



kunst
på
jobb



Siden starten i 2001 har Forum for Kultur og Næringsliv vært brobygger mellom kulturlivet og næringslivet. Samspillet foregår på mange arenaer og på ulike nivåer. Bedrifter sponser kulturlivet for å bygge både merkevarer og relasjoner. Men utveksling av kunnskap og kompetanse er også sentrale mål i dette forholdet. Steder preget av kulturelle aktiviteter tiltrekker seg ofte bedrifter med høye krav til utdannings- og kompetansenivå, hvor også kultur oppfattes som en viktig kilde til kreativitet og innovasjon. Dét kommer også til syne i de ansattes krav til bedriften de arbeider for. Mange norske bedrifter har tradisjon for å investere i kunst, og enkelte bedrifter har etter hvert opparbeidet verdifulle og viktige samlinger. Allerede i 1922 bestilte Marabous grunnlegger Henning Throne-Holst, en frise på 12 bilder av Edvard Munch til bedriftens kantine. De henger fortsatt i kantinen ved Freia Sjokoladefabrikk. Statoil, Telenor og Nordea er også eksempler på store bedrifter med viktige samlinger. Men også langt mindre bedrifter samler på kunst, eksempelvis JP Collier og skiltprodusenten Signex.

Foruten å bidra til vakrere arbeidsplasser, opplever mange at kunsten er et fast anker på en arbeidsplass i stadig endring. Kunst skaper bedre trivsel og kan motivere, inspirere og gi de ansatte ny kunnskap.

Men kunsten spiller også en enda viktigere rolle. Bedriftene kan inspirere hverandre til innkjøp av samtidskunst til sitt arbeidssted. Med en bevisst og planlagt holdning til innkjøp, formidling og ikke minst plassering, kan bedriftens kunst også bidra til å bryte språklige, kulturelle eller geografiske barrierer mellom medarbeidere.

Kulturlivet får på sin side tilgang til nye arenaer for formidling og markedsføring utenfor galleriene og de tradisjonelle visningsstedene. Næringslivet representerer nye finansieringskilder og allianser, som kan styrke kunstneres grunnlag for å realisere prosjekter.

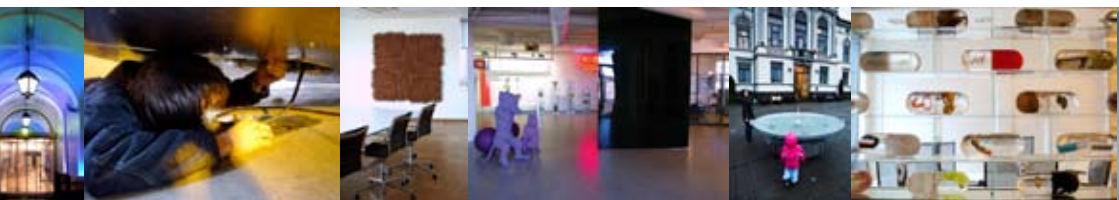
Vi håper at dette heftet, laget av Forum for Kultur og Næringsliv, vil være til inspirasjon og nytte for bedrifter som kunne tenke seg å kjøpe kunst, enten det er for utsmykning av bedriftens lokaler eller andre grunner. Investeringen vil garantert være til glede og nytte for bedriften. Og ikke minst vil det være et godt bidrag til utvikling av samtidskunstfeltet.



Trond Giske
Kultur- og kirkeminister



Elizabeth Bjørn-Hansen
Direktør





kunst i bedriften

– et gode for medarbeiderne

Menneskelige ressurser er viktigste innsatsfaktor i bedriftene. Å rekruttere, beholde og motivere medarbeiderne er avgjørende for å lykkes. Miljøet vi arbeider i har stor betydning for hvordan vi trives på jobben og kunst kan bidra til å skape trivsel, engasjement, lojalitet og tilhørighet for de ansatte. For bedrifter som vil markedsføre seg utradisjonelt og kreativt, kan kunst være en god investering.

Stadig flere bedrifter velger å la kunstnerisk utsmykking bli en del av arbeidsmiljøet. Kunstnere skaper kunst og næringslivet kan dra nytte av den samt bidra til å formidle den. I Norge finnes det allerede et stort antall bedrifter som gjennom årene har bygget opp interessante og verdifulle kunstsamlinger.

