

Kunst am Arbeitsplatz - Arbeit neu denken ...

Zeitgemässes "officeWORK" braucht den Umgang mit Kreativität und Innovation!

von Jochem Neysters, IAMB

"Wissensarbeit produktiv zu machen ist die große Managementaufgabe dieses Jahrhunderts, so wie es die große Aufgabe des vergangenen Jahrhunderts war, manuelle Arbeit produktiv zu machen." Diese, bereits 1965 formulierte Erkenntnis vom Managementlehrer Peter F. Drucker ist aktueller denn je. Auf dem Weg von der Industriegesellschaft zur Informations- und Wissens-Gesellschaft haben sich die Form unserer Zusammenarbeit sowie die Organisationsstrukturen verändert. Hinzu kommt in anspruchsvollen Märkten das "Customizing". So steht heute immer mehr in Unternehmen "Organismus" vor "Organisation", denn es bedarf mehr und mehr eigenverantwortlicher Arbeit, Ideen und sozialer Interaktion, um zum "gewohnten" Output zu gelangen. Für die Büroarbeit(er) und Büro-Kommunikation bedeutet dies, sich vom sturen, linearen "zeitorientierten ab-arbeiten" weg zu bewegen. Notwendig ist ein zielorientiertes, flexibles, kommunikatives und kreatives Teamwork.

Kreativität ist leider eine in unserer Erziehung vielfach abgebaute natürliche Fähigkeit, die es neu zu "erfinden" gilt, so Kreativitätsforscher Prof. Willis Harman, Stanford University:

Die Erfindung des Erfindens

"Bisher haben wir Kreativität gewissermaßen wild geerntet und uns nur der kreativen Leistungen solcher Menschen bedient, die trotz aller Bemühungen von Familie, Religion, Erziehung und Politik, ihnen die Flausen auszutreiben, kreativ geblieben sind. Wenn wir lernen, die Kreativität in unser tägliches Leben zu integrieren, sie zu fördern, statt sie zu behindern, dann können wir die Zahl der kreativen Menschen in unserer Mitte etwa vervierfachen. Das würde die Anzahl und damit den prozentualen Anteil solcher Individuen an der Gesamtbevölkerung über die Schwelle der "kritischen Masse" anheben. Wird in einer Kultur dieser Punkt erreicht, wie es zum Beispiel in Athen zur Zeit des Perikles der Fall war, dann führt das zu einer Eskalation der Kreativität und die Zivilisation macht einen gewaltigen Sprung nach vorn. Wir könnten ein Goldenes Zeitalter verwirklichen, wie es die Welt noch nicht gekannt hat. Ich bin fest davon überzeugt, daß dies zu Beginn des 21. Jahrhunderts eintreten wird."

Was ist überhaupt Kreativität?

Der Harvard Psychologe David Perkins, Leiter des **'Projekt Zero'** zur Erforschung kognitiver Fähigkeiten bei Wissenschaftlern und Künstlern, hat ein pragmatisches Modell jenseits romantischer Mythen entwickelt, um den kreativen Prozess zu beschreiben. Er stieß auf sechs zusammenhängende Bausteine, die er sehr plastisch zu einem sechseckigen **'Schneeflocken-Modell der Kreativität'** zusammenfaßte.

Die erste Zacke ist eine stark ausgeprägte persönliche Ästhetik. Teil dieser persönlichen Ästhetik ist eine hohe Toleranz gegenüber Komplexitäten, Zweideutigkeiten und Disorganisation. Kreative Menschen scheinen Gefallen daran zu finden, sich in einen Wust von Ungewißheiten zu stürzen und daraus neue Zusammenhänge zu häkeln.

Die weite Zacke ist die Fähigkeit, ungewohnte Fragen zu stellen und die verschiedensten Optionen eines Problems durchzuarbeiten.

Die dritte Zacke heißt mentale Mobilität. Damit ist die Fähigkeit gemeint, neue Perspektiven und Herangehensweisen zu finden und dabei vor Paradoxien nicht zurückzuschrecken. Schutzpatron dieser Disziplin ist der römische Gott Janus, der bekanntlich mit seinen zwei Gesichtern nach vorne und hinten gleichzeitig blickte. Wer kreativ ist, wird häufig in Gegensätzen und Asymmetrien denken und die gängigen 'frontalen' Sehweisen in Frage stellen.

