

# KUNST OG INNOVATIV VIRKSOMHEDS- LEDELSE

AF Steen Bruun Jensen



Med kunsten som indsats er en ny inspirationsbog, der bevæger sig i krydsfeltet mellem erhvervsliv og samtidskunst. Bogen præsenterer fire forskellige måder at arbejde med samtidskunst på: Som medarbejdermotivation, som middel til forandringsledelse, som branding og markedsføring og som produktudvikler.

Virksomhedsledere har i århundreder haft fokus på kunstens betydning - men med forskellige afsæt. Hvilken kunst inviteres ind, hvilken betydning tillægges den, og hvordan er relationen til kunstnerne? Det findes der flere perspektiver på. Men hvad er tankerne bag disse investeringer i samtidskunst. Er det for medarbejderne, for kunderne, for produktet, for kunstneren - eller fordi chefen ikke kan lade være? Det er nogle af de spørgsmål, som en ny bog - *Med kunsten som indsats* - forsøger at besvare, når den taler med nøglepersoner i nogle af Danmarks mest visionære virksomheder - blandt andre Novo Nordisk, DSV, Mads Nørgaard, Kvadrat, Polestar og HAY - som samarbejder strategisk med samtidskunstnere, og som alle finder samarbejdet berigende.

Men hvad giver virksomhedssamarbejdet omvendt til kunstnerne? Det spørgsmål stiller bogen til fire væsentlige danske kunstnere, nemlig Bjørn Nørgaard, Jeppe Hein, Olafur Eliasson og Rose Eken, der deler deres refleksioner over deres respektive samarbejder med virksomheder.



Olafur Eliasson og Sebastian Behmann med Studio Olafur Eliasson, Fjordenshus, Vejle, 2009-2018.  
FOTO Nikolaj Didriksen

#### Gensidig respekt

Bogens forfatter Michael Solgaard nævner, at hvis man kender til Bjørn Nørgaards tidlige samfundskritiske hændelser, forestiller man sig sikkert ikke, at Nørgaard kan sige mange positive ord om samarbejde med virksomheder og erhvervslivet:

”Men når samfundet udvikler sig i en anden retning, end du håber, så kan du enten flytte ud i skoven eller begynde at engagere dig i samfundets institutioner. Jeg valgte det sidste, både med mit professorat og med min kunst i det offentlige rum. Det var måder at fortsætte diskussionen på,” forklarer Bjørn Nørgaard, men understreger samtidig, at der er masser af virksomheder, han ville sige nej til, blandt andet hvis han ikke kan stå inde for deres produkter – og helt sikkert olie og tobak.

”Det handler om tillid og gensidig respekt,” siger Nørgaard, hvis samarbejde med private virksomheder udgør en stor del af hans omsætning i dag.

Jepp Hein siger, at han kun vil sige ja til en virksomhed, hvis han kan lære noget, og hvis han kan mærke en ærlig interesse for kunst:

”Det er vigtigt for mig at have en dialog med virksomheden og at lære om de mennesker, der står bag. Jeg vil ikke blot tage opgaven og komme tilbage med noget, som kun jeg synes er godt. Min ambition er, at så mange som muligt bliver glade og føler ejerskab over kunsten. Jeg ønsker, at de med deres tilstedeværelse er med til at skabe kunsten,” siger Jeppe Hein, der er taknemmelig over, at han i sin karriere har haft mulighed for at samarbejde med mange forskellige virksomheder og organisationer om både kunstværker i virksomheden og i byrummet.

#### **Respekt for forskellige behov**

Olafur Eliasson bliver spurgt, om han ikke er bekymret for at bevare sin frie vilje, når han indgår et samarbejde med virksomheder? Tilsyneladende ikke:

”Kunst kan være ret robust. Og jeg vælger samarbejder baseret på, hvor jeg mærker respekt for kunstens væren og ærinder. Det er sådan set ret simpelt: Hvis jeg ikke kan mærke den respekt, går jeg ikke ind i samarbejdet. Samtidig ser jeg ikke kompromisser som et onde. Der er kompromisser alle vegne. De er en

del af vores grundlæggende sammenfiltring med verden. Når jeg laver et værk, der skal udstilles på et museum eller et galleri, kan jeg også indgå kompromisser. Og nogle gange viser kompromisset sig at være bedre end det, jeg oprindeligt ville,” siger han.

Rose Eken roser sit galleri for god vejledning, når hun overvejer, hvilke virksomheder hun vil indgå samarbejde med:

”Vi er gode til at vejlede mig, så min kunstneriske sensibilitet ikke clasher med virksomhedernes regneark. Men så skal man også huske på, at alle kunstnere er selvstændige erhvervsdrivende, så det er ikke fremmed for os at tænke markedsføring, regnskaber m.m. Man skal kunne meget for at føde maskinen,” siger hun.

Hun er heller ikke bange for at gå på kompromis i dialogen med en virksomhed:

”Det er interessant at lære, hvordan større virksomheder fungerer, og så længe dialogen er god, er det supersundt ikke altid at få sin vilje. Et kompromis tager ikke nødvendigvis den skabende kunstner væk fra værkerne, vi skal også have en forståelse for, hvilke behov virksomhederne har.” ☹️

**Michael Solgaard:**  
*Med kunsten som indsats  
– møder mellem erhvervsliv  
og samtidskunst.*  
200 sider, rigt illustreret.  
Pris: 349,95 kr.  
Strandberg Publishing.  
Netop udkommet.

