

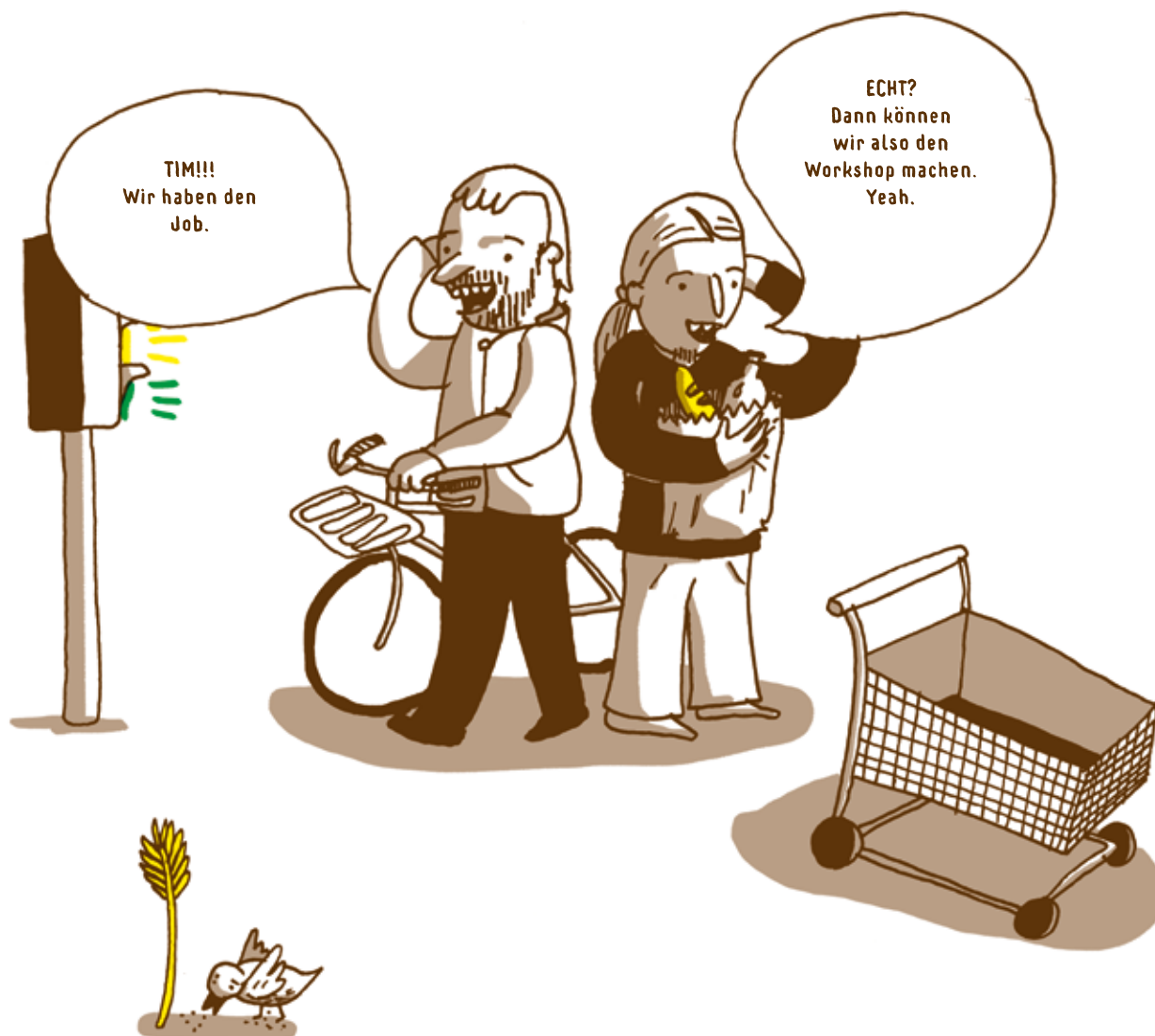
Kunst für die Wirtschaft, Wirtschaft für die Kunst



