Brug af sanseorienteret kommunikation såsom billeder, rumindretning, rekvisitter og kropslige erfaringer til skabelsen af en fælles forståelse og en konstruktiv samarbejdsatmosfære.

I løbet af seminaret løste kunstnere og virksomhedsfolk en række opgaver i fællesskab, der gav erfaringer med de enkelte dele af designprocessen. Hver dag afsluttedes med en sparring, hvor hver virksomhedsansatte kobledes med 1-2 kunstnere, der gav sparring på den medbragte opgave. De deltagende virksomheder havde mulighed for efterfølgende at få løst en opgave af kunstnerne. Det stillede partnerne i den privilegerede situation, at de forinden sammen havde tilegnet sig et fælles sprog og erfaringsgrundlag for at definere og udvikle opgaveløsningen.

5

KUNSTNERUDDANNELSE & SEMINARER



KUNSTNERUDDANNELSEN

KUNSTNERUDDANNELSENS OPBYGNING OG INDHOLD

Kurset var professionelle kunstnere med særlige kvalifikationer inden for konceptarbejde og formidling. Der deltog 22 kunstnere: musikere, skuespillere, kunstmalere, instruktører, dramaturger, scenografer, performere, grafiske designere, dansere, manuskriptforfattere og filmklippere.

Kunstnernes forløb var på 42 uger (ekskl. ferier) og opbygget i fem hovedfaser:

1. INTRODUKTION (7 UGER)

Teambuilding, kompetencekortlægning og -præsentation, første opgaveløsning for en virksomhed, intro til metodeudvikling og feedback.

2. DET CENTRALE FORLØB (3 X 5 UGER)

Hver af de tre projektfaser varede fem uger og havde en overskrift: Fase 1: LEDELSE. Fase 2: INNOVATION. Fase 3: KOMMUNIKATION.

3. GRUPPEEKSAMEN (7 UGER)

Denne fase indeholdt undervisningsmoduler i kundekommunikation og workshopledelse. Derudover var der afsat tid til dannelselse af arbejdsgrupper, opgaveformulering, kundemøder, udvikling af løsninger, samt rapportskrivning til kunden/eksamenspanelet. Forløbet blev afsluttet af en mundtlig eksamen. Til den mundtlige eksamen deltog en kunstfaglig og en konsulentfaglig censor, som bedømte opgaven ud fra den skriftlige rapport og den mundtlige fremlæggelse, samt en eksaminator fra MAB.

4. INDIVIDUEL OPGAVER (9 UGER)

Hovedparten af tiden var tilegnet løsning af individuelle opgaver. Derudover var der afsat tid til opgaveformulering, kundemøder, udvikling af løsninger, rapportskrivning til

kunden/eksamenspanelet og undervisning i salg. Til sidst eksamen og evaluering.

5. MARKEDSFØRING (4 UGER)

Sidste del af uddannelsen indeholdt undervisning i personlig PR og markedsføring, udvikling af brochuretekst, markedsundersøgelser, udvikling af PR-materiale, udvikling af salgsstrategi, samt individuel coaching og sparring med henblik på, at den enkelte fik færdigudviklet et eller flere koncepter. Uddannelsen afsluttedes af en evaluering og en officiel afslutning.

Det planlagte projektføreløb for kunstnerne blev revideret ift. konstaterede behov og udvidet med 3 måneder, hvor arbejdet med virksomheder og markedsføring blev intensivere. I forlængelsen deltog 17 af kunstnerne.

KUNSTNERNES JOBUDVIKLING

Kunstnernes konkrete beskæftigelsesmæssige resultater blev målt ved en interviewundersøgelse seks måneder efter projektafslutningen, dvs. november 2004. Målingerne sammenligner kunstnernes arbejdsomfang i to perioder:

MÅLING A (før start)

Gennemsnitlig beskæftigelse pr. uge i den tremåneders periode, der ligger forud for kursusstart.

MÅLING B (6 måneder efter)

Gennemsnitlig beskæftigelse pr. uge i den tremåneders periode, der ligger forud for interviewtidspunkt, cirka 6 måneder efter kursusafslutningen.

Resultatet er opgjort med en svarrate på 90,5 %, i alt 19 besvarelser. De to deltagere, der holdt op før kurset var slut, deltog ikke, og en enkelt ønskede ikke at deltage.

JOBUDVIKLING

MAB-deltagerne havde før starten gennemsnitlig 14,6 timer arbejde om ugen, heraf 0,3 timer med kunst & erhverv. Ved kursusafslutning var det gennemsnitlige arbejdstimetotal steget til 22,3 t/ugen. Heraf udgør området kunst & erhverv gennemsnitlig 4,5 timer om ugen.

STØRSTE TIMETILVÆKST

Kunst & erhverv udgør det største vækstfelt for kunstnerne i perioden. Både numerisk (gennemsnitlig tilvækst på 4,2 timer/ugen pr. deltager) og procentvis (+ 1472 %). Kunst udgør det næststørste vækstfelt med tilvækst på 2,3 timer/ugen pr. deltager (+ 51 %).

Begge områder kan kun varetages af kunstnere (tager ikke arbejde fra andre jobgrupper) og timetilvæksten i feltet sker i høj grad på baggrund af kunstnernes egen evne til at stimulere jobudviklingen.

FORDELING AF KUNST & ERHVERVSARBEJDE

De otte deltagere med mest kunst & erhvervsarbejde havde seks måneder efter kurset gennemsnitlig 10,7 timers kunst & erhvervsarbejde om ugen (mod 0,6 timer før kurset).

To andre havde haft gennemsnitlig 7,5 timer/ugen forinden, men havde det ikke længere på undersøgelsestidspunktet. Mens de resterende ni ikke havde haft beskæftigelse inden for kunst & erhvervsområdet.

"Jeg fordoblede min indtægt sidste år, bare på erhvervsjobs. Ved siden af har jeg stadig almindelige spillejobs, undervisning og et studie. Så mit job som kunstnerisk konsulent fungerer som supplement til mit kunstneriske virke."

(Hans Fagt, musiker og MAB-deltager i Musikeren, april 2005)

GENNEMSITLIG JOBUDVIKLING PR. DELTAGER, FORDELT PÅ ARBEJDSKATEGORI

	A: TIMER/UGEN FØR START	B: TIMER/UGEN 6 MDR. EFTER	TIMEUDVIKLING
KUNST	4,4 timer	6,7 timer	+ 51 %
UNDERVISNING I KUNST	2,1 timer	1,3 timer	- 38 %
KUNST & ERHVERV	0,3 timer	4,5 timer	+ 1472 %
IKKE-KUNSTN. ARBEJDE	7,8 timer	9,8 timer	+ 26 %
I ALT	14,6 timer	22,3 timer	+ 53 %



VIRKSOMHEDERNES RESPONS PÅ KUNSTNERSAMARBEJDET

Vi har haft to journalister til, uafhængigt af hinanden, at undersøge udvalgte virksomheders respons på kunsternes opgaveløsning i virksomheden. Journalisterne beskrev otte opgaver, og i alle tilfælde var virksomhedernes respons positiv. Vi citerer her fra fire af disse opgaver.

1. OPGAVE

Kunstner: Hans Fagt

Emne: Rhythm'n'Noise – en totimers rytmeworkshop

Kunde: Statens og Kommunernes Indkøbs Service A/S. Del af et tredages samarbejdskursus for syv afdelingsledere.

Baggrund: SKI var i gang med en omstrukturering af virksomheden. Lederne skulle udvikle deres indbyrdes forståelse og blive bedre til at coache.

Respons

Adm. direktør Søren Jacobsen: "Der var en skræmmende overensstemmelse mellem Hans' øvelse og nogle af ledernes samarbejdsvanskeligheder i hverdagen... Hvis vi står i en situation, hvor vi skal lave et seminar for vores øvrige medarbejdere, vil det være oplagt at tage det op igen. Det var en meget god oplevelse... spændende at observere, at kunst kan integreres i forhold til lederuddannelse."

2. OPGAVE

Kunstnere: Agnete Stoffregen og Per Löfberg

Emne: "Poetry slam" – øvelser med indlagt poesi og teater på én aften.

Kunde: NESA

Baggrund: 15-20 IT-medarbejdere skulle lære at være mere innovative.

