

KONST SOM RESURS

NÄTVERK FÖR NÄRINGSLIVSUTVECKLING

MÅL 1 SÖDRA SKOGLÄNSREGIONEN

Här följer en kortfattad projektbeskrivning:

Projektet **Konst som resurs** vill utveckla en mötesplats för konsten i regionen. Öka tillväxten och stärka utvecklingskraften i samarbete mellan företagare som vill använda kulturen som ett medel för utveckling.

Projektets mål att skapa nätverk för gemensam utveckling där det traditionella näringslivet möter konstnärer.

Ett resurscentrum kan efter projekttiden samla det nätverk som projektet skapar och tillvarata, utveckla och marknadsföra den konstnärliga kompetensen i Västernorrland, och därigenom profilera länet, nationellt och internationellt.

Målsättningen med projektet är

- Att** utveckla nätverkssamarbete för förbättrad samverkan mellan konstnärer som och näringslivet i länet för ömsesidigt idéutbyte. Där kommer kommunernas näringslivskontor att vara en mötesplats mellan kulturföretagare och det traditionella näringslivet.
- Att** synliggöra och använda konsten/kulturen som en resurs för företagens utveckling. Med de konstprojekt på företag som genomförs skapas goda exempel och arbetsätt för framtida samarbetsformer. Detta sprids till övriga näringslivet genom uppsökande arbete, trycksaker, weddsida och marknadsföring av projektet med kortfilmer i TV 4.
- Att** tillvarata, utveckla och marknadsföra den konstnärliga kompetensen och därigenom profilera länet och nationellt. Med de goda exempel på företagsutveckling som projektet skapar och de arbetsformer som utvecklas i samarbete mellan AMS, näringslivskontoren, företagen och konstnärerna kommer dessa arbetsformer att visa på en framkomlig väg för konstnären som företagare. Detta finns det stor nyfikenhet för på det nationella planet.

Konstprojekt på företag.

Åtta delprojekt kommer att genomföras där konstnären tillsammans med näringsliv genomför pilotprojekt som exempel på hur ett samarbete för företagsutveckling kan ske mellan det traditionella näringslivet och det kulturella företagandet.

De åtta pilotprojektet marknadsförs genom samarbete med TV4 där varje delprojekt redovisas i med filmer som sänd på reklamplats.

- ◇ Projekten kan se lite olika ut och kan delas upp i traditionella och lite mer experimentella
- ◇ TRADITIONELLA
 1. Produktforskning och utveckling. Idé till ny produkt eller utvecklande av produkt.
 2. Formgivning, design. Konstnärliga aspekter på företagets produkter.
 3. Arbetsmiljö, estetik, inredning, färgsättning. Arbetsplatsens utseende och trivsel.
 4. Marknadsföring, reklam, grafisk formgivning, kommunikation, logotyper, Internet hemsida, media, utställningar på mässor.
- ◇ OTRADITIONELLA, EXPERIMENTELLA
 5. Företagsutveckling. Företaget som "konstprojekt". Att sätta in företaget i ett helt nytt intressant sammanhang, ge det en kulturell profil. Till exempel göra en konstutställning med företaget, dess verksamhet och produkter som "konst". Logotypen som konstverk. Produkten som konstverk (insatt i ett annat sammanhang). Speciell sammanställning av produkter till konstverk. Företagsprofilen som konstverk. Företagets verksamhet under en viss tid som specifikt konstprojekt, med konkret start- och stopptid. Företagets transporter som konstverk (utformning emballage, transportfordon, m.m.).
 6. Konstnären som "sponsor" av företag. Omvänd "sponsring". Företaget använder sig av konstnärens namn och unika arbetssätt i sin produktion, i marknadsföring, försäljning o.s.v. Konstnären deltar i produktionen kontinuerligt med olika förslag till förbättringar och förnyelse.
 7. Samarbetsprojekt för utställning. Konstnären använder sig av företagets teknik, material och produkter, logotyper o.s.v. för att skapa konstverk. Ett specifikt tidsbegränsat arbete som utmynnar i en utställning.
 8. Konstutställning på företaget. Bilder, installation, process (utvecklande projekt).
 9. Fortlöpande undersökning och dokumentation. Skisser, foto, film, objekt, text m.m.
 10. Konstnärlig konsult. Rådgivning, handledning vid företagets olika kontakter med konst och kultur. Blandning av konstverk och företagsprodukter till en utställning. Skillnad konst och vara? Konstnärlig gestaltning av och fortlöpande diskussioner kring en eller flera av företagets produkter.

**Förutsättningar:
8 konstprojekt på 8 företag**

Konstnärerna blir anställda på 3 månader med en månadslön efter KRO:s norm. 20 000kr/mån. Konstnärerna måste vara anslutna till AF-Kultur för att komma i fråga för projekt.

De företag som gått in i projektet satsar 25 000kr och värdet av eget arbete(15 000kr). Får då ett delprojekt av ett värde på c:a 100 000kr.

Urvalskriterier: I samråd med företagen kommer jag att presentera konstnärerna som vill delta med ett material som ni själva ställer samman. Varje företag planerar ett projekt tillsammans med konstnär utifrån idé och behov. Där företaget har avgörandet över vad som skall göras och väljer konstnär efter behov.

Varje projekt kommer att visas med reklamtid på TV4. 10-20 sekundersfilmer som visas 10 eller 20 gånger. Filmerna kan bli endera som ett reportage om de olika projekten eller som en del av projektet.

En webbplats finns för projektet www.konstsomresurs.info där redovisas resultaten från samarbetena med de företag som deltar i projektet.

Slutord

Behovet av nya arbetsformer inom konstområdet är stort och näringslivet söker nya former för utveckling. Det är gemensamma faktorer som förenas i detta projekt. Idag finns det en nyfikenhet och en öppenhet inom företag inför dessa frågor som projektet vill utveckla. Flera spetsprojekt i samhället integrerar nu konstnärens kreativa tänkande i sin organisationsutveckling och undersöker konstnärlig medverkan, lika självklart som frågor om miljö, informationsteknik och personalhälsa.

Det borde vara naturligt att man i alla företag och projekt i samhället undersöker konstnärlig medverkan, lika naturligt som frågor om miljö, informationsteknik och personalhälsa.

Den konstnärliga insatsen är alltid en investering som lönar sig på lång sikt, just därför att man inte kan kalkylera dess lönsamhet på kort sikt. Hur går det ihop? Därför att konsten innebär ett långsiktigt mervärde i form av annorlunda seende, skönhetsvärden, fördjupande perspektiv, filosofiska reflektioner, plattformar för tankens spänst och vila, alla saker som helt enkelt gör all verksamhet i samhället mera spännande, mera gåtfullt, mera intressant och utvecklande.

Men hur ska man förverkliga denna som man kan tycka självklara förbindelse? Och hur självklar är den? Vilka förväntningar eller farhågor finns både hos konstnären och hos näringslivet? Denna typ av frågeställningar skall projektet försöka finna en del svar på.

Organisation: Projektet leds av Landstinget/ Regional Utveckling. Medverkande är: Företag, Kommunernas näringslivskontor ,ÖKKV(konstnärsförening), Af-kultur(arbetsförmedlingen)Kc Nord (Konstnärscentrum), Länsstyrelsen.