Unter dem Stichwort „Künstlerische Interventionen“ treten künstlerische Methoden und unternehmerische Fragestellungen miteinander in Aktion, um Kreativitäts- und Innovationspotential von Mitarbeitern oder Lern- und Entwicklungsprozesse zu fördern. Projekte dieser Art sind weltweit am Wachsen. In Korea, Spanien und Skandinavien wird der lebendige Methodentransfer von der Kultur

in die Wirtschaft zum zukunftsweisenden Trend. Schleswig-Holstein macht mit. „Unternehmen! KulturWirtschaft“ heißt das Projekt am Nordkolleg Rendsburg, das gewohnte Muster auf den Kopf stellt. Bis 2015 initiiert und begleitet das Projektteam den Einsatz von Kunst in regionalen Unternehmen und Organisationen als Instrument der Personal-, Produkt und Prozessentwicklung.

Das sechsköpfige Team agiert dabei als Intermediär. Neue Märkte für Künstler und innovative Möglichkeiten für Unternehmen in Schleswig-Holstein sollen damit geschaffen werden. In Kooperation mit der Getreide AG Rendsburg und dem Illustratorenkollektiv Pure Fruit aus Kiel fand das Pilotprojekt vergangenen Herbst im Nordkolleg statt. Mit Erfolg. **Birthe Dierks**





Das Pilotprojekt

„Unser Ziel lag von Anfang an in der besseren Vernetzung der teilnehmenden Mitarbeiter, da unsere Niederlassungen deutschlandweit verteilt sind“, so die Personalreferentin der Getreide AG Jana Hermer. Die Personalerin organisierte den „besonderen Kommunikationsworkshop“ und nahm gemeinsam mit zehn Kollegen daran teil. Drei Tage lang wurde unter Anleitung der beiden Kieler Comic-Künstler Tim Eckhorst und Gregor Hinz der Zeichenstift geschwungen. Eine gemeinsame Landkarte der Unternehmensstandorte mit zugehörigen Comics entstand. „Jeder kann seine Stärken und sein Wissen über die einzelnen Standorte einbringen. Im Gespräch wird ganz aktiv, aber durchaus informell und unterbewusst, das Gesicht der Firma geformt. Individuelle sowie gemeinsame Bestandteile werden verortet. Es entsteht ein Bild der Firma, das Zusammenhänge sichtbar macht und Identifizierung mit dem Unternehmen erzeugt“, überzeugten die beiden in ihrem Konzept. Das Konzept ging auf: Persönliche Fachkenntnisse, spezifische Arbeitsweisen und Unternehmenszusammenhänge wurden auf innovative Weise erfahrbar und transparent. Das gemeinsame Produzieren außerhalb des Unternehmens eröffnete neue Sichtweisen auf das eigene Arbeitsumfeld und auch auf die Arbeitsweise. Der zeichnerische Prozess lieferte ein individuelles und zugleich kollektives Bild der

Getreide AG. Zeitgleich wurde das Atelier zu einer Plattform für Ideen und Austausch. Die professionelle Reinzeichnung durch die Kommunikationsdesigner ist Teil des Angebotspakets. Das Kunstwerk wird in allen Niederlassungen als gemeinsames Element verortet, sodass es als Kommunikationsmittel und Gedankenstütze nachwirkt.

Der Weg dahin

Die Getreide AG stieg bereits zu Projektbeginn (Herbst 2012) in das Pilotvorhaben ein. Mit einer Projektausschreibung mobilisierte das Nordkolleg sein Netzwerk aus schleswig-holsteinischen Künstlern und Kreativakteuren. „Für uns war es neben der erfolgreichen Partnersuche wichtig, den bis dahin unbekanntem Markt zu sichten“, so Projektleiterin Lena Mäusezahl. Um parallel zur Ausschreibung Information, Austausch und Qualifizierung für die Künstler zu bieten, gab es eine „Künstlerwerkstatt“ sowie mehrere Künstler-Interviews. Mit den eingegangenen Konzepten ließ „Unternehmen! KulturWirtschaft“ die Getreide AG nicht allein. In die Vorauswahl schafften es fünf Konzepte aus den Bereichen Poetry-Slam, Fotografie, Musik, Malerei und Comic. Die Entscheidung fiel für das Comic-Projekt. Es folgte die Projektarbeit, wobei das Team als Koordinator und Berater agierte. Die Künstler wurden für unternehmerische Aspekte sensibilisiert und das Unternehmen auf mögliche Risiken hingewiesen. Beide Partner erhielten Unterstützung in Konzeption, Organisation