Respons

HR-konsulent Hanne Steen Andersen: "Per og Agnete lofede dem på en dag fra ingenting til at blive verdensmestre i innovation... Vi lavede to produkter på denne dag, som kunne bruges... Normalt slutter vi ved arbejdsdags afslutning, men her fortsatte det til 20.30, fordi der var så mange reaktioner og spørgsmål hos de begejstrede medarbejdere... På meget professionel måde havde de afgrænset deres dag, så alt passede og klappede og samtidig givet os en række blivende værdier ... Vi vil gerne have alle vore medarbejdere med på innovationskursus."

3. OPGAVE

Kunstnere: Lai Yde Holgaard og Kirsten Andreasen

Emne: Rollespil, hvor deltagerne skiftes til at instruere og spille roller. De bliver sat sammen med professionelle skuespillere, hvis roller, de ikke har nogen indflydelse på.

Kunde: Rambøll

Baggrund: Workshop i forbindelse med et lederprogram af varigheden 10 måneder. Deltagerne skulle trænes i lederroller i forskellige situationer. Relationerne til organisationen, til dem selv og til kunder og marked.

Respons

Udviklingschef Lene Linde: "Det, vi har svært ved at håndtere i vores professionelle hverdag, er følelserne. Det kan Lai og Kirsten bidrage med. De kan lave det rum, hvor man kan træne nogle af tingene ... Det var rigtig godt. God måde at træne på ... de var utrolig omhyggelige til at sætte sig ind i sammenhængen. Deres forståelse af opgaven var helt i top. Vi prøver at køre ledelsesprogram en gang om året og vil gerne have, at Lai og Kirsten indgår med noget tilsvarende."

4. OPGAVE

Kunstner: Karen Littauer

Emne: Lederkursus i Grønland

Kunde: Greenland Contractors. Leder- og organisationsudvikling. Tre hold med 14-16 deltagere á tre dage.

Baggrund: Alle lederne i Greenland Contractors er danskere, mens mellemledere og stab er både danskere og grønlandere. Ud over det er GC, som leverandør til Thule Air Base, også nødt til at sætte sig ind i amerikansk kultur.

Respons

Direktør Frank Sabroe: "Vi kan meget mere præcist kommunikere med hinanden... vi har fået skabt en anden åbenhed. Og det har direkte foranlediget, at vi nu hver måned vil holde en 'retreat', hvor vi (lederne) mødes og diskuterer strategier... Noget af det, som er specielt ved Karen er, at hele hendes krop taler – på godt og ondt. Hun kan være møgirriterende, men det er positivt ment. Hun provokerer folk til at gå den halve eller hele meter længere, end de ellers ville have gjort."





SEMINARER

Udover uddannelsen af kunstnere til at løse opgaver for virksomheder, var det projektets mål at uddanne/inspirere virksomhedsansatte til at deltage som medudviklere sammen med kunstnerne og efterfølgende anvende kunstbaserede ydelser i virksomhederne. Det foregik på to måder:

SEMINARER

Virksomhedsansatte deltog sammen med kunstnerne i seminarer på MAB, hvor de fik erfaringer og forståelse for, hvilke løsninger kunstneriske metoder kan bidrage med inden for bestemte virksomhedsrelaterede temaer. I forbindelse med seminarerne indgik en række virksomheder aftaler om opgaveløsninger.

OPGAVELØSNING MED KUNSTNERNE

Virksomhedsansatte fik mulighed for at afprøve kunstbaserede ydelser på konkrete problemstillinger i deres daglige opgaveløsninger. Hermed blev de i stand til at vurdere de kunstneriske konsulenter og deres ydelser meget konkret ud fra, om de kunne bidrage til en løsning af de problemstillinger, som de virksomhedsansatte sidder med i deres daglige arbejde.

FORMÅLET MED SEMINARERNE VAR 3-DELT

- At udvikle yderligere sprog og argumentation for brug af kunstnere som opgaveløsere på virksomhederne.
- At give virksomhedsdeltagerne konkrete erfaringer med en række kunstbaserede metoder og teknikker, så de derigennem inspireres til at anvende/inddrage kunstbaserede ydelser i virksomhederne.
- At skabe et møde mellem kunstnerne på MAB og en række virksomhedsansatte, for at øge vidensudveksling og kvaliteten i samarbejde mellem dem.

Planen var, at 20 deltagere fra danske virksomheder skulle rekrutteres til et samlet forløb på fire moduler á fire dage. Modulerne var bygget op, så de tre første indholdsmæssigt svarede til faserne i det centrale forløb: Ledelse, innovation og kommunikation.

Virksomhedsdeltagerne skulle i hver hovedfase deltage på et kursusmodul sammen med kunstnerne. Forinden skulle de stille en eller flere konkrete opgaver, hentet fra deres respektive virksomhed og med relevans til hovedtemaet, til rådighed for kunstnerne. Kunstnerne skulle vælge blandt opgaverne og løse dem i samarbejde med virksomhedsdeltagerne.

I det fjerde modul skulle viden og metoder opsamles ud fra de gjorte erfaringer. Ydermere indgik virksomhederne i formidlingsstrategien.

VIRKSOMHEDSDELTAGERE

Udover de deltagende kunstnere deltog der på seminarerne virksomheder fra en bred vifte af brancher, eksempelvis den farmaceutiske industri, servicevirksomheder, kommuner, ministerier, interesseorganisationer, produktionsvirksomheder, forsikrings- og revisionsbranchen. Også deltagernes titler varierede med deltagere på toplederniveau, projektledere, mellemledere, andre ansatte og konsulenter.

Diversiteten fungerede rigtig godt i denne sammenhæng, og virksomhederne gav udtryk for, at mødet indbyrdes og med kunstnerne var til stor inspiration.



SEMINARERNES OPBYGNING OG INDHOLD

DE 3 HOVEDTEMAER

Virksomhedsseminarernes funktion var at skabe erfaring med og forståelse for, hvordan kunstneriske metoder og tilgange kan bidrage væsentligt til opgaveløsning i virksomheder. Vi identificerede 3 hovedområder, der dels er interessante i virksomhedssammenhænge og dels er områder, hvor kunstnerne har særlige kompetencer at bidrage med:

- INNOVATION
- LEDELSE
- KOMMUNIKATION

HVORFOR DISSE TRE OMRÅDER?

For alle 3 områder gælder det, at der på virksomhederne i disse år er ved at ske et markant skift i forståelsen af, hvilke kompetencer der skal til for at løse de mange nye udfordringer, virksomhederne står overfor.

INNOVATION

Med globalisering og outsourcing som væsentlige udfordringer for danske virksomheder og for det danske samfund, står evnen til konstant at finde og skabe brugbare løsninger i en omskiftelig verden centralt. Kunstnerne har deres særlige bidrag til metode- og kompetenceudviklingen indenfor dette. Især i innovationens tidlige faser kan kunstneriske metoder bidrage væsentligt til at sikre kvaliteten af innovationsprocessen og dermed sikre reel nyskabelse.

LEDELSE

I virksomheder, der primært har vægtet faglige kvalifikationer i rekrutteringen til lederstillinger, kan der dukke en række ledelsesmæssige udfordringer op. Som eksempel kan nævnes ledertræningen, hvor en række af de naturvidenskabsorienterede virksomheder, vi har været i kontakt

med, ser det som afgørende, at deres ledere ikke blot er fagligt dygtige. De skal også på det personlige plan være i stand til at træde i karakter overfor medarbejderne, fx med det formål at skabe engagement og ejerskab for en opgave.

Det er netop indenfor den del af lederskabet, der er knyttet til personlige kompetencer, såsom formidlingskraft, nærvær og timing, at de kunstneriske metoder tilbyder virksomheder redskaber og forståelsesrammer.

KOMMUNIKATION

Den interne kommunikation på virksomheder bliver en stadig vigtigere del af den samlede kommunikationsopgave og af den ledelsesmæssige opgave i de enkelte projekter. Enhver projektleder skal kunne kommunikere på en måde, der skaber størst mulig forståelse, engagement og ejerskab for opgaven. De kunstneriske kompetencer og metoder kan dels hjælpe med til at skærpe budskabet, så essensen i de ofte komplekse problemstillinger står klart frem. Dels hjælpe med at skabe rum for kommunikation, der fremmer medarbejdernes engagement og ejerskab for en opgave.



METODISKE VALG OG FORUDSÆTNINGER FOR DESIGN AF SEMINARER

I designet af seminarerne blev følgende principper anvendt som 'dogmer', dvs. et sæt spilleregler, der skulle varetages både i storform og i de enkelte dele af programmet.