Die vierte Zacke ist die Bereitschaft, Risiken einzugehen. Hier treffen sich die Einfallsreichen mit den Waghalsigen und sogar mit den Kriminellen. Sie alle suchen den Kitzel der besonderen Herausforderung, jeder auf seinem Terrain, ob geistig, körperlich oder gemischt. Die Kreativen dürfen das geistige Risiko nicht scheuen und vor intellektuellen Verbotsschildern keinen Halt machen.

Klingt gut, nicht wahr? Die schlechte Nachricht: Dieses Risiko schließt die Möglichkeit des Scheiterns mit ein. Anders lautenden Mythen zum Trotz ist der Fall auf die Nase keine unbekannte Erfahrung für den kreativen Menschen. Im Gegenteil, nur uncreative Nasen fallen nie auf dieselben. Wer die Chancen der Originalität wahrnehmen will, arbeitet immer am Rande der eigenen Kompetenz und oftmals im freien Flug weit darüber hinaus.

Die Schneezacke Nummer fünf lautet Objektivität. Ohne den genau prüfenden, gemeinhin objektiv genannten Blick laufen auch die brilliantesten Kreativen Gefahr, in einer Welt des autistischen Scheins zu verschwinden. Objektivität, sagt Perkins, erfordert mehr als Talent oder Glück, es erfordert die Fähigkeit, sein Ego zur Seite zu

stellen, Rat und Fakt und Feed-back einzuholen. Es reicht nicht, gute Ideen zu haben, wenn man nicht Willens ist, sie unter die Lupe zu nehmen und zu testen.

Die sechste und letzte Zacke komplettiert die innere Motivation. Sie ist in gewisser Weise das Herz hinter der Kreativität. Erfindende Menschen sind es in erster Linie um ihrer selbst willen, aus sich selbst heraus, und nicht, weil sie ihre Bemühungen gegen Nobelpreise und Pensionsberechtigung einzutauschen gedenken. Die Triebfeder des kreativen Arbeitens ist nicht das Kalkül von Soll und Haben, sondern ein Überfluß an Freude, ein Gefühl der Befriedigung, das aus der Herausforderung selbst bezogen wird.

Was kann "Kunst am Arbeitsplatz" in diesem Kontext leisten?

Präsentation von Kunst am Arbeitsplatz war und ist in ihrer Symbolik zunächst immer eine Darstellung von Macht - ein manifestieren und verstärken des "Genius loci". Zwischen den Auftragsarbeiten barocker Herrscher, die das höfische Leben oder vorzugsweise auch den Auftraggeber selbst verewigen sollten, und der Anwendung von Kunst in der Gegenwart findet sich zunächst wenig Unterschied.

Den Unterschied zu früher und die Brücke zur Kreativität machen die Plätze aus, an denen "Kunst am Arbeitsplatz" heute zu finden ist. Nämlich nicht allein in den Chefetagen, sondern in den Etagen "darunter". Eine Entwicklung, welche in den 70er Jahren des vorigen Jahrhunderts seinen Ursprung fand. Und zwar aus der Notwendigkeit von zunehmend veränderten Arbeitsorganisationen und der Förderung von Kreativität, Teamwork und Kommunikation im Office.

Hier, in den Büros der Mitarbeiter, ist die unmittelbare Begegnung mit der Kunst eine ganz andere, als in der Chefetage oder in einem Museum - nämlich eine direkte, alltägliche, wie auch zufällige Erfahrung.



Nicht allein für den Betrachter, auch für die Kunst selber ist dies eine Herausforderung, denn sie muss sich in der speziellen Umwelt "Arbeitsplatz" behaupten, nicht zuletzt teilweise bei einem Publikum, das sonst keine Kunstausstellungen besucht. Dies wird um so mehr verstärkt, je stärker Mitarbeiter demokratisch in den Auswahlprozess mit einbezogen werden ...