Kunst kan:

- Synliggjøre og minne oss på bedriftens verdier og mål.
- Stimulere tanken og kreativiteten.
- Fungere som en motvekt til stadig økende innslag av teknologi på arbeidsplassen.
- Gi en åpning for personlig utvikling og bygge fellesskap og arbeidsmiljø, for eksempel gjennom en kunstklubb, dialog med kunstnere og besøk på museer og gallerier.

- Skape aktivitet og positivt engasjement i arbeidsmiljøet, ved å legge til rette for dialog og diskusjon om bedriftens kunst. For eksempel kan intranettet være en arena for informasjon, tilbakemeldinger og synspunkter.



Detalj av Gøril Wallins verk hos GC Rieber i Bergen
© Gøril Wallin

GC Rieber er et Bergensbasert selskap med kjernevirksomheter innen marine oljer, skinn, salt, eiendom og shipping. De utfordret kunstnere til å være med å skape fremtidsrettede omgivelser i sine nye kontorlokaler i Beddingen i Solheimsviken.

For å belyse en av selskapets kjerneverdier - kreativitet - inviterte de til konkurranse blant unge kunstnere. I samarbeid med Kunsthøyskolen i Bergen (KhiB) ble syv kunstnere plukket ut til å smykke ut GC Riebers nye lokaler. En forutsetning for kunstverkene var at de skulle være sterkt knyttet til selskapets historie og verdier.

Kunstverkene er i dag et viktig omdreiningspunkt i GC Riebers daglige virke - både for de ansatte og i møtet med kunder og besøkende. GC Rieber definerer blant annet kreativitet som å løse oppgaver på en utradisjonell måte. Det utradisjonelle har de da også klart å bringe med seg inn i kontorene gjennom dette samarbeidet med unge lovende kunstnere og det innovative kunstlivet.

De har satt fokus på kreativitet i bedriften, noe som de ansatte forhåpentlig også tar med seg videre i sitt arbeid i bedriften.

“GC Rieber har tro på at for ytterligere vekst kan kunst og arkitektur inspirere til økt effektivitet, trivsel og kreativitet - èn av våre kjerneverdier.”

Eva Karin Fremstad, Markedssjef



Gøril Wallin er en av kunstnerne som er representert i GC Riebers nybygg i Bergen. Tidskapslene består av søppelet støpt inn i transparent epoxy. Søppelet er samlet inn over tid fra de ulike avdelingene i GC Rieber. Kapslene danner en vegg mellom to møterom, der man også kan lese hvor og når gjenstandene er funnet.

© Gøril Wallin

Royal Caribbean Cruises Ltd. er et verdensomspennende cruiseselskap som driver cruisederierene Royal Caribbean International og Celebrity Cruises. Royal Caribbean har alltid satset mye på kunstsmykking av sine cruiseskip. En rekke norske kunstnere er representert om bord - som

Tom Sandberg, Marianne Heske, Ida Lorentzen, Dag Alveng, Inger Sitter og Knut Steen.

Hvert år deler selskapet ut tre stipender til norske kunstnere, gjennom stipendprogrammet Royal Caribbean Arts Grant.

Dette er et kunststipendprogram til støtte for yngre norske billedkunstneres videreutvikling, samtidig som de utvalgte får internasjonal eksponering.

Stipendene består av tre stipendier av 150 000 kroner og egen utstilling ombord i Royal Caribbean's "Jewel of the Seas".

I 2009 er det 7de gang Royal Caribbean (RCCL) deler ut stipendet Royal Caribbean Arts Grant til norske kunstnere.

Mange profilerte norske kunstnere har til nå mottatt stipendet.

Siden stipendet ble delt ut første gang, har nær 200 kunstnere sendt inn søknader hvert år med håp om å bli lagt merke til av en frittstående kunstfaglig jury.

Ombord i "Jewel of the Seas" hvor vinnerverkene stilles ut, har selskapet investert for over 30 millioner kroner i den permanente utsmykningen av skipet.

Stipendieprogrammet for norske kunstnere er en fortsettelse av Royal Caribbeans kunstsatsing.