RELATIONSOPBYGNING

Intentionen med seminarerne var, at de skulle fungere som mødested for kunstnere og virksomhedsfolk. Der skulle være mulighed for at komme under overfladen og gennem tillidsfuld kommunikation kunne stille de 'dumme' spørgsmål. Udover dette ønske er relationsopbygning og tillidsfuld kommunikation en væsentlig faktor for arbejdet med både innovation, ledelse og kommunikation, som var temaer for seminarerne.

I de kunstneriske fag findes en lang række metoder til at sikre denne relationsopbygning, hvorfor de blev fast bestanddel. Dermed kom det overordnede formål og temaerne for seminarerne til at hænge godt sammen med de metoder, kunsten stiller til rådighed.

PRAKSIS- OG OPLEVELSESORIENTERING

De kunstneriske metoder tilbyder en særlig læringsform, hvor teorier og ideer oversættes til en praksis, hvor krop, sanser, forestillingsevne og intellekt inddrages ligeværdigt. Det var en ambition for seminarerne ikke at gennemgå nogen model eller teori uden også at stille en praktisk, oplevelsesbaseret metode til rådighed, hvor teorien kunne afprøves og erfares.

HÅNDTERING AF KAOS

I arbejdet med både innovation, ledelse og kommunikation er håndtering af kaos en vigtig kompetence. Især i startfasen af et projekt er det altafgørende at finde en måde at håndtere det ukendte. Her står de kunstneriske metoder stærkt, da det netop er i mødet med kaos og det ukendte, at den kunstneriske kvalitet træder frem. Så frem for at forsøge at borteliminere kaos, kan man via de kunstneriske metoder få erfaring med, hvordan 'kontrolleret' kaos kan berige en arbejdsproces væsentligt.

METODE/TEKNIK

På seminarerne skelnedes mellem metode og teknikker: Teknikker er en konkret færdighed - såsom praktiske præsentationsteknikker eller konkrete måder at ideudvikle. Metoder er en måde at gå til opgaven på, hvor man opøver et sæt metafærdigheder (fx evnen til at lytte, til at håndtere kaos og til at kommunikere autentisk).

På traditionelle virksomhedsseminarer er det ofte teknikker, der lægges vægt på. Vi havde valgt at lægge hovedfokus på metoder, suppleret med en række enkle teknikker, der direkte efter endt kursus kunne anvendes i den enkeltes konkrete hverdag.

SPROG

Vi ønskede at skabe et kongruent forløb, hvor teori, metode og sprog hang sammen. En af de væsentligste udfordringer kunstnerne har, når de går ud som konsulenter og opgaveløbere, er at oversætte deres kunstneriske erfaring til et sprog, virksomhedsfolk forstår. De skal kunne perspektivere og argumentere for relevans og funktion af de enkelte punkter i opgaveløsningen. Vi ønskede derfor at designe et forløb, hvor der fra starten blev skabt forudsætninger for at forstå og tale om, hvad det er, kunsten kan bidrage med på virksomhederne. Det gjorde vi bl.a. ved at alliere os med en række teoretikere, der kunne bidrage med modeller og perspektiver på, hvorfor de kunstneriske metoder er relevante i virksomhedssammenhænge.

KREATIVITET

Vi mener ikke, at kunstnerne har patent på at være kreative. På seminarerne tog vi udgangspunkt i, at alle deltagere var lige kreative, men med hvert sit faglige udgangspunkt. Programmet blev derfor designet sådan, at virksomhedsfolk og kunstnere i fællesskab skulle bidrage aktivt til at finde interessante løsninger på de stillede opgaver.

ÆSTETISK KOMMUNIKATION

Vi ønskede at gøre brug af bl.a. scenografiske virkemidler på seminarerne, sådan at seminarernes pointer ikke blot blev kommunikeret i ord og øvelser, men også i de omgivelser, deltagerne befandt sig i.

ET KONCEPT FOR ALLE SANSER

En gennemgående idé i de to afholdte seminarer var, at indhold og understøttende sanseindtryk samt oplevelser skulle have sammenhæng i planlægning og gennemførelse. Sammenhængen blev vægtet mindst lige så højt som indholdet selv. Det pædagogiske koncept fik som anført gode anmeldelser fra virksomhedsdeltagerne.

VIRKSOMHEDERNES RESPONS PÅ SEMINARERNE

Generelt var tilbagemeldingerne fra de deltagende virksomhedsansatte på seminarerne meget positive. Det var åbenlyst, at brugen af kunstneriske metoder kombineret med en teoretisk forståelsesramme og fokus på relationsopbygning på tværs af fag skabte et intenst og frugtbart læringsmiljø. Mange af de pointer, vi som arrangører havde haft med seminarerne, nævnte virksomhedsdeltagerne selv som væsentlige. Eksempelvis, at de følte sig trygge nok til at kaste sig ud i de udfordringer, der mødte dem undervejs, at de oplevede, at arbejdsrum og hele den fysiske/praktiske side af seminarernes design, spillede en væsentlig rolle i tilegnelsen af seminarets pointer.

"I have been to several 'creative seminars', and this was by far the best. The balance between doing and hearing was very good. The coaching I received was good, qualified, efficient, creative, productive and personal."

”Jeg fik, hvad jeg kom for: en mere præcis følelse i maven om, at kunst og erhverv selvfølgelig kan bruge hinanden – og en mere præcis fornemmelse af til hvad.”

(Fra virksomhedsdeltagernes anonyme evaluering, MAB 2004).



RESULTATER AF VIRKSOMHEDSSEMINARERNE

GENNEM DE 3 UDVIKLEDE OG 2 AFHOLDTE SEMINARER OPNÅEDE VI FØLGENDE:

- Kunstnerne og virksomhedsdeltagerne fik et fælles afsæt og et begyndende fælles sprog for, hvad kunst kan i virksomhedssammenhænge. Det havde en mærkbar effekt i de efterfølgende samarbejdsforløb, hvor virksomhederne stillede opgaver til kunstnerne.
- Øget tillid mellem kunstnerne og erhvervsdeltagerne og mere direkte kommunikation.
- Virksomhederne meldte tilbage, at de anvender de begreber og metoder, som de lærte på seminarerne.
- Vi udviklede via seminarerne et tankesæt og et metodeapparat, som kunstnerne efterfølgende kunne tage i anvendelse i egne opgaveløsninger, således at kunstnernes argumentation, indholdsforståelse, samt metodekendskab blev forbedret.



6

PRODUKTUDVIKLING

UDVIKLEDE PRODUKTER – FOR OG MED VIRKSOMHEDERNE

Kunstnerne kommer fra meget forskellige baggrunde, og de udviklede produkter og ydelser – 'hyldevarer' - kan i mange tilfælde kun leveres af den pågældende kunstner. Nogle af de udviklede produkter er i øvrigt skabt af flere kunstnere i samarbejde.

Den samlede produktliste udviser en stor spredning i indhold og form. Nedenfor vises et uddrag:

- **Workshop 'På teater'**
fokus på samspil/samarbejde og kommunikation
- **Erhvervsdramaturgi**
analysemetode, storytelling
- **Endags workshop m. teater-teambuilding**
fokus på tillid, samarbejde, større åbenhed
- **Foredrag: 'Virksomhedens iscenesættelse'**
- **'Erhvervsdramaturgi 2'**
arbejde m. værdier, antagelser og fortællinger
- **Foredrag 'Fra følelse til farver'**
performance ved ferniseringer
- **Foredrag 'Fra kaos til orden'**
oplæg til virksomheder, holdes på kurser /seminarer som inspiration til dagligdagen.
- **Øvelse 'Tænkning og sansning'**
værdiafklaring gennem billeddannelse
- **'Hvor kommer inspirationen fra'**
om at være til stede, bruge sanserne, være åben for indtryk. Benytter egne erfaringer fra sang, musik og billedkunst
- **Billedøvelse**
formål er samarbejde og ejerskab
- **'Teambuilding i en musisk ramme'**
6-timers kursus med øvelser og analyser
- **'Anderledes musik som indlæringskatalysator'**
sammen med konsulent Mogens Ramsing.
Musik og foredrag
- **'Rytmask stomp workshop'**
et rytmisk og polyrytmisk forløb, som styrker samarbejde, effektivitet, timing og kommunikation
- **'Kreativ kommunikation og samarbejde på en flerkulturel arbejdsplads'**
oplæg, gruppeopgaver og diskussion, for mellemledere på virksomheder med danske og grønlandske ansatte. Skal styrke evnen til at præsentere og repræsentere synspunkter og meninger, samt personlig gennemslagskraft i samarbejdet med andre og give større forståelse for den grønlandske kultur og tankemåde.
- **Længerevarende kursus i præsentationsteknik og personlig gennemslagskraft**
- **'Proceskufferten'**
teatrets værktøjer og metoder - ved forandringsprocesser
- **'Ledertræning'**
én-til-én-skuespil med en leder og en skuespiller + en instruktør
- **En inspirationsdag** med film, musik, dias, tekst, billeder, fotos, lyde - om attitude, branche, cirkulation i hverdag og i kunst. Deltagerne skal gøre hverdagen til en kunst.
- **En museumsdag**, hvor deltagere fra virksomhederne går 'ind' i billederne - dansere, musikere m.fl. som meddigtere.
- **'Rueda'**, en musikalsk kommunikations workshop. Samarbejde gennem lytning, synergi og flow.

