

DSM vernieuwt met kunstenaars



Industrieel ontwikkelde producten op een innovatieve manier sneller naar de markt krijgen. Dat was de beweegreden van DSM om met kunstenaars te werken. De meerwaarde van de samenwerking zag DSM in het bieden van een inspirerende projectruimte voor haar multidisciplinaire product launchteams.

Op 4 juni jl. vond in Rotterdam het congres Matching Cultuur en Economie plaats, het jaarcongres waar creativiteit en ondernemerschap gekoppeld worden. Een van de sprekers was Arthur Simonetti, Marketing Directeur Product Launch bij DSM. Simonetti presenteerde een intrigerende casus waarin hij liet zien hoe een creatieve omgeving ingezet werd om de vergadercultuur van de productlaunch teams om te buigen naar een snellere en meer inspirerende manier van ideeën- en besluitvorming.

Juiste ruimte

De lancering van innovatieve, industriële producten is een complex proces waarbij de organisatie multidisciplinaire product launchteams samenstelt die een aantal maanden lang intensief samenwerken. Simonetti wilde vooral een betere manier van brainstormen faciliteren met de juiste ruimte. Arthur Simonetti: “Kunstenaars inhuren is iets anders dan een kunstje doen. Wij nodigen geen kunstenaars uit voor een brainstorm om op een creatieve manier ideeën binnen te brengen, maar wel om het proces van besluitvorming te versnellen.”

DSM benaderde de organisatie KIS (Kunstenaars In de Samenleving) en ging aan de slag met een videokunstenaar, een danser, een schrijfster en een beeldend kunstenaar. De opzet was dat in de product launch room de grenzen zouden vervagen tussen buiten en binnen, verleden en toekomst en boven en beneden. Het resultaat heet Room With a View en is een ruimte die bestaat uit zes gedeeltes. Er is een brainstorm area, een gaming area, de inspiration area en quiet spaces. Daarnaast zijn er een arts & crafts area en de lunch & presentation area. Simonetti: “Aan alles is gedacht om out of the box te kunnen denken en werken. Ik wilde niet alleen een innovatieve kamer maar ook een ruimte die de wijze waarop de lancering verliep zou beïnvloeden.”

Room With A View heeft krukken met een actieve zit, een Nintendo Wii voor bewegingsgames, een relax ruimte en onder andere ook een proeflab, een lange grote tafel waar de deelnemers kunnen eten en drinken. Simonetti: “Is de productlaunch room een succes? Ja, maar anders dan wij dachten. Ik meende dat we er rustig met een team zes weken terecht zouden kunnen, maar nu vliegen er DSM-teams vanuit Zwitserland en de VS naar Limburg om er gebruik van te maken. Ik heb nu vanuit DSM zelf al aanvragen gehad voor vier nieuwe Rooms.”

Betrokkenheid

Gevraagd naar het succes van de samenwerking met de kunstenaars, vertelt Simonetti dat er in het geval van DSM sprake is van een grote betrokkenheid van zowel de kunstenaar als het bedrijf. Simonetti: “Als beide een lage betrokkenheid hebben, gaat het om zaken als kunst kopen. Zet je kunstenaars in voor teambuilding, dan is de betrokkenheid van het bedrijf groot maar die van de kunstenaar niet. Echter, wanneer beiden flink investeren in de samenwerking, dan kom je terecht op het terrein van cocreëren en innoveren. Daar zit de meerwaarde.”

Verbeterpunten zijn er ook wel degelijk. Simonetti benadrukt het belang om deze samenwerking meer binnen de organisatie te verankeren. “Maar daarvoor heb je tolken nodig omdat kunstenaars en zakenmensen een andere taal spreken. Het bedrijf heeft een Business Manager Kunst nodig en de kunstenaars een Kunst Business Manager. De eerste moet een liefhebber van kunst zijn die intern als ambassadeur optreedt. De tweede is

iemand die het anders denken kan vertalen naar bedrijfsprocessen.” Tenslotte ziet Simonetti het belang van opleidingen. “In het bedrijfsleven wordt eigenlijk weinig met kunst gedaan en dat geldt idem dito voor de bedrijfsgerichte opleidingen. Deze markt zit nog in een embryonale fase waar nog een wereld te winnen is.”