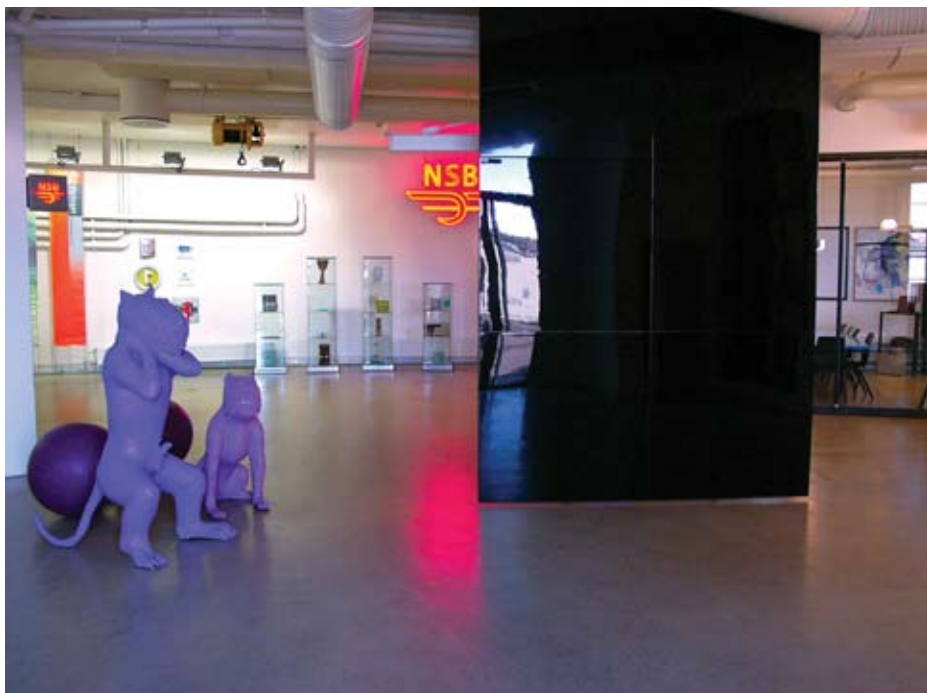
"Royal Caribbean Arts Grant er et viktig og generøst program. Støtten tildeles uten at det knyttes opp mot en utstilling eller at det forventes noe tilbake og er et bidrag til et pulserende kunstliv"

Karin Hellandsjø,
Direktør ved Henie Onstad Kunstsenter og tidligere jury leder.

kommunikasjon med kunder og samarbeidspartnere

Det er viktig å skille seg ut fra mengden – å vise hva som skiller en bedrift, dens verdier og merkevare fra alle de andre. Kunst kan effektivt og kreativt fortelle hvem du er og hva du står for.

Bedriftene lever av kunderelasjoner. Kunst kan på en spennende måte bidra til å styrke posisjonen hos kundene, og knytte sterkere bånd mellom bedriften og viktige samarbeidspartnere.



Hos Signex henger ikke kunsten bare til pynt, den skal inspirere og provosere besøkende og ansatte - som her i inngangspartiet til bedriften. Foto: Signex

Signex er en skiltmaker med ca 30 ansatte. Selskapet er lokalisert med kontor og produksjonslokaler i et gammelt bilverksted ved Ensjø i Oslo. Gjennom 20 år har styreleder Rolf Hoff hatt et engasjement for billedkunst, og gjennom produksjoner og materialer har Signex støttet unge samtidskunstnere og kunstnerstyrte gallerier.

Motivasjonen for Signex og styreleder Rolf Hoff er i utgangspunktet en generell samfunnsinteresse. Men det råder også en klar bevissthet rundt hvordan kunsten underbygger Signex som firma. Kundene som kommer inn i lokalene blir også veldig nysgjerrige forteller styreleder Rolf Hoff.

“Vi vekker interesse som firma - noe som igjen fører til at vi skiller oss ut i vår konkurranse med de andre aktørene i vår bransje. Det handler om å tørre, å være litt vågal. Kunsten skal være tankevekkende og seriøs”

sier Hoff -

“...ved å eksponere en stor kunstsamling i våre lokaler - kontorer så vel som produksjonslokaler - mener og tror jeg at vi får en økt trivsel blant våre ansatte. Dette fører igjen til at vi får ansatt bedre folk som har en bevissthet om kvalitet og seriøsitet.”



Produksjonslokalene til Signex er fylt med kunst. Foto: Signex



Jan Christensen er en av de norske kunstnerne advokatfirmaet Selmer valgte å satse på ved utsmykking av nye lokaler på Tjuvholmen i Oslo. Foto: Bård Gudim

Advokatfirmaet Selmer DA er et av landets ledende advokatfirmaer med 180 medarbeidere. Da firmaet i september 2008 skulle flytte inn i nye kontorer på Tjuvholmen i Oslo, ønsket de å utsmykke lokalene sine med kunst som passet godt til det nye byggets arkitektur og materialvalg. Valget falt på ung norsk samtidskunst.