- **Et miniforedrag 'Daily Sound Diet'**
baseret på personlig musikalsk proces og forskning
- **'Vuggende sanser'**
en øvelse i formidling af et budskab. Æstetiske bevidste/ubevidste valg v. brug af farver og musik
- **'Art of Listening'**
bevidste valg kan massere den receptive del af hjernen
- **'Corporate Conversation Spaces'**
ved brug af fotos, tekst, lyd, lys o.a. iscenesættes eller 'installationificeres' rum, så de underbygger de processer, der skal foregå i dem.
- Intuitiv analyse af virksomhed med efterfølgende rapport
- **'Malemetoden'**
coaching, der retter sig mod den receptive side af mennesket. Kan bruges til værtdiagnose, målaflarung og samarbejdsprocesser
- **'Valgets øjeblik'**
1-dags seminar

LØSTE OPGAVER

I løbet af uddannelsen har kursisterne løst opgaver som indgik i selve uddannelsen. Her er en oversigt over en del af opgaverne:

STUDIEOPGAVER

- AN Partner - oplæg om afklarung af vision
- Brüel & Kjær - foredrag og workshop
- DSB - udstillingskoncept
- FIH Erhvervsbank - identitetsafklarung
- Birkerød kommune - flow og samarbejdsworkshop
- Forbrugerrådet - alternativ markedsføring
- Forbrugerrådet - branding
- Geoteknisk Institut - coaching
- H:S Apoteket - 'Billede af klinisk farmaci'
- H:S Apoteket - coaching (seminar)
- Holeby Kommune
dagsseminar om samarbejde og forandringsprocesser
- Holeby kommune
seminar om udsmykning / coaching / programplanlægning
- Jubii.com - 'Den svære samtale'
- Kommunernes Landsforening
foredrag 'Fra kaos til orden'
- Kompan - creative coaching
- LP Erl-teknik
workshop om effektivitet i salgsafdelingerne
- NESAs - innovationsworkshop
- NESAs - kommunikationsseminar

- NESAs - workshop om proaktivitet
- New Nets -
oplæg til kickstart seminar inden for samarbejde
- Novo Nordisk -
indretning og ideer til trivselsrum / coachingmetoder
- Novo Nordisk PIA -
seminarafholdelse vedr. omstrukturering
- Novo Nordisk Site Factor 7 - visualiseringsopgave
- Novo Nordisk Site Factor 7 - teambuilding konference
- Nycomed - kickstart seminar - rolle og ansvarsfordeling
- PriceWaterhouseCooper - koncept katalog
- Rambøll - master-class for ledere
- Skovbo Kommune -
oplæg om værtdiimplementering for nyansatte
- Spagetti Hairdesign - audiovisuel totallosning
- Synoptik - oplæg til seminar
- Synoptik - oplæg til værtdiimplementering
- TopDanmark - idekatalog
- Unicon - teambuilding
- Unicon - workshop

PÅBEGYNDT AFSÆTNING - TIL SLUTBRUGERE OG HOVEDLEVERANDØRER

I løbet af de første tre måneder efter uddannelsen lykkedes det en del af deltagerne at etablere en omsætning. Et par deltagere har hurtigt solgt for mere end 100.000 kr. kunstneriske konsulentytelser, et par for mere end 50.000 kr. og over ti for mere end 5.000 kr. (se også side 15). Nogle har valgt at fungere som underleverandører til etablerede konsulentfirmaer, andre leverer direkte til virksomheder.

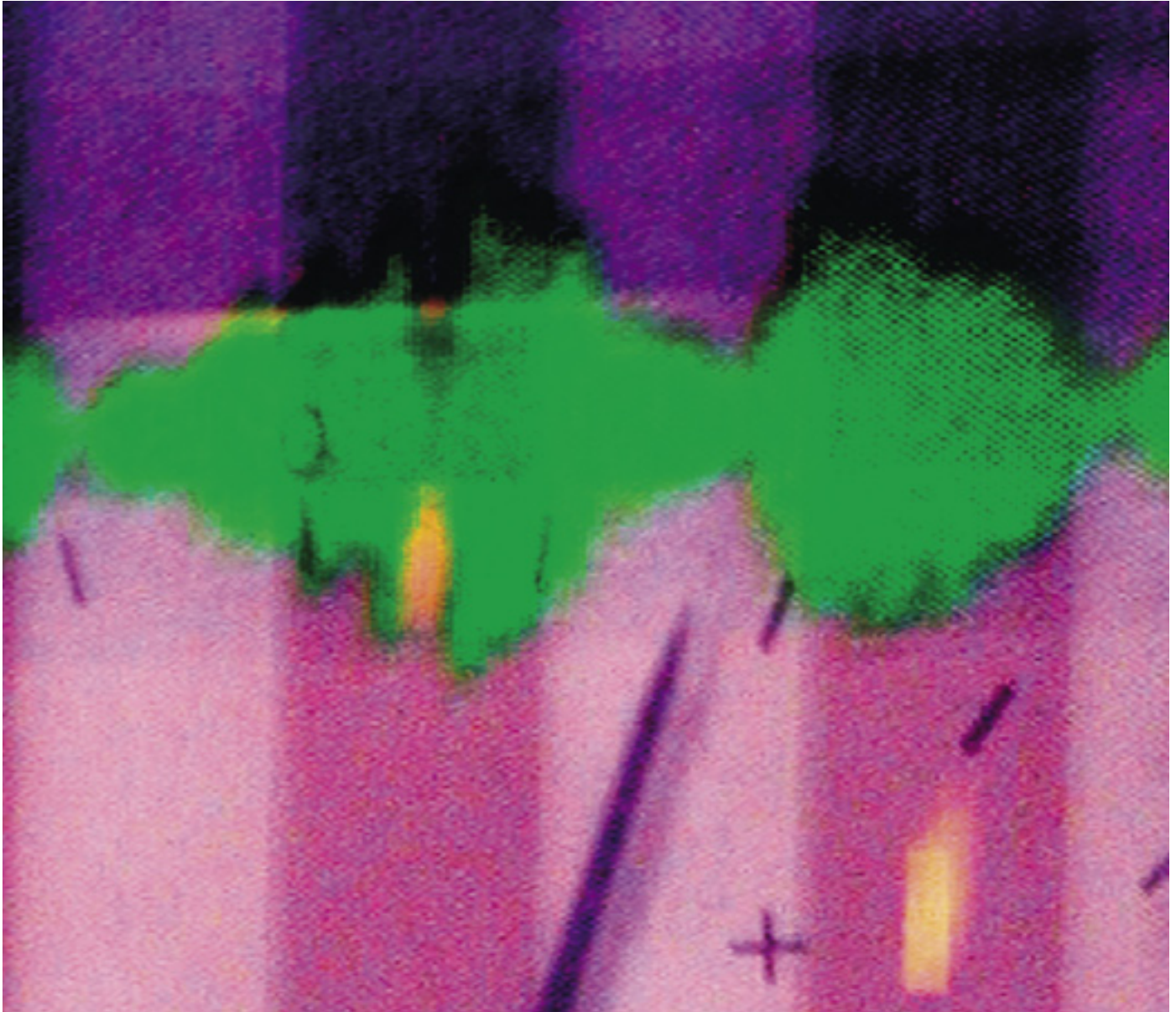
"Hvis vi bliver bedre til at tænke tværfagligt og sætte form og farver til, kan vi forhåbentlig stimulere de skjulte kompetencer og udvikle os fagligt. Kunst og kultur kan være en stærk inspirationskilde og samarbejdspartner for erhvervslivet i en tid med øget behov for kreativitet og fleksibilitet."