und Abwicklung. Hinzu kam ein eintägiger Qualifizierungsworkshop für die Künstler, der passgenau auf deren Bedarfe abgestimmt wurde. Das Pilotprojekt sollte aber nicht nur durchgeführt, sondern auch dokumentiert und auf seine Wirkung hin überprüft werden. Mit dem Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) und Prof. Dr. Ariane Berthoin Antal gewann „Unternehmen! KulturWirtschaft“ schließlich einen dritten Kooperationspartner. Berthoin Antal forscht international in dem Bereich „künstlerischen Interventionen in Organisationen“. Vor, während und nach dem Projekt nahm die Wissenschaftlerin alle Akteure (Teilnehmer, Künstler, Geschäftsführung, Intermediär) in den Blick. Damit die Aktion im Unternehmen nachwirkt, kümmert sich das Projektteam um das Follow Up und steht dem teilnehmenden Unternehmen dabei weiterhin zur Seite.

„Unternehmen! KulturWirtschaft“ wird gefördert von:



Als feststand, dass wir den Workshop mit der Getreide AG machen würden, sah ich nur noch gelb und grün.



Ein Projekt, vier Blickwinkel

Das Spannende an Kunst in Unternehmen ist die Komplexität des Themas verbunden mit der Heterogenität der beteiligten Partner. Denkt man an Edward de Bonos Hutmethode – eine Kreativitätstechnik, die mit verschiedenen Perspektiven im Rollenspiel agiert – wird diese Methode hier lebendig. Der stetige Austausch der Partner lässt die Sichtweisen (Hüte) nur so rotieren. Dabei ist es insbesondere die Aufgabe des Intermediärs ständig die Perspektive zu wechseln und den Überblick zu bewahren. Hier folgen vier Blickwinkel der Akteure auf das Pilotprojekt von „Unternehmen! KulturWirtschaft“.



Der unternehmerische Blick

von Jana Hermer, Personalreferentin der Getreide AG, Rendsburg
Der Methodenwechsel abseits vom Arbeitsalltag hat innerhalb von drei Tagen ein starkes Wir-Gefühl erzeugt und intensiven Austausch ermöglicht. Die entstandene Getreide AG-Karte ist außerdem ein tolles Gemeinschaftsprodukt, das bleibt. Künstlerische Methoden eignen sich sehr gut, um Mitarbeiter zu motivieren, über ihre Schatten zu springen. Das Engagement der Teilnehmer ist hier ganz anders, weil sich jeder ungewohnt persönlich einbringt. Dabei liegt die Qualität im unbewussten Lernen, an das sich unsere ergebnis- und anwendungsorientierten Mitarbeiter zunächst gewöhnen mussten. Bei einer ISO-Schulung, in der es um reine Fakten geht, sind künstlerische Methoden sicherlich fehl am Platz. Passend ist vor allem das, was in einem Unternehmen abstrakt ist: Prozesse, Strategie und Vision sowie all das, was dicht am Menschen ist. Denn dazu braucht es mehr als Fakten und Wissen – zum Beispiel Kunst.