Tidligere billedkunst som var innkjøpt til de gamle lokalene ble avviklet. Selmers ønske var å profilere seg med kunst og kunstnere som representerte noe nytt og spennende på den norske kunstscenen, noe som ville inspirere til deltakelse og kreativitet blant medarbeidere, samt et engasjement for omgivelsene.

Selskapet tok kontakt med Unge Kunstneres Samfunn (UKS) for å få veiledning og fagkompetanse vedrørende utvelgelsen av kunstnere og verk.

Resultatet ble et samarbeid med seks unge norske kunstnere som også virker på den internasjonale kunstscenen.

I lokalene til Selmer finner vi dag integrerte arbeider av kjente unge samtidskunstnere, som Anders Smebye, Jan Christensen og Josefine Lyche. Alle kunstnerne og verkene er nærmere presentert i heftet "Selmer Art".

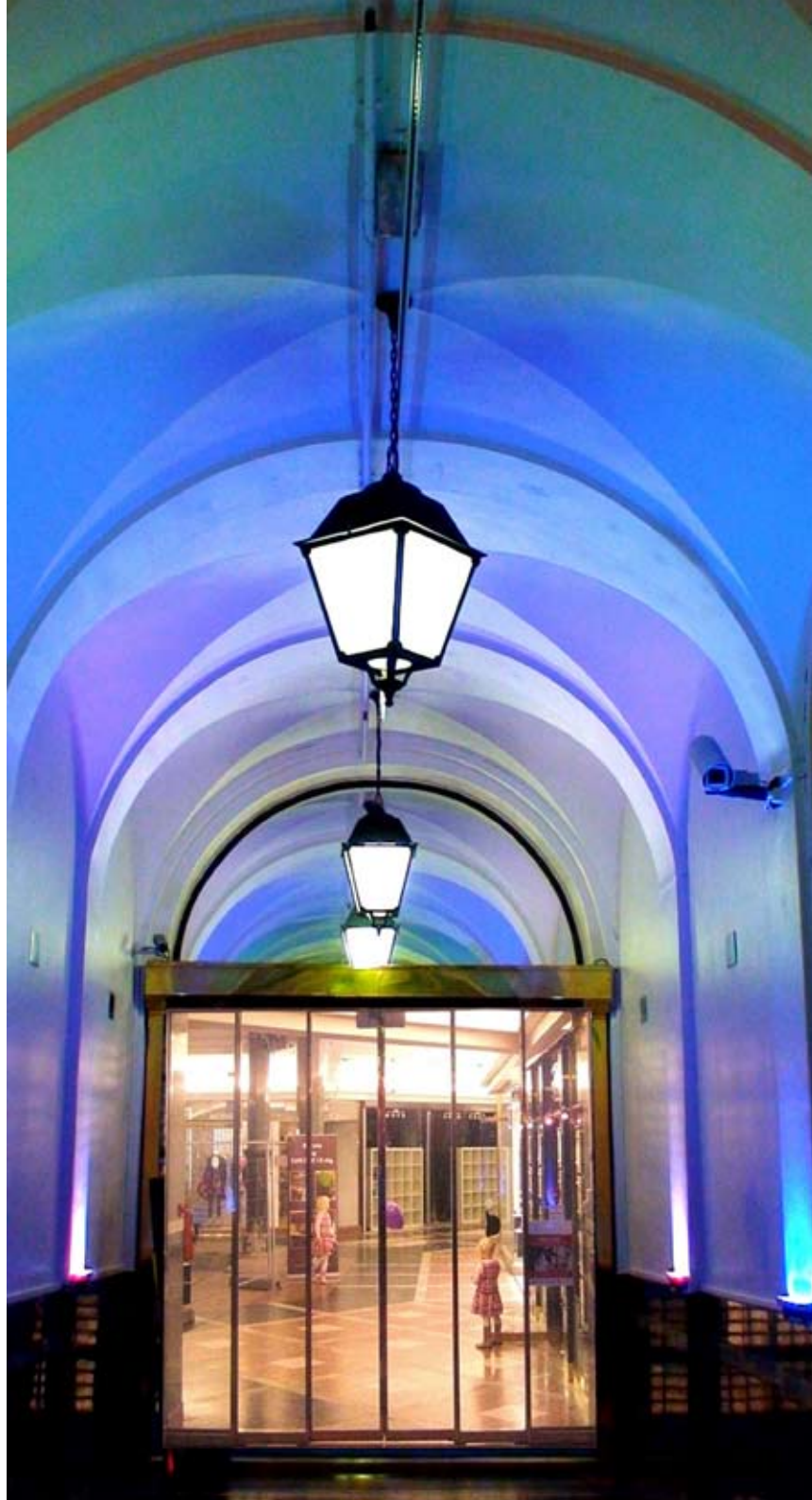
Paleet Shoppingsenter på Karl Johan er et annet eksempel der handelsstanden går inn i samarbeid med kunstnere. Senteret har nylig avsluttet et samarbeid med kunstneren Calina Pandelet Yttredal. "Et års lysprosjekt på Paleet" er et lysprosjekt inspirert av nordisk lys og natur. Utgangspunktet for prosjektet var Paleets ønske om å gjøre noe med de fire inngangspartiene til senteret - som fremstod som mørke og tunge.