(Lars Engsbros, IT-chef i NESAs, Indblik, april 2004 ifm. opgaveløsning med MAB-konsulent Agnete Stofregen)



7

PROJEKTETS RESULTATER



KUNSTNERKONSULENTERS VIRKEFELT

Vores tese har hele tiden været, at kunstnere er i stand til at bidrage med nye problemløsninger og ikke kun til udsmykning eller underholdning. Dette har vi fået bekræftet gennem en række gode eksempler i MAB-forløbet. Vi har registreret, at virksomhederne, efterhånden som de får gode erfaringer med anvendelse af kunstnere, bliver villige til at benytte kunstnerne til mere betydningsfulde opgaver.

Projektet har indhøstet meget vigtig erfaring om de rammer, der skal tilbydes kunstnere, som vil lære at udvikle nye konsulentprodukter og løse stillede opgaver.

Vi kan se, at det er altafgørende, at den enkelte kunstner starter med at skabe sine egne hyldevarer baseret på netop denne kunstners personlige og faglige kompetencer.

Vi har erfaret, at der er to parallelle bevægelser, der skal foregå samtidig i udviklingen af dette nye marked. Dels skal virksomhedernes problemstillinger og behov defineres omhyggeligt. Kunstnerkonsulenterne skal være i stand til at formulere, hvilke problemstillinger deres ydelse kan bidrage med en løsning på, og de skal manøvrere respektfuldt i virksomhedernes kultur og sætte sig grundigt ind i den.

Samtidig skal det særlige, som kunstnerne bidrager med, tages alvorligt. Eksempelvis evnen til at løfte en privat eller lokal problemstilling til noget universelt, eksistentielt, som alle bliver berørt af og engageret i. Det er en kunst at få det til at gå op i en højere enhed, det kræver en række særlige personlige og faglige egenskaber af de involverede kunstnere.

Ikke alle kunstnere kan, skal eller ønsker at arbejde med dette felt. Vi anslår, at ca. 20 % af de professionelle kunstnere vil kunne arbejde med konsulenttydelser, der ligger tæt på deres primære kompetencer. Mens under 5 % vil kunne arbejde med mere komplekse processer.

For alle kunstneriske konsulentkoncepter er det afgørende, at de leveres af dygtige, erfarne kunstnere, der har lært at agere i en virksomhedssammenhæng, og forstå virksomheders behov og udfordringer og dét at løse en bestemt opgave – og som kan engagere andre mennesker. Virksomhederne understreger nødvendigheden af den dybe kunstneriske faglighed, så de kunstneriske konsulenter har noget unikt at tilføre.

”Det nytter ikke noget at bruge halvgode kunstnere som kunstneriske konsulenter. Det skal være kompetente professionelle kunstnere, der har noget erfaring og er 100 % inde i sit fagområde.”

(Alejandra Mørk, Senior Vice President i Nycomed, om erfaring med over 30 opgaver ved kunstneriske konsulenter, i interview i Musikeren april 2005)

Deltagerselektering og efteruddannelse til området er altså afgørende for at sikre en fortsat vækst og tillid fra markedet. Kravet til kunstnerisk dybde skal indgå i eventuelle overvejelser omkring at implementere differentierede konsulentaspekter allerede i de kunstneriske uddannelser.

PERSPEKTIVERING AF KUNSTNERKONSULENTERNE

Mange virksomheder har en lang tradition for at inddrage psykologer i fx ledertræning, hvilket kan begrænse perspektivet til en snæver psykologisk tolkning af problemstillinger. Vi har flere gange fået den tilbagemelding fra virksomheder, vi samarbejder med, at kunstnerne på en række områder kan bidrage med løsninger, som fremstår som et supplement eller en alternativ forståelsesramme til dele af det, psykologer de sidste 20-30 år har varetaget.

”De kunstneriske tilgange gør, at mennesker bliver interesserede. De åbner for medarbejdernes nysgerrighed, for de menneskelige relationer og for opgaven, som medarbejderne står over for. (...) [Kunsten] påvirker os. Og det kan vi bruge i erhvervslivet. For det flytter os. Det er et ressourcesæt, vi ikke har brugt tidligere, men som jeg er sikker på, vi vil få glæde af. Ligesom det for 20 år siden var utænkeligt at bruge psykologer i erhvervslivet”

(Alejandra Mørk, Nycomed, Musikeren april 2005)

”Det har forandret mit liv. Intet mindre. Jeg troede, at teater, tv og film skulle være mit liv. Men her er jeg kommet i andre miljøer og har fået et afsæt, jeg ikke havde drømt om. Oplevelsen med erhvervslivet har snoet mine forestillinger om erhvervslivet på hovedet. Mine mål i livet er blevet ændret. Nu vil jeg drive forretning og virke som konsulent.”

(Agnete Stoffregen, dramaturg og MAB-konsulent)

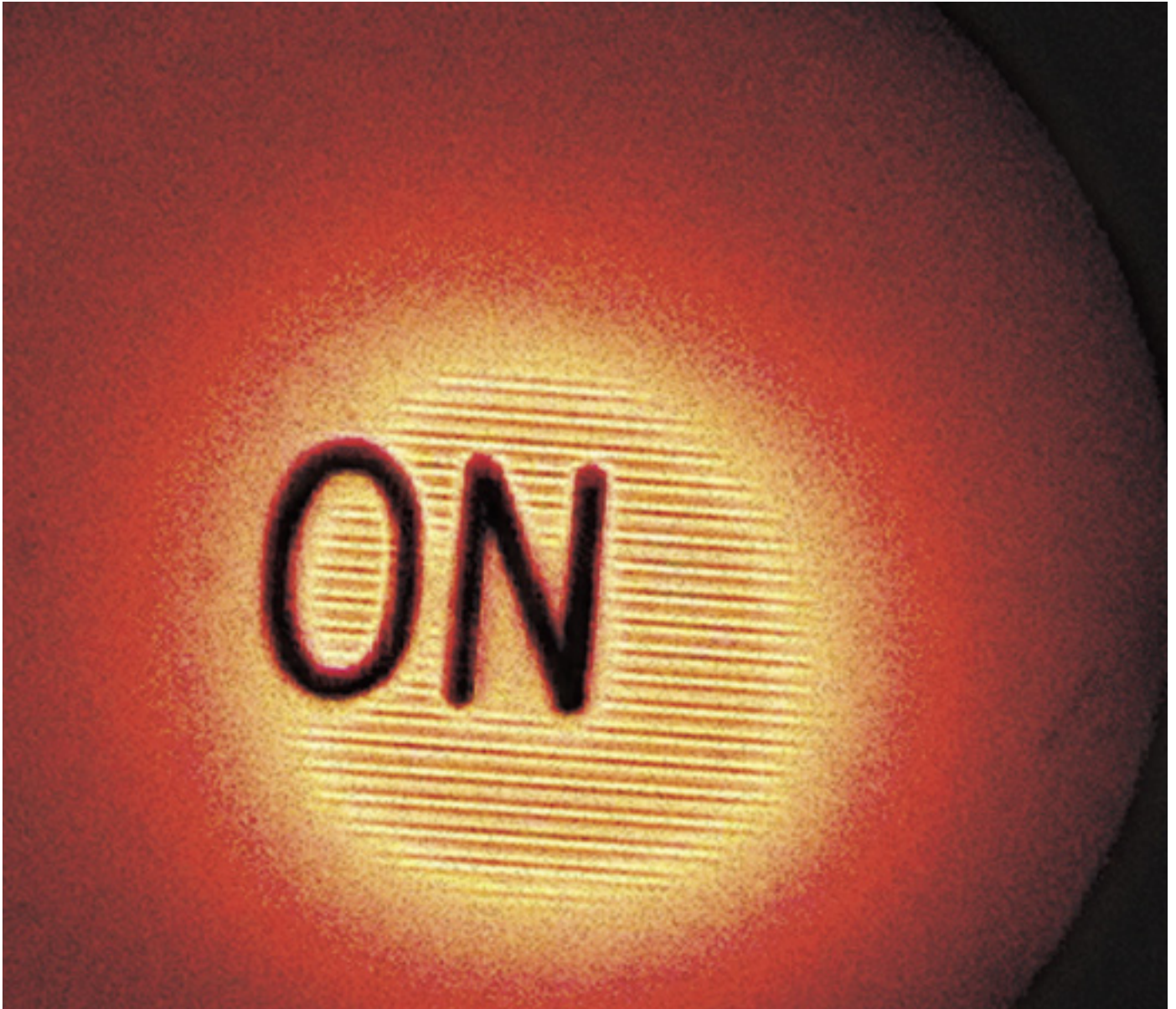
RESULTATER I VIRKSOMHEDERNE

Virksomhederne oplevede generelt de kunstnerisk baserede ydelser som relevante for deres virksomhed og bekræfter, at kunstnerne leverer nyt på områder, der bliver stadig vigtigere i ledelsen af moderne virksomheder: innovation, kommunikation og ledelse. Effekten er mere end en 'anderledes oplevelse'. Der opstår hos de virksomhedsansatte en ny form for åbenhed og lyst til at 'gå på opdagelse' - og dermed forudsætninger for læring og udvikling.