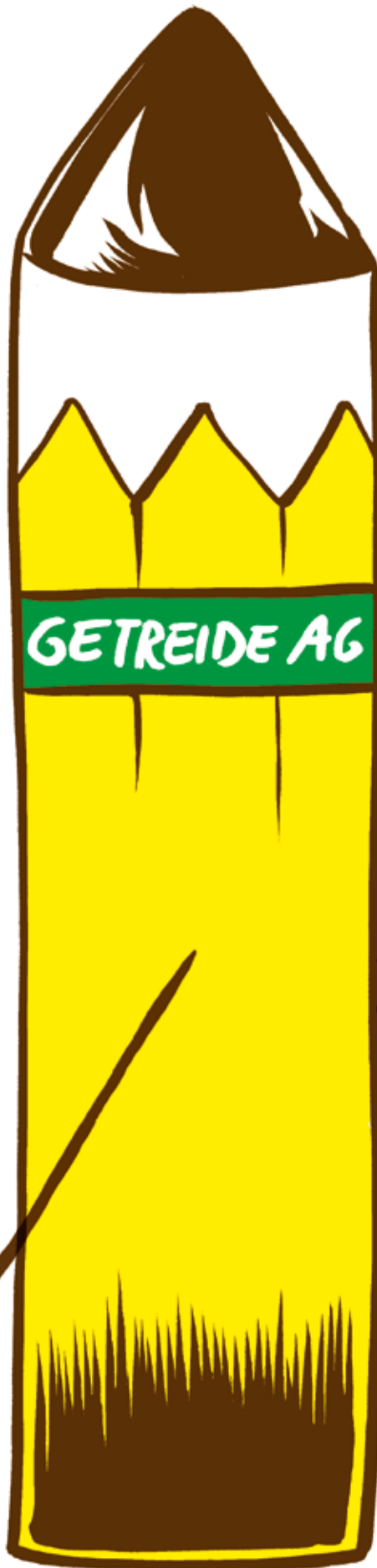
„Nicht nur ein Weg führt zum Ziel. Das wollen wir mit dieser innovativen Aktion erlebbar machen und nachhaltig vermitteln, denn sie öffnet die Köpfe für neue Herangehensweisen.“ (Peter Carsten Ehlers, Vorstand Getreide AG)



Der künstlerische Blick

von Tim Eckhorst & Gregor Hinz,
Pure Fruit, Kiel

Vielleicht klingt es eigenartig, aber es ist inspirierend sich für eine Weile in einer nicht kreativ-künstlerisch arbeitenden Branche zu bewegen. Die Arbeit mit Menschen, die von sich behaupten, sie wären un kreativ und untalentierte, ist uns bestens vertraut. Entsprechend sind wir in der Lage, diesen Teilnehmern das Gegenteil zu beweisen. Damit, Kreativität wachzurütteln und anzuwenden, verdienen wir (immer öfter) unser Geld. In Gruppen sorgt der direkte und aktive Umgang mit Kunst für ehrliche Kommunikation und gemeinsames Erleben. „Richtig“ und „falsch“ werden dabei zu unpassenden Messgrößen und die eine, allem standhaltende, realistische Lösung existiert bei unseren zeichnerischen Produkten nicht. Kreative Arbeit lässt Subjektivität und Geschmäcker großzügig zu und hat keinerlei Interesse daran, Persönlichkeit zu verbergen. Kritik, Orientierungslosigkeit und damit verbundenes Scheitern gehören - leider und zugleich zum Glück - dazu. Auch diese Umwege haben die Teilnehmer während der Kartenaktion erlebt. Die Karte hat dadurch den Symbolcharakter gewonnen, auf A nicht immer B folgen zu lassen. Im Workshop ging es auch um das Ausprobieren und den Mut zu Fehlern und vor allem um den Willen, aus diesen Fehlern zu lernen und es besser zu machen. Die Teilnehmer, die wir als sehr motiviert, engagiert und lösungsorientiert erlebt haben, nehmen die Erfahrungen aus „unserer Welt“ mit in ihren Alltag. Und andersherum.



Der wissenschaftliche Blick

von Prof. Dr. Ariane Berthoin Antal,
Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB)

Das Ziel unserer wissenschaftlichen Forschung ist es, MitarbeiterInnen, ProjektleiterInnen, KünstlerInnen und Intermediäre auf ihrer Entdeckungsreise durch die künstlerischen Interventionen zu begleiten. Im Vorfeld wollen wir die TeilnehmerInnen mit Hilfe unserer webbasierten Umfragen dazu anregen, sich über ihre Ziele, Hoffnungen und Befürchtungen Gedanken zu machen. Eine zweite Umfrage, die einige Wochen nach der Intervention an die TeilnehmerInnen geht, soll dazu beitragen, die Vorteile für den Einzelnen und das Unternehmen aus Sicht der unterschiedlichen Akteure zu ermitteln. Wir interessieren uns sowohl für die Erfahrungen, die während der Intervention gemacht werden als auch für Auswirkungen, die sich erst später am Arbeitsplatz ergeben, wie z.B. veränderte Sicht- und Herangehensweisen, neue Einfälle oder eine Erweiterung des professionellen Netzwerks. Jeder Fall ist einzigartig, deshalb ist es immer wieder faszinierend zu beobachten, was die TeilnehmerInnen im Prozess entdecken.