"Vi ønsket å synliggjøre inngangene og samtidig gi dem forskjellig identitet uten å bruke altfor mye lys" sier senterleder Marianne Mevik. Dette åpnet for samarbeidet med Calina Pandelet Yttredal som i løpet av et års tid utviklet et unikt lysprosjekt i farger og lys for Paleet. Ved hjelp av avansert data- og lysteknologi fremstår de fire inngangspartiene nå som ulike portaler med skiftende lys og stemning. Paleet har i tillegg en lang tradisjon med å formidle og ta vare på kunst. Besøkende i kjøpesenteret har også gjennom mange år kunnet oppleve skulpturer utlånt fra Billedhoggerforeningen, eller studere malerier utlånt fra kjente gallerier og institusjoner.

"Vi ønsket å synliggjøre inngangene og samtidig gi dem forskjellig identitet uten å bruke altfor mye lys"

Marianne Mevik,
Senterleder

© Calina Pandelev Yttredal
Calina Pandelev Yttredal har i samarbeid med Paleet kjøpesenter utviklet et unikt lysprosjekt som er med å sette sitt særpreg på inngangspartiet til senteret.



lokalt engasjement og samfunnsansvar

Dagens bedrifter møtes med forventninger om å "gi noe tilbake" til fellesskapet og omgivelsene. Støtte til lokale, nasjonale eller internasjonale kunstnere er et godt og synlig bidrag til et levende samfunn, samtidig som bedriften kan bygge opp en kunstsamling og på denne måten investere.

ABG Sundal Collier har gjennom mange år valgt å profilere en ny norsk samtidskunstner i sin årsrapport som distribueres i stort antall. I tillegg sponser de hvert år en kunstner med å kjøpe et utvalg av kunstnerens verk og videre gjøre det tilgjengelig for publikum gjennom utstilling og utsmykking av egne lokaler.

Et annet eksempel er NLI Engineering Industry AS - en leverandør av ingeniørtjenester innenfor landbasert industri, lokalisert på Klosterøya i Skien. NLI Engineering Industry AS er med i produksjonen av kunstner Amanda Steggells "Electromagnetic Fountain" - en fontene der vannet spruter ut etter hvilke signaler fontenen får fra mobiltelefoner, trådløse nettverk og andre elektromagnetiske spenninger i luften.



Produksjonen av Amanda Steggells "Electromagnetic Fountain" viste klart at både bedriften og kunstneren kan oppnå betydelig gevinst gjennom samarbeid. Foto: Springer kulturstudio/ ROM3



Amanda Steggells "Electromagnetic Fountain" stilles ut i Porsgrunn under Kultur natt.
Foto: Springer kulturstudio/ ROM3

Fontenen er en del av forprosjektet ROM3 - et nyskapende kunst og næringslivssamarbeid i Grenland med det formål å implementere teknologi i kunstproduksjon samt koble teknologibedrifter med kunstnere. ROM3 er initiert av Springer Kulturstudio i samarbeid med Porsgrunn Kunstforening, Telemark Kunstnersenter, Skien Kommune og IKT Grenland.

NLI Engineering Industry AS var en av de første fra næringslivet som

sa seg villig til å delta i prosjektet. Tanken bak prosjektet og engasjementet er å gi de ansatte i bedriftene en positiv opplevelse samt å skaffe bedriften er godt ry. I tillegg bidrar de til det lokale kulturliv og samfunnsengasjement i Grenland

- NLI bidrar med sin ekspertise og kunnskap for å bygge fontenen til Amanda Steggels samt få den til å fungere optimalt rent teknisk.