8

KONKLUSION



DE FIRE MÅL

1. **AT UDDANNE KUNSTNERE TIL AT FUNGERE PÅ MARKEDSVILKÅR SOM KUNSTNERISKE KONSULENTER**
2. **AT FINDE NYE LØSNINGSMODELLER PÅ DANSKE VIRKSOMHEDERS AKTUELLE UDFORDRINGER**
3. **AT INDDRAGE VIRKSOMHEDSANSATTE I UDDANNELSEN, SÅ DE KUNNE BIDRAGE TIL DE NYE LØSNINGSMODELLER OG FUNGERE SOM AMBASSADØRER I VIRKSOMHEDERNE**
4. **AT UDVIKLE ET CURRICULUM, EN UDDANNELSESPLAN, OG FORANKRE DEN I EN NY UDDANNELSE, DER HENVENDER SIG TIL BÅDE KUNSTNERE OG VIRKSOMHEDSANSATTE**

Sammenfattende har MAB: Moving Arts & Business levet op til målsætningerne (afspejlet af navnet) om at bane nye veje for praksis mellem kunstnere og virksomheder:

NYE KONSULENTER

Det er lykkedes at uddanne kunstnere til en ny type konsulenter, der kan fungere på markedsvilkår på et nyt område.

KUNSTNERE OG VIRKSOMHEDER UDVIKLER SAMMEN

Der er udviklet og afprøvet en række nye konsulentprodukter i samarbejde med danske virksomheders ledere og ansatte. Produkter med præcist fokus på aktuelle udfordringer i virksomheden inden for ledelse, innovation og kommunikation.

UDDANNELSE

Der er udviklet og afprøvet en uddannelsesprogression for kunstnere (inkl. optagelseskriterier, praktik- og eksamensform), der i revideret form søges forankret som modulopbygget efteruddannelse. Desuden etableres kommercielle kurser for virksomheder.

SALG

Der er udviklet en metode til salg af kunstneriske konsulent-ydelser til virksomheder, etableret et nyt konsulentfirma med kunstbaserede koncepter og udviklet nye samarbejder mellem de nye kunstneriske og andre typer konsulenter.

NYE KONCEPTER

Der er på Artlab udviklet en række nye uddannelseskoncepter med præcist (differentieret) kunst & erhvervsigtede, som allerede har givet jobeffekt og meget stor tilfredshed hos deltagerne.

INFORMATION

Der er spredt information om projektet via presse, fagblade, virksomheders infoblade, konferencer, projektets hjem-

meside, profilen på Socialfondens hjemmeside, projektrapporten, to efteruddannelseskurser støttet af Kunstrådet, møder med kulturminister Brian Mikkelsen, med Kulturministeriet og kontakt til Globaliseringsrådet.

DEN NØDVENDIGE OPKVALIFICERING

Projektet har vist os, at op mod en femtedel af alle kunstnere kan og vil arbejde med kunstneriske konsulent-ydelser, og lært os, at kun en mindre del af denne gruppe kan arbejde med komplekse produkter og opgaver i relation til virksomhederne.

Men vi har også erfaret, at efteruddannelse i feltet giver resultater for kunstnernes produktudvikling, for virksomhedernes opgaveløsning, de ansattes oplevede læring, og at det hele kan aflæses direkte af kunstnernes efterfølgende indtægtsforøgelse.

Den samlede erfaring fra MAB-projektet har affødt så mange resultater for kunstnere og virksomheder, at Artlab intensiverer arbejdet med kompetenceudvikling i kunst & erhverv – med fortsat fokus på LEDELSE, INNOVATION og KOMMUNIKATION.

PROJEKTMEDARBEJDERE

- Lotte Forchhammer, projektleder med ansvar for undervisning og udvikling
- Henrik Lemming, adm. projektleder og coach, eksamensansvarlig
- Kenneth Agerholm, coach og medudvikler
- Frederik Mellentin, projektmedarbejder
- Kari Haugan Engberg, adm. projektkoordinering
- Thomas Olorenshaw, administrator fra marts 2004
- Sille Lundquist, praktikant
- Birgitte Dam Jensen, medudvikler i virksomhedsseminarer
- Morten Hvidt, regnskabschef DMF, regnskabsansvarlig
- Gerda Hempel, leder af Artlab, projektansvarlig





BILAG: ARTIKEL OM MAB-PROJEKTET

22 BETJENTE PÅ SLAP LINE

Gennem uddannelsen Moving Arts and Business har en række kunstnere udviklet færdigheder inden for kommunikation, teambuilding, innovation og ledertræning. Erhvervslivet og offentlige institutioner tages under behandling med teater, film, trommespil og billedkunst.

22 mænd og kvinder går ned langs de gamle gule bygninger, som udgør Vordingborg Kaserne. De er alle kriminalbetjente fra Gentofte. De aner ikke, hvad de er på vej til. Inde i et lokale sætter de sig i en hestesko. Klokken er 8 om morgenen. Betjentene er bragt sammen her, fordi kommunikationen er hjemme på stationen ikke fungerer optimalt.

Nogle af betjentene flytter uroligt på sig, da en mand og en kvinde byder dem velkommen. De er forbeholdne og aner ikke, hvad der skal ske. De fleste er tavse og tilbageholdende. Betjentene får at vide, at her er det kursuslederne, der sætter grænserne.

16 timer senere kort før midnat springer alle betjente rundt mellem hinanden. Forinden har de opført første akt af Hamlet med svenske tekster, de har reciteret digte, de har danset, og de har fortalt om nogle af de mest intime sider af sig selv. Hele tiden har de udfordret hinanden og sig selv og brudt grænser.

Ingen - hverken af deltagerne eller kursuslederne ønsker at fortælle, hvad der helt nøjagtig skete til sidst - andet end at det var "temmeligt grænseoverskridende" for betjentene.

"Det var det vildeste. Politiet er specielt, fordi det normalt er dem, der sætter grænserne for os andre. Vi vendte det hele på hovedet, denne dag var det os, der satte grænserne.

Og vi havde meget vide grænser, så de slog sig løs. De skulle performe for hinanden og vise andre sider af sig selv end normalt. Alle har brug for at blive udfordret, og det blev de,"

fortæller Agnete Stoffregen, der er dramaturg til daglig og den ene af de to kursusledere.

INTET BLIVER SOM FØR

På politistationen i Gentofte er kriminalassistent Naja Svarre Nielsen klar over, at intet bliver som før mellem kriminalbetjentene, der nu har set og oplevet helt nye sider af sig selv og hinanden.

"Vi er tre enheder i kriminalpolitiet i Gentofte. Vi fungerer godt sammen, men da enhederne fysisk er placeret væk fra hinanden, kan det ind imellem være lidt svært med kommunikationen, når vi skal arbejde sammen alle sammen. Det havde vi sat os for at ændre", fortæller hun.

