

Artgrade your business!

Mit entsorgten Flaschen- deckeln zum Welterfolg

Die Arbeitsweise des preisgekrönten Künstlers El Anatsui dient als Inspiration für den Umgang mit begrenzten Ressourcen und veranschaulicht, wie eingrenzende Entscheidungen im Management zu Unternehmenswachstum führen können.

Jana Lucas im Fokus



«Artgrade your business!» heisst die Kolumne von Jana Lucas. Darin zeigt die promovierte Kunsthistorikerin, wie bildende Kunst als Ressource speziell für die Wirtschaft dienen kann. Denn wer unternehmerisch gestaltet, profitiert von künstlerischen Arbeitsweisen, so die These von Jana Lucas. Innovationen kann nur entwickeln, wer neu denkt und eigene Positionen einnimmt. Künstlerinnen und Künstler bieten dafür Vorbilder. Die Kolumne nutzt Kunst daher als Trainingsgelände für unternehmerisches Handeln und bietet viele praktische Beispiele, um grundlegende Entscheidungen aus einer neuen Perspektive zu reflektieren, die eigenen Vorstellungen herauszufordern, den Fokus zu schärfen und konkrete Schritte für die gezielte Umsetzung abzuleiten.

In ihrem kunstbasierten Consulting mit Schwerpunkt Innovations- und Strategieentwicklung verbindet Jana Lucas unter dem Motto «Von der Kunst lernen» ihre jahrelange Erfahrung im Marketing mit Fragestellungen zu künstlerischen Gestaltungsprinzipien. Dabei spannt sie den Bogen zwischen Kreativität, Innovation sowie Wahrnehmung in der Kunst zu deren Bedeutung für Unternehmen. Darüber hinaus arbeitet Jana Lucas Unternehmens- sowie Privatsammlungen kunsthistorisch auf und erschliesst so deren Mehrwert für Unternehmen. Als Autorin veröffentlichte sie 2021 das erfolgreiche Sachbuch «Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft – Aussergewöhnliche Frauen, die unsere Wirtschaftswelt nachhaltig geprägt haben».

In ihrem kunstbasierten Consulting mit Schwerpunkt Innovations- und Strategieentwicklung verbindet Jana Lucas unter dem Motto «Von der Kunst lernen» ihre jahrelange Erfahrung im Marketing mit Fragestellungen zu künstlerischen Gestaltungsprinzipien. Dabei spannt sie den Bogen zwischen Kreativität, Innovation sowie Wahrnehmung in der Kunst zu deren Bedeutung für Unternehmen. Darüber hinaus arbeitet Jana Lucas Unternehmens- sowie Privatsammlungen kunsthistorisch auf und erschliesst so deren Mehrwert für Unternehmen. Als Autorin veröffentlichte sie 2021 das erfolgreiche Sachbuch «Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft – Aussergewöhnliche Frauen, die unsere Wirtschaftswelt nachhaltig geprägt haben».

janalucas.ch

Zehntausende minutiös mit Kupferdrähten verbundene Flaschenringe teilen den Raum wie riesige Fischernetze. Durch die farbigen, in Gelb- und Rottönen schimmernden Metallringe muten die gigantischen Aluminiumgewebe golden an. Insgesamt umfasst die Installation «Gli» des aus Ghana stammenden Künstlers El Anatsui (geb. 1944) fünf Elemente, welche bis zu neun Meter lang und über fünf Meter breit sind. Wo das Gewebe nicht mehr aus Ringen, sondern aus geplätteten Flaschenmanschetten besteht, ergiessen sich einige Teile wie die schäumende Gischt eines Wasserfalles auf den Boden. In der Sprache der Ewe, die im Süden Ghanas gesprochen wird, bedeutet «Gli» so viel wie «Mauer» und «Grenze», aber auch «Geschichte» und «etwas zerstören». Besuchende sollen zwischen den monumentalen Aluminiumschranken umherwandern, hindurchschauen und ihre Fantasie einsetzen.

El Anatsui äusserte in einem Interview, Mauern sollen entweder etwas verstecken, etwas abschirmen oder etwas schützen. In jedem Fall würden sie die Sicht versperren. Dabei neige der Mensch dazu, wenn man etwas nicht sehen könne, sich von seiner Vorstellungskraft leiten zu lassen und sich auszumalen, was auf der anderen Seite der Mauer liegt. Mauern seien, so El Anatsui, Konstruktionen, die dabei helfen zu enthüllen, anstatt zu verbergen.

Der Umgang mit Kunst bietet ein ideales Trainingsgelände, um die eigene Wahrnehmung zu schärfen und sich dazu inspirieren zu lassen, innovativ mit zunächst unvorteilhaft scheinenden wirtschaftlichen Situationen umzugehen. Der künstlerische Arbeitsprozess erfordert Vorstellungskraft und Kreativität, um zu denken, was bisher nicht möglich oder sichtbar war. Diese signifikante Kompetenz, eine Vision zu entwickeln, ist auch für das Management von Unternehmen essenziell. Dabei ist es zentral, das in einer Situation oder in einem Material liegende Potenzial zu erkennen und zur vollen Entfaltung zu bringen.



Unternehmerinnen und Unternehmer können von Künstlern wie El Anatsui lernen. Hier die Installation «Gli» (2010) auf der Art Basel. Foto: alamy

gen. Es gilt, sich auf das zu konzentrieren, was die grössten Entwicklungschancen bietet.