400meterkunst på Voss - Norges største utendørs salgsutstilling? Her representert ved Anne Arnebergs filtarbeider utstilt i ett av butikkvinduene. Foto: Anne Arneberg

400meterkunst er en utendørs kunstfestival som siden 2007 har vært arrangert årlig i Voss sentrum. Arrangementet har som mål å være en kunstfestival for kunstinteresserte, og festivalen er etablert som en frittstående medlemsorganisasjon. Rundt 60 butikker i den største handlegaten bytter ut vanlige varer med kunstverk i utstillingsvinduene, og gaten blir omgjort til en stor salgsutstilling i to uker hver høst.

400meterkunst er dermed et unikt samarbeidsprosjekt mellom den lokale handelsstanden og kunstnere. Bygda blir trukket inn i kunsten samtidig som næringslivet bidrar aktivt til formidling av kunst og ikke minst en profilering av egen butikk. Dette skaper tettere bånd mellom kunstnere og næringsliv, som igjen åpner opp for andre samarbeidsformer. Alle butikkene oppfordres til å kjøpe et medlemskap i 400meterkunst.

Næringslivet blir dermed også en viktig økonomisk støttespiller i et idealistisk og dugnadsbasert prosjekt. I Norge finnes det et stort antall bedrifter i ulike markeder som har bygget opp relativt store samlinger av billedkunst.

StatoilHydro er en av de bedriftene som innehar en av de betydelige kunstsamlingene i Norge. Kunstsamlingen består av over 2000 verk og er bygget opp over en periode på 20 år. Kunsten er plassert i StatoilHydros forskjellige kontorer, også i utlandet. Deler av samlingen var utstilt under tittelen Pieces of Energy i Stavanger Kunstforening i 2008. Til utstillingen ble det også laget en katalog som presenterer et større utvalg av selskapets samling av samtidskunst, med hovedvekt på de verkene som har kommet til siden 2002.

StatoilHydro deler også annethvert år ut et kunststipend. Stipendet på kr 500 000 (fordelt på to år) går til en ung kunstner, bosatt i Norge, eller norsk statsborger bosatt i utlandet og er en del av StatoilHydros program "Morgendagens Helter". Formålet med stipendet er å gi unge kunstnere "arbeidsro" i to år og stimulere til videre arbeid og utdanning. Det deles også ut stipender til fremragende talenter innen feltene utdanning, klassisk musikk, rock og idrett. På denne måten er StatoilHydro med på å bedre vilkårene for utvalgte

kunstnere, samtidig som de bekrefter sin egen profil som en kunstinteressert og samfunnsengasjert bedrift.

Selvaag Gruppen er også en bedrift som satser på yngre og uetablerte kunstnere. I samarbeid med Norsk Billedhoggerforening har selskapet siden 1998 arrangert konkurranser for yngre, uetablerte kunstnere som leverer den beste figurative skulpturen egnet til utplassering i boligmiljø.

I 2004 tok Selvaag Gruppen kunstengasjementet et skritt videre og utlyste en internasjonal konkurranse for figurative billedhuggere om å lage skulpturer basert på et utvalg kjente scener fra Henrik Ibsens "Peer Gynt". Konkurransen og utplasseringen vil pågå frem til selskapet synes de har et akseptabelt antall skulpturer til å fremstille det populære stykket "Peer Gynt". I 2009 er det utplassert 13 skulpturer på Løren i Oslo.



Denne skulpturen av Finn Eriksen møtte deg på Veitvet shoppingssenter på 1960-tallet. Skulpturene på Veitvet var bekostet av A/S Selvaagbygg.
© Groruddalen Historielag/Leif Hansen

Selvaag Gruppen er kjent for å bruke mye ressurser på å etablere kultur i sine byutviklingsprosjekter. De har bl.a. siden 1950-tallet utplassert figurative skulpturer i tilknytning til sine boligprosjekter, til glede og inspirasjon for beboerne. Dette med utgangspunkt i gründer Olav Selvaag sitt ønske om å bringe kunsten fra museene og ut til folket. Pr i dag har selskapet utplassert ca 500 skulpturer i sine ulike boligmiljøer.

Skulpturene brukes også i egne lokaler for at de ansatte skal få et forhold til kunsten. Som et ledd i formidlingen av kunsten ble det i 2006 også laget en kunstkalendar med bilder av de ulike skulpturene selskapet eier.



