



KUNST & DESIGN I OPPLEVELSES- ØKONOMIEN.

13.11.2007
KHIO, SEILDUKSFABRIKKEN
Fossveien 24



**Kunst + Kapital =
Kompetanse på tvers**

Kunsthøgskolen i Oslo, Handelshøgskolen BI og Forum for kultur og næringsliv har etablert en årlig møteplass for å utforske hva som må til for at Kunst + Kapital = Kompetanse på tvers.

- Hva kan kunstnere og ledere i næringsliv og samfunnsliv lære av hverandre?
- Hvilke roller kan kunst spille for næringsliv og samfunnsliv?

Kunst og design i opplevelsesøkonomien er tema for årets konferanse, som er den tredje i rekken av Kunst + Kapital-konferanser. I år vil du få presentert aktuelle eksempler på hvordan kunst og design kan bidra til kreativitet, innovasjon og økonomisk utvikling.

www.bi.no/kunstogkapital



Tirsdag 13. november 2007

Kl. 0845 – 1630

Registrering fra kl. 0800

Kunsthøgskolen i Oslo (KHIO)
Fossveien 24, Grünerløkka, Oslo
(tidligere Seilduksfabrikken)

www.bi.no/kunstogkapital

KUNST & DESIGN I OPPLEVELSES- ØKONOMIEN



Program

Kunst og design
i opplevelsesøkonomien
Tirsdag 13. november 2007

0800-0845
REGISTRERING

0845-0900
ÅPNING

Cecilie Broch Knudsen,
Rektor ved Kunsthøgskolen i
Oslo.

0900-0945

**THE NEOMADIC CULTURE
AND THE HUMAN CRE-
ATIVITY**

Isao Hosoe, designer og
professor i industriell design.

Den Milano-baserte japanske
designeren Isao Hosoe intro-
duserer en fremtid der kunst,
design og kultur eksisterer
i en verden som preges av
deling og spredning. Kunst-
nerisk skaperevne og kultu-
relt forbruk er