Der vermittelnde Blick

vom Team „Unternehmen!

KulturWirtschaft“, Nordkolleg Rendsburg
Gemeinsam mit der Getreide AG und den Kieler Comic-Künstlern haben wir gezeigt, dass unsere Theorie „Kunst fördert Wirtschaft“ Substanz hat und ein erstes regionales Beispiel geschaffen. Uns geht es darum, eine win-win-Situation zu schaffen in der beide Partner miteinander profitieren und Werte schöpfen. Künstler erobern neue Märkte und betreten ungewohntes Terrain. Sie erzeugen eine lebendige Kultur, abseits von Museen und Ausstellungshäusern und stellen ihre Kompetenzen in der Jetztzeit unter Beweis. Unternehmen bieten wir neue Herangehensweisen. Die Bereitschaft zur Ergebnisoffenheit müssen sie dabei mitbringen. In künstlerischen Aktionen wird das Werkzeug geändert und damit alles auf Anfang gestellt. Expertise wird auf fachfremder Ebene geteilt. Kompetenzen werden neu erfasst und gemeinsam wird eine Reflexionsfläche kreiert, die nachwirkt. Was wir dabei nicht wollen, sind künstlerisch angehauchte Trai-

nings. Die Qualität liegt im Ungewohnten, dem Ausmaß der Teilhabe und auch in der damit verbundenen Überforderung und Irritation. Die gewohnte Kultur des Lernens und Funktionierens wird dabei umgekrempelt. Beachtlich ist das kreative Potential schleswig-holsteinischer Künstler, das wir mit unserer Ausschreibung sichtbar machen konnten. An Ideen mangelt es keineswegs! Ebenso beeindruckt sind wir von der Anfragen-Vielfalt regionaler Unternehmen sowie deren Offenheit und Lust, Kunst als Chance für unternehmerische Herausforderungen zu erproben. Dabei geht es nicht nur um Spaß an der Kunst. Es kann und soll dabei auch gerne mal ans Eingemachte gehen und positiv irritieren.



Was kommt

Im weiteren Projektverlauf (bis Juli 2015) wird „Unternehmen! KulturWirtschaft“ mit verschiedenen Formaten und Einsatzmöglichkeiten experimentieren, um zu zeigen, was zwischen Kultur und Wirtschaft noch alles möglich ist.

Aktuelles

Bis zum 05.02. läuft die zweite Künstlerausschreibung. Interessierte schleswig-holsteinische Künstler können die Ausschreibung unter kulturwirtschaft@nordkolleg.de anfordern und sind herzlich eingeladen, an der zugehörigen Künstlerwerkstatt am 14.01. im Nordkolleg Rendsburg teilzunehmen.

Unternehmer, Personalleiter, Wirtschaftsförderer oder Regionalentwickler, die sich für die Projektinhalte interessieren, dürfen sich gerne mit Ihrem konkreten Anliegen an Projektleiterin Lena Mäusezahl wenden:

Tel.: 04331 / 1438 45

eMail: kulturwirtschaft@nordkolleg.de

www.kulturwirtschaft-nord.de

Text: Birthe Dierks

Illustration: Tim Eckhorst, Gregor Hinz



Pure Fruit

Pure Fruit ist ein Kieler Illustratorenkollektiv, das sich dem Comic verschrieben hat. Deshalb bringt das vierköpfige Team seit 2011 das gleichnamige kostenfreie Comic-Magazin heraus. Ziel der Macher (Tim Eckhorst, Gregor Hinz, Franziska Ludwig und Volker Sponholz) ist es, eine Plattform für Experimente im Bereich des grafischen Erzählens zu schaffen und Comics im Hier und Jetzt zu präsentieren. Finanziert wird das Magazin über exklusiv und individuell gezeichnete Anzeigen. Neben dem Magazin bietet das Kollektiv eine Vielzahl weiterer Leistungen, die von Illustrationen über Workshops und Vorträge bis zu Live-Formaten wie Lesungen, Comic-Battles oder Graphic Recording reichen. www.purefruit-magazin.de