Peer Gynt-suiten etableres og utplasseres i forbindelse med Løren-utbyggingen, hvor Selvaag utvikler en gammel militærleir til en ny bydel med 1500 boliger. Her "Peer og Anitra i ørkenen" av Elena Engelsen/Per Ung.
Foto: Børke Magnus Knutsen/ SCANPIX

hvor mye koster det?

Kunst i bedriften behøver ikke å koste en formue.

Enhver bedrift kan investere i kunst og kultur. Beløpet er ikke avgjørende. Det viktigste er et bevisst forhold til hvilken rolle kunsten skal spille hos dere.

I alle statlige byggeprosjekter avsettes det automatisk en prosentandel på inntil 1,5 % av byggekostnadene til kunst. Prosentandelen avhenger av faktorer som type bygg, byggets tilgjengelighet, antall brukere og grad av offentlighet.

Det er mulig å bringe billedkunsten inn i bedriften uten å investere så mye i første omgang. Viljen og engasjementet er for mange et godt utgangspunkt for i første rekke å presentere kunst i bedriften. Gekos Kunstscole i Drammen er en privat kunstscole hvor det undervises i figurativ maling, akryl, akvarell, olje, tegning og blandingsteknikker.

Da skolen var på jakt etter lokaler i nærmiljøet for å lage utstilling av elevenes arbeider, valgte de å ta kontakt med Globus Tannhelse i Drammen. Det store venterommet hos Globus Tannhelse ble stilt til rådighet og deretter fyllt opp med elevenes kunst på alle vegger - til glede og nytte for alle parter. For Gekos Kunstscole var det avgjørende at utstillingen på denne måten ble gjort tilgjengelig for et bredere tverrsnitt av befolkningen - også dem som normalt ikke ville valgt å oppsøke et galleri. For Globus Tannhelse fikk venterommet en ny dimensjon - det gjorde ventetiden for kundene deres til en opplevelse, samtidig som kunsten var til stor glede i hverdagen for de ansatte.

Kan kostnadene forsvares?

Kunst er investering. Men det er mer enn en pengeplassering. De færreste bedrifter som velger å bruke penger på kunst og kultur, føler et sterkt behov for å finregne på avkastningen. Men det er fullt mulig å ta et mer kvantitativt blikk på verdien av kunst i bedriften.

Én tilnærming er å taksere bedriftens kunst med jevne mellomrom. Hvert femte år kan være et fornuftig tidsintervall. Slik vurderes verdien av kunsten på samme måte som bedriftens faste eiendommer og eiendeler for øvrig.

En annen mulighet, i de tilfellene hvor kunsten knyttes til bedriftens PR-aktiviteter, er å evaluere publisiteten som er oppnådd. Verdien av kunsten i PR-sammenheng bør måles etter samme metoder som brukes for å måle annen PR-aktivitet. (Ofte har dette vært gjort ved å ta utgangspunkt i annonsekostnader for tilsvarende oppmerksomhet og multiplisere med en gitt faktor, større enn 1. Faktoren man multipliserer med er større enn 1, fordi man antar at redaksjonell omtale er mer verdt enn annonser.)

En del bedrifter har klart å knytte direkte sammenhenger mellom engasjement og investering i kunst og forretningsmessige resultater.

Potensielle kunder inviteres med på utstillinger eller i andre sammenhenger hvor kunsten har en viktig plass. Forretningsmessige resultater med de aktuelle kundene kan deretter tallfestes.

Hva er god kunst for deg og din bedrift?

Kvalitet

Verkene som det investeres i må ha klare kunstneriske kvaliteter. Dette er helt avgjørende for kunstens verdi for bedriften.

En tanke bak

Skal kunstne ha en underliggende filosofi som støtter bedriftens forretningsmessige mål? Det bør være en slik sammenheng, og den må kommuniseres tydelig til både ansatte og omverdenen.

Et klart formulert mål

Det er lurt å ha et bevisst forhold til hvilken funksjon kunsten skal ha i bedriften. Målet/målene ved investering og oppmerksomhet rettet mot kunst, bør formuleres mest mulig tydelig og konkret.

Eksempler på slike målsettinger kan være:

- Inspirasjon for medarbeidere
- Økt trivsel og motivasjon på arbeidsplassen
- Formidle selskapets verdier og visjoner
- Posisjonering og markedsføring - som et ledd i en markedsføringsstrategi.

- Profilering og imagebygging
- Dekorasjon

Synlighet

Det er en trend at bedrifter viser frem kunsten sin, for eksempel som en integrert del av arkitekturen på arbeidsplassen eller ved å gi den plass i et galleri i bedriftens lokaler.