Kunst kann die Stimmung am Arbeitsplatz in Richtung Arbeitsmoral und Produktivität sowohl positiv, als auch negativ beeinflussen, dies ist spätestens seit der Untersuchung des amerikanischen Psychologen und Biologen Dr. Aric Sigmann bestätigt. Kunst kann, so das Ergebnis seiner Studie, die Kreativität fördern, kann entspannen oder die Stimmung verbessern.

Gemälde, wie Gustav Klimts „Der Kuss“ wirkt bspw. besonders stimmungsaufhellend und beruhigend. Cezannes „Badende“ sowie van Goghs „Sonnenblumen“ und Matisse's „Blauer Akt“ helfen, Stress abzubauen. Bilder wie Edvard Munchs „Schrei“, Andy Warhols „Campbells Soup“ oder Picassos „Guernica“ wirkten dagegen anregend oder aufwühlend.

Es hat sich gezeigt, dass Unternehmen, die Beziehung zur Kunst pflegen, sei es als Sponsor oder als Käufer für die Ausgestaltung von Büros und Empfangsbereichen, oft eine gute Unternehmenskultur haben. Kunst kann wesentlich dazu beitragen ein kreatives und innovatives Klima zu schaffen. Besonders moderne Kunst sprengt gewohnte Wahrnehmungszusammenhänge, und gerade darin liegen die kreativen Potentiale der Zukunft.

Kunst am Arbeitsplatz motiviert Menschen, macht sie aufgeschlossener und neugierig. Kunst schafft Kontakte und stellt Beziehungen her. Kunst fördert die interne und externe Unternehmenskommunikation, den wichtigen gegenseitigen Austausch und die Zusammengehörigkeit der Mitarbeiter. Wechselnde Kunst am Arbeitsplatz fordert immer wieder neu die Auseinandersetzung mit der Kunst. Immer wieder sind andersartige Anregungen und Eindrücke erlebbar und regen zu Diskussionen und kreativen Prozessen an.

BÜRO PUR - vernetzte Kompetenz ...

Vor allem in den letzten 10 Jahren sind neue, veränderte Umfeldbedingungen für die "Kunst am Arbeitsplatz" entstanden, welche ihre Wirkung auf das officeWork beeinflusst. Zunehmend flexiblere Raumstrukturen, nehmen den Kunstwerken ihr "konstantes Umfeld" und stellen zumindest temporär ihre Plätze zur Disposition. Viele Mitarbeiter betreiben ihr officeWORK nicht mehr an einem Ort, geschweige denn in einem Raum. Wie wirkt Kunst auf solche "Arbeits-Nomaden"? Trägt sie für sie in ihrem mobilen Leben und Arbeiten zur Überreizung der Sinne bei? Oder gibt ihnen die Kunst Orientierung, Identifizierung und ist ein Anker für das Vertrauen in den Ort der temporären Anwesenheit?

Diese und andere Fragen zur "Kunst am Arbeitsplatz", will die businessCommunity BÜRO PUR im Umfeld ihrer workPLACES und im Rahmen von Projektarbeiten ergünden, ausloten und beantworten. Sie arbeitet deshalb mit Künstlern unterschiedlichsten kreativen Ansätzen zusammen. Heiner Böttger ist einer von ihnen:

Heiner Böttger - Malerei und Skulptur

Heiner Böttger setzt sich seit 1960 mit bildnerischer Gestaltung auseinander. Nach einigen Jahren der Malerei führt die Entwicklung über die Papiercollage und das Materialbild zur Plastik, also von der zwei- zur dreidimensionalen Darstellung. Für Heiner Böttger sind diese beiden Medien verschiedene Ausdrucksmittel für die Umsetzung seiner Bildideen.

In seinem Atelier in Hamburg arbeitet er an Bild- oder Skulpturzyklen zum Thema "Menschliche Figurationen und kommunikative Begegnungen". Die Arbeiten zeichnen sich stets durch eine kraftvolle und unverwechselbare Handschrift aus. Oft erkennt der Betrachter dieser Werke sich selbst und sein Umfeld darin wieder.

Heiner Böttgers Arbeiten sind regelmäßig in Galerien und öffentlichen Institutionen zu sehen. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.boettger-art.de