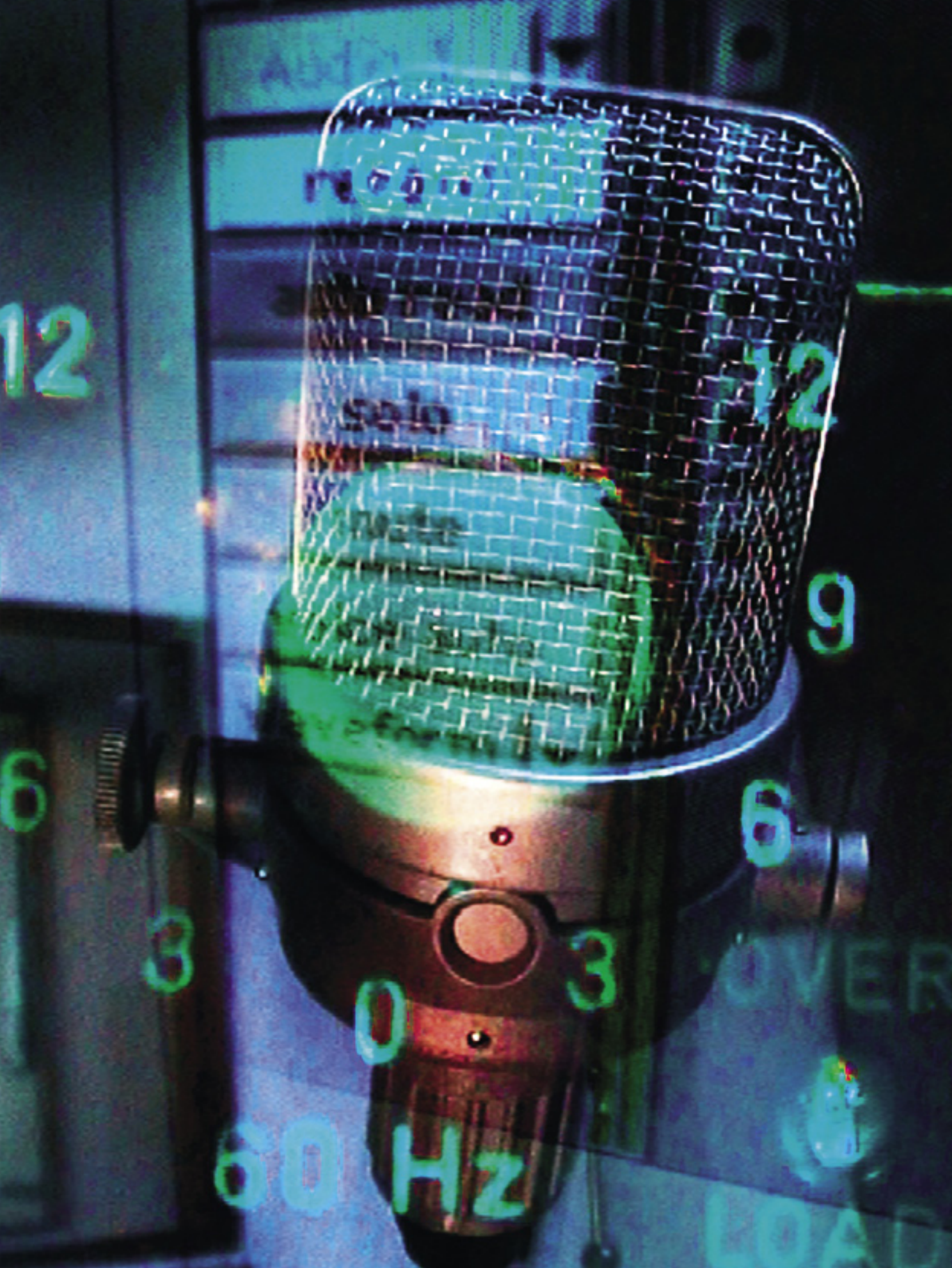
Naja Svarre Nielsen havde hørt om skuespilleren Per Löfberg og dramaturgen Agnete Stoffregen og deres utrolige resultater med teambuilding gennem nogle venner.

"Det var noget af en chance at tage, for det var meget anderledes end den teambuilding, vi normalt bruger i politiet."

Per Löfberg og Agnete Stoffregen kalder disciplinen for "Poetry Slam". Kursusdeltagerne udfordrer hinanden i poesi. Og fordi det er helt ukendt område for de fleste, får de overskredet grænser og kommer ud i et ukendt rum, som knytter dem tættere til hinanden.

Det har man også oplevet i betonvirksomheden Unicon, hvor "Poetry Slam" er blevet brugt på et seminar for topledere, fortæller underdirektør Peter Aagaard.

"Det gik ud på, at vi skulle opføre små stykker, fremsige digte og synge sange. Det er fantastisk energiskabende og rykkede gruppen meget tættere sammen. Vi opdagede, at når vi bliver udfordret, har vi alle en kunstnerisk åre. Per og Agnete fik os til at gøre noget, vi ikke plejer at gøre, uden at vi følte, det blev cirkus."





De to kunstnere er også blevet brugt til at hjælpe med teambuilding mellem to teams af medarbejdere i henholdsvis salg og kundeservice.

”Vi havde lejet Boldhusteateret og så blev medarbejderne delt op i hold, som udfordrede hinanden i oplæsning af poesi og teater. Vi lærte, hvordan alt skal hænge sammen og være præget af samarbejde på et teater for at kunne fungere - præcis som i erhvervslivet. Der er nu gået et godt stykke tid, men medarbejderne kan fortsat bruge, hvad de lærte”, fortæller Peter Aagaard, der kalder de to kunstnere for ”dåseåbnerne”, for de fik åbnet op for vores problemstillinger.”

UDDANNELSE FOR KUNSTNERE

Skuespilleren Per Löfberg og dramaturgen Agnete Stoffregen er to af de 21 kunstnere, der i løbet af det sidste år er uddannet til arbejde med erhvervslivet. Uddannelsen hedder Moving Arts & Business, og blandt de 21 elever er der musikere, skuespillere, film- og teaterinstruktører, dramaturger og billedkunstnere.

Tesen er, at kunstneres kompetencer med at bruge ofte ikke-rationelle tankemønstre i udviklingsprocesser udgør en befrugtende modpol til virksomhedens ofte rationelle og strengt målsøgende fremgangsmåder. På den måde kan det ikke-rationelle og det kreative ”trikke” hjerner til at foretage kvantespring via tilsyneladende ulogiske sammenstillinger og nye kombinationer af helt forskelligartede udviklingsmetoder, som andre dele af hjernen efterfølgende kan kategorisere, systematisere og sætte handlingsplaner efter.

Men først og fremmest handler det om at nedbryde fordomme. Virksomhederne skal lære, at de kan bruge kunstnere i deres hverdag. Herhjemme udgør samspillet mellem kunst og erhverv kun en meget lille del af erhvervslivets aktiviteter, men i udlandet har f.eks. Hollands erhvervsliv længe gjort brug af skuespillere til salgstræning eller kommunikationsopgaver på virksomhederne. Faktisk arbejder 75 % af de hollandske skuespillere også med erhvervslivet.

Men herhjemme er det ikke kun erhvervslivet, der har været tilbageholdende og haft fordomme. Kunstnerne har også været forbeholdne overfor erhvervslivet. Dette er helt ændret for de kunstnere, der gennem MAB-uddannelsen er kommet i kontakt med erhvervslivet:

”Det har forandret mit liv. Intet mindre. Jeg troede, at teater, tv og film skulle være mit liv. Men her er jeg kommet i andre miljøer og har fået et afsæt, jeg ikke havde drømt om. Oplevelsen med erhvervslivet har snoet mine forestillinger om erhvervslivet på hovedet. Mine mål i livet er blevet ændret. Nu vil jeg drive forretning og virke som konsulent”, siger Agnete Stoffregen.



KOMMUNIKATIONSKURSER I GRØNLAND

Også uden for landets grænser har de draget nytte af de danske kunstneres kompetencer. Med sit mangeårige kendskab til Grønland og omfattende virke som dokumentarfilminstruktør har Karen Littauer afholdt tre kursusforløb for virksomheden Greenland Contractors.

Forud for en kontraktforhandling om ti års servicering af Thulebasen havde virksomheden brug for at reflektere over organisationen, forbedre den interne kommunikation og udvikle gennemslagskraften ved forhandlingsbordet.

Direktør Frank Sabroe mener, at en stor del af nytteværdien for virksomheden ligger i, at Karen Littauer har inspireret ham selv og kollegerne til at omgås hinanden mere frit.

Instruktøren stillede krav til, at lederne skulle turde at vise deres svage sider for hinanden.