Aktiv bruk

”Avkastningen” på bedriftens kunstinvesteringer blir størst om kunsten brukes aktivt i hverdagen, ved å legge til rette for samtale og diskusjon om bedriftens kunst. Kunsten bør ha en rolle både i forhold til ansatte, kunder og omverdenen for øvrig.

Kroner og øre

Selv om ikke kunstens hovedoppgave er å gi hard valuta, så kan det være et poeng å kunne dokumentere verdi og verdiutvikling i kroner og øre. Spesielt i tider, med oppkjøp, sammenstillinger, etc. Kunstsamlinger kan komme under press hvis verdiene ikke kan dokumenteres.

Hvordan starte en satsing på kunst i bedriften?

Det kan finnes mange grunner for å investere i kunst. Din bedrift bør finne frem til hvordan kunsten skal få spille en viktig rolle hos dere.

Hvorfor kjøpe kunst?

- Skape liv, identitet og atmosfære, feks ved innflytting i nye lokaler.
- Ønske om å signalisere forandring og kanskje en ny retning.
- Bygge og utvikle omdømme.

Ofte begynner kunstinteressen i en bedrift med en ny leder som allerede har et levende engasjement for kunsten.

De kritiske faktorene for suksess med kunst i bedriften er – kvalitet på kunstverkene, bevisst utvikling av kunstens rolle, synlighet og funksjon - innad i bedriften og i forhold til omverdenen.

Hvordan ta de første skrittene?

- Først sette opp noen klare mål for investeringen i kunst.
- Engasjere de ansatte på et tidlig tidspunkt.
- Etablere en kunstkomité.
- Erfaring tilsier at det ikke bør være for mange medlemmer i komiteen. En stor komité kan bli litt for tungrodd.
- Mange har hatt god nytte av å knytte til seg en erfaren kunstkonsulent, eller eventuelt dra veksler på ansatte med kompetanse og spesiell interesse for kunst. En slik fagkunnskap vil sikre at investeringen i kunst i bedriften gir dere mest mulig verdi tilbake.



Et av Kyrre Bjørnkås og Rune Andreassens verk i Selmers lokaler. Foto: Bård Gudim

få hjelp i jakten på god kunst

- Ta kontakt med det lokale galleriet, kunstforeningen eller kunstnersenteret. Dette er steder som innehar faglig kompetanse på kunst. Kontakt ditt nærmeste kunstsenter på <http://www.kunstnersenter.no>
- Kunst på Arbeidsplassen driver med kunstutleie til bedrifter. KpA har en samling på over 5000 bilder og 300 utstillinger som vandrer blant sine kunder over hele landet. Samlingen består av malerier, grafikk, fotografier, tegninger og akvareller. Les mer om dem på <http://kpa.no/>
- Oversikt over norske kunstnere finner du på <http://www.kulturnett.no/> Nettsiden er Kultur- og kirke departementets nettportal til norsk kulturliv. Her finnes blant annet et kunstnerregister og en oversikt over ulike institusjoner innen kulturliv
- Kunst i Offentlig Rom (KORO) lanserte våren 2009 en ny ordning for rekruttering og oppnevning av kunstkonsulenter. Bakgrunnen for dette er et stadig økende krav til kunstfaglig kompetanse og prosjektledelse ved utsmykking av byggeprosjekter. Konsulentregisteret er åpent tilgjengelig og søkbart på nett. Registeret omfatter pr i dag ca 200 kunstkonsulenter som på faglig grunnlag er prekvalifisert gjennom KORO. Ved å gå inn på hver enkelt oppføring vil du finne CV med utdanning, konsulent-, kurator- og produsenterfaring, samt kontaktinformasjon. Dersom du ønsker å formidle et konsulentoppdrag kan du kontakte dem enkeltvis, eller sende felles mail til samtlige. Les mer på <http://www.koro.no/>

Publisert og distribuert av:

Forum for Kultur og Næringsliv
Pb. 5250 Majorstuen, 0303 Oslo
www.kulturognaringsliv.org
+47 23 08 81 12 / info@kulturognaringsliv.org

Konsulenter:

Karianne Kampevold Sætre og
Mattis Michaelsen

Design:

Rebekka de Leon

Finansiert av:

Kultur- og kirke departementet

Trykk: 07 Gruppen AS

Utgitt Juni 2009



FORUM FOR KULTUR
OG NÆRINGSLIV



KULTUR- OG KIRKEDEPARTEMENTET