Bei El Anatsui sind dies weggeworfene Flaschendeckel und -manschetten, die er als Grundelement in zehntausendfacher Wiederholung präsentiert. Diese Vervielfachung bewirkt eine enorme Wertsteigerung, die zudem daraus resultiert, dass El Anatsui das steife, starre Material Metall in ein fließendes, gar sinnliches Medium verwandelt und in immense Dimensionen überführt hat. Dem vermeintlichen Abfall, der eigentlich ein Rohstoff und präzise verarbeitet ist, verleiht der Künstler poetische Ausstrahlung und Wirksamkeit. So sagt El Anatsui über den Arbeitsprozess: «Ich betrachte das, was ich mache, nicht als Recycling: Ich verwandle die Verschlüsse in etwas anderes.»

Sich auf eine spezifische Möglichkeit oder Umsetzungsvariante zu konzentrieren, zeigt sich dabei nicht als ein Verlust an Optionen, sondern vielmehr als positive Chance, das eigene Wirkungspotenzial zu steigern. Mit die-

sem Prinzip ist es El Anatsui gelungen, sich als einer der bekanntesten Künstler des afrikanischen Kontinents zu etablieren. Der geschickte Umgang mit begrenzten Ressourcen bzw. die Beschränkung auf ein Ausgangsmaterial, das transformiert und damit in seinem Wert gesteigert wird, führt in der Kunst zu herausragendem Erfolg. Bereits die US-amerikanische Kunsthistorikerin Amy E. Herman beschrieb das Vorgehen El Anatsuis in ihrem Buch «Visual Intelligence» und fragte, wie kreativ wir werden können, auch wenn nicht genügend finanzielle Ressourcen, Zeit oder Arbeitskräfte vorhanden sind.

Ähnlich wie in der Kunst verhält es sich im Unternehmen. Unternehmen arbeiten erst rentabel, wenn sie sich auf ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung als leistungsstarker Ausgangspunkt begrenzen und auf wenige Topkunden und -kundinnen fokussieren. Der Unternehmer und Autor Mike Michalowicz schildert dies in seinem Buch «Der Pumpkin Plan: Die Strategie für Unternehmenswachstum» nicht anhand von künstlerischen Prozessen, sondern anhand der Zucht von Riesenkürbis-

sen: Analog zu einer innovativen Geschäftsidee mit Alleinstellungsfaktor braucht es einen speziellen Riesenkürbissamen. Daneben sei die Konzentration auf wenige Kürbisse, die wachsen sollen, und das Entfernen von störenden Trieben und Früchten, die der Hauptpflanze Energie rauben könnten, unabdingbar. Gehegt werden ausschliesslich wenige Kürbisfrüchte, die jedoch schliesslich wie sogenannte Topkunden hohe Umsätze generieren. Als Topkundschaft bezeichnet Michalowicz jene wenigen Kunden und Kundinnen, die achtzig Prozent des Umsatzes generieren und mit denen es zudem Freude macht, zusammenzuarbeiten. Von allen übrigen zeit- und energiefressenden Kunden solle man sich wie von Kürbistrieben minderer Qualität trennen. Die Topkunden hingegen solle man vervielfachen.

Bei der raumgreifenden Installation «Gli» sowie den anderen Installationen aus Flaschendeckeln beschränkt sich El Anatsui darauf, eine einzige Ressource zu verwenden und das Potenzial dieses vormals als Abfall gehandelten Materials voll zu entfalten. Im Jahr 1998 fand der Bildhauer einen Sack mit metallenen Deckeln und Manschetten von Alkoholflaschen. Er nahm das Fundstück mit ins Atelier, wo der Sack jedoch für mehrere Monate liegen blieb, bevor er begann, mit dem Inhalt zu experimentieren, die Deckel zu zerschneiden, zu biegen und zusammenzunähen. Letztendlich dauerte es mehr als vier Jahre, bis El Anatsui die ersten monumentalen Arbeiten daraus ausstellte. Heute arbeitet ein Team von bis zu vierzig Personen in seinem Studio, um aus den einzelnen Flaschendeckeln schillernde Gewebe zu nähen.

Die künstlerische Arbeit bewirkt eine Veredelung und Wertsteigerung des Materials. Dabei agieren Künstlerinnen und Künstler als Gestaltungs- und Umsetzungsspezialisten, deren Vorgehen sich auf unternehmerische Zusammenhänge übertragen lässt. Mit El Anatsuis Arbeitsweise im Blick lassen sich folgende Fragen stellen:

- In welchem Ihrer Produkte und Kunden liegt das grösste Potenzial, um es weiterzuentwickeln?
- Wo sollten Sie sich in Hinblick auf Ihr Angebot und Ihre Kundschaft beschränken, um schliesslich zu wachsen?
- Wie entwickeln Sie aus ähnlichen, im Einzelnen wenig spektakulären Bestandteilen ein wirkmächtiges Produkt, eine wirkmächtige Dienstleistung analog zur Vorgehensweise El Anatsuis mit Zehntausenden Flaschenverschlüssen? Auf welche Art und Weise lassen sich einzelne Elemente wirkungsvoll arrangieren und damit transformieren?

Ob Flaschendeckel oder andere durch Zufall entdeckte Materialien, es kommt darauf an, mit begrenzten Ressourcen eine Transformation herbeizuführen. Wird das Kleine, Wertlose orchestriert und in einen neuen Kontext gesetzt, entsteht plötzlich etwas von grosser Sinnhaftigkeit und unschätzbarem Wert, in der Kunst genauso wie im Unternehmen.

Artgrade your business!

● Ihre Jana Lucas