”Noget af det, som er specielt ved Karen, er, at hele hendes krop taler – på godt og ondt. Hun kan være møgirriterende, men det er positivt ment. Hun provokerer folk til at gå den halve eller hele meter længere, end de ellers ville have gjort. Hun kan få folk til næsten hvad som helst,” fortæller Frank Sabroe.

For Karen Littauer, der har stor erfaring med at drive kursusvirksomhed, lå der en udfordring i at gå ind og arbejde med kulturforskellene i en virksomhed, hvor både grønlandere og danskere er beskæftiget.

”Grønlandere og danskere har forskellige omgangsformer. En dansk leder er måske vant til at sige: fiks lige hjulet på bilen! Men sådan bør man ikke sige til en grønlander. En grønlander skal motiveres. Han modtager ikke ordrer. I stedet kan man sige: den her bil har et punkteret dæk og den skal ud at køre, fordi der ligger nogle dunke bagi, som nogen skal bruge. Som arbejdsplads skiller Thulebasen sig ud, fordi de ansatte omgås hinanden døgnet rundt, og det skaber naturligvis konflikter,” siger Karen Littauer.

”Vi gik ind og så på hvordan, man kan motivere folk. Det er ikke nok at være godt til at tale – folk skal ville høre dig. Jeg arbejder med åben, konkret og direkte kommunikation. Lederne skal lære at mærke efter og bruge deres intuition, så de når den enkelte medarbejder på det niveau, han er. Jeg oplevede, at lederne i løbet af kurset udviklede deres opmærksomhed omkring sig selv og deres omgivelser, hvilket jo grundlæggende forbedrer mange forhold på en arbejdsplads.”

Greenland Contractors egen evaluering af kursusforløbet har vist stor tilfredshed over hele linien, og Frank Sabroe melder sig som interesseret i at bruge Karen Littauer i fremtidige kursusforløb.

BASKETBOLDE SLADREDE

Erhvervslivet har vist sig villig til at tage imod udfordringen til at tænke anderledes og kreativt. Et par basketbolde var det, der skulle til for at fortælle adm. direktør Søren Jacobsen og seks afdelingsledere i Statens og Kommunernes Indkøbs Central A/S, at de burde tænke nøjere over deres samarbejds mønstre. På grund af en omvæltning i virksomhedens ledergruppe var de syv ledere for nylig samlet på et 3 dages kursus.

”Vores ledere skulle udvikle deres indbyrdes forståelse og blive bedre til at coache. Vi skulle også udvikle vores egen selvforståelse. Der er en direkte sammenhæng mellem folks arbejdsmæssige problemer og deres måde at være leder på,” siger Søren Jacobsen.

I kurset indgik en workshop i polyrytmik med trommeslager og musiker Hans Fagt. Workshoppen varede kun to timer, men hurtigt stod det klart for ledergruppen, at enkelte havde uhensigtsmæssige reaktionsmønstre i visse situationer.

Under en polyrytmisk seance skulle de syv deltagere hver især frembringe deres egen rytmiske figur ved at dribble med en basketball. Men da rytmerne skulle flettes ind i hinanden, så de dannede et konstant rytmisk billede, gik det galt for nogle af lederne, fortæller Søren Jacobsen.

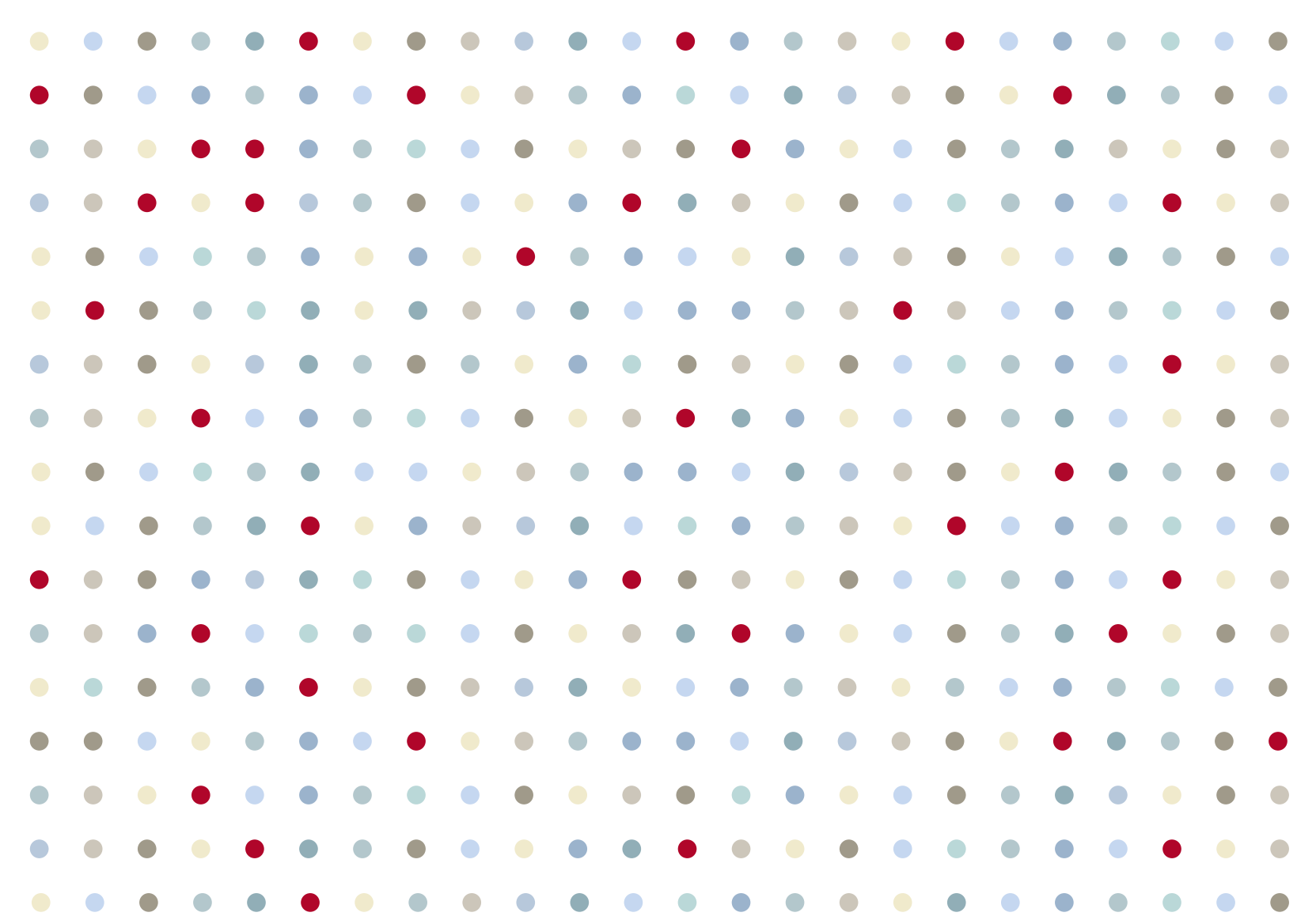
”Der var en skræmmende overensstemmelse mellem rytmeøvelsen med bolde og nogle hverdagsituationer. Under øvelsen skete der det, at nogle valgte at gå i stå, fordi en anden var gået i stå – og det var jo helt i modstrid med lederrollen. Så var der andre, der spillede endnu højere, når nogen var gået i stå, for på den måde at forsøge at trække de andre op igen.”

Den oplevelse overbeviste Søren Jacobsen om, at kunstnerne har en relevans for erhvervslivet.

”Det var inspirerende og skægt at se, hvordan rytme og musik kan bruges som led i udviklingen af vores samarbejde. Det var spændende at observere, at kunst kan integreres i forhold til lederuddannelse.” Men åbenbaringen har virket begge veje. Som musiker har Hans Fagt fået en større forståelse for, hvad trommespillet kan bruges til.

”Det har virkelig været en øjeåbner for mig at undervise erhvervskunder. I min workshop bliver det virkelig tydeligt, hvilken kultur virksomheden har. Hvis virksomheden er præget af en angst for at fejle giver det sig udslag i, at det rytmiske samarbejde ikke fungerer. Nogle deltagere i min workshop forsøger at maskere det, hvis ikke de har fanget rytmen, og det kan tydeligt høres. Så er der noget at tage fat på,” siger han.





artlab

