

## Not your everyday fagforbund

Det er sjældent, man støder på et fagforbunds tilskudsfinansierede kursusafdeling, når man læser gode innovationshistorier. Men Artlab er også en sjælden virksomhed, der har haft stor succes med en kreativ gentænkning af fagforbundets muligheder. Dermed er Artlab ikke bare historien om et forbunds gode faglige resultater. Det er i højere grad historien om en virksomhed, der har turdet stille grundlæggende spørgsmål til sin egen eksistens, for derefter at skabe idéerne og finde modet til forandring.

Artlab repræsenterer på mange måder en innovativ nytænkning af fagforbundet som institution. Virksomheden har stadig fagforeningernes traditionelle fokus på at skabe arbejdspladser for sine medlemmer, men metoderne har ikke mange ligheder med, hvad man normalt forbinder med fagforbund. Artlab har etableret en alliance mellem kunstnere og erhvervsliv, der for få år siden virkede utænkelig. Med en god idé, et klart fokus og en høj risikovillighed må Artlab i dag betegnes som en solid succes for både kunstnere og erhvervsliv. Kunstnerne har fået mere arbejde gennem en udvidelse af deres virkeområde. Virksomhederne har opdaget en ny måde at frigive kreativt potentiale på, hvilket nu flittigt udnyttes i mange sammenhænge.

”Som fagforening for kunstnere skal vi forsøge at omsætte kunst til varer, der kan sælges. Vi har en pligt til succes. Og succes for os er at få flere af vores medlemmer i arbejde, som det er for alle fagforbund hvor der er ledighedsproblemer blandt medlemmerne”, siger Gerda Hempel, leder af Artlab.

Dermed var målet sat for den lille kursusafdeling, der aldrig slipper dette mål af sigte. Og det handler stadig først og fremmest om at få flere i arbejde, selv om måden det gøres på, får Artlab til at minde mere om et konsulentbureau end et fagforbund. At det ikke forholder sig sådan, bliver dog klart ved, at Artlab, i modsætning til konsulentbureauerne, ikke tjener på samarbejdet med virksomhederne. Artlab er udelukkede finansieret af forskellige tilskud, og arbejder kun for at skabe forbindelse og samarbejde mellem kunstnere og virksomhederne. Når et samarbejde er etableret, trækker Artlab sig ud, og hvad der herefter foregår af udvikling, samspil og økonomi mellem parterne er op til virksomheden og kunstneren selv. Det klare mål, og enden til stædigt at fokusere på det, ser Gerda Hempel som en af årsagerne til, at innovation lykkes for Artlab.

”Vores opgave er helt enkelt at skabe flere arbejdspladser til medlemmerne. Da langt fra alle musikere og kunstnere udelukkende kan leve af at sælge deres værker, som man forstår dem i klassisk forstand, måtte vi søge nye veje. Vi så i den forbindelse en mulighed i mange af de problemer og udfordringer, der kom op i en tid, hvor globaliseringen begyndte at sætte nyt udviklingspres på virksomheder. Disse udfordringer mente vi kunne hjælpes af de kompetencer, en kunstner besidder, hvis vi blot udvidede definitionen af kunstnerens virkefelt. Kunstnere er ekstremt gode til at kommunikere og skabe retning og fokus i massive indtryksmængder. Denne kompetence har erhvervslivet helt indlysende brug for. Derfor gav vi vores medlemmer en ny faglighed og etablerede nogle mere systematiske rammer, der målrettede kunstnerens kompetencer mod erhvervslivets problemstillinger”.

Omstillingen indebar helt grundlæggende en gentænkning af, hvad et uddannelsescenter kan, og er et eksempel på en innovativ forretningsudvikling, der tager udgangspunkt i omgivelsernes behov og ikke i egne færdigheder. Denne satsning medførte udviklingen af et nyt produkt, som altså endte med at blive en udvidelse af det eksisterende kompetenceområde.

”Da vi i 2001 begyndte at skabe rammerne til at erhvervsliv og kunstnere kunne udnytte hinandens kompetencer, var det et forholdsvis uafsøgt felt. På mange måder var det et nyt markedsområde, vi skulle definere. Der var tidligere gjort mere sporadiske forsøg, men der manglede systematik på området, hvor der også var for meget bongotromme over det. Derfor inviterede vi Chr. Hansen og Nycomed med på et pilotprojekt, og siden er idéen blevet en succes, som vi konstant videreudvikler på”, siger Gerda Hempel

Bongotrommerne skaber stadig skepsis i mere traditionelle virksomheder, hvor korslagte arme til tider er den umiddelbare reaktion på ægteskabet mellem kunst og erhverv. Men i mange af de store virksomheder – særligt inden for vidensområdet – er Artlab en vigtig samarbejdspartner, når problemer skal løses eller kreative processer sættes i gang. Kunstnerens kompetence ligger primært i at stimulere kreative rum og miljøer, mentale som fysiske, som virksomhederne fx bruger i forprojekter, når der skal udvikles nye produkter eller arbejdes med nye former for kommunikation. Nycomed var en af de virksomheder, der var med på idéen tilbage i 2001, og har stadig et tæt samarbejde Artlab, der også har løst opgaver for blandt andet Nokia, Rambøll, Novo, Politiet og forskellige skoler og kommuner.

”Vi mærker helt sikkert den største interesse fra større virksomheder. Her er fokus i forvejen på de menneskelige kompetencer og værdier. Enten fordi der er tale om virksomheder med mange ansatte, men oftere fordi virksomheden tilhører den del af erhvervslivet, hvor læring og udvikling er afgørende for overlevelsen. Disse virksomheder har et stort behov for vellykkede processer inden for kommunikation og samarbejde, hvilket er to

områder der i udgangspunktet er præget af kaos og dermed svære at kontrollere. Da kunstnere netop er gode til at formidle og kommunikere på originale og unikke måder, er de ofte den ideelle konsulent til at skabe åbenhed, fokus og engagement – og dermed orden i uoverskuelige forprojekter”, siger Gerda Hempel.

Kunstnerens evne til at skabe retning i kaos går igennem skabelsen af de kreative, mentale rum og miljøer, hvor virksomhedernes ansatte finder et fokus og inspireres til tilgange, der bryder med de arbejdsgange, der normalt er integreret i virksomhedens kultur og rutiner. Kunstneren får på den måde virksomhedens ansatte til at se deres egne processer og ressourcer med nye øjne. En proces blandt andet Nycomed fast har benyttet sig af, lige siden man i 2001 var med på Artlabs pilotprojekt, som virksomheden straks så muligheder i.

”Kunstnerens styrke er deres evne til hurtigt at gå ind i en problemløsning, frasortere de unødvendige informationer og nå til et løsningsforslag. Kunsten påvirker os og flytter os, og det kan vi bruge i erhvervslivet”, siger Alejandra Mørk, Senior Vice President for International Product Development i Nycomed.

Gerda Hempel fremhæver to ting, som årsagen til det, dommerpanelet i Innovation Cup beskrev som Artlabs gode fundamentale rammer for innovation. Det første er virksomhedens klare og enkle fokus på at skabe mere arbejde til medlemmerne. Det andet er den store grad af kalkuleret risikovillighed. Den førte til sats på en idé, der var ubeskrevet for både kunstnere og erhvervsliv. Men idéen kunne bære, og resulterede blandt andet i, at kunstnerne der deltager i Artlabs projekter gennemsnitlig får 246% mere arbejdstid og virksomhederne et nyt redskab i jagten på de innovative processer.



Gerda Hempel er  
leder af Artlab

<http://www.artlab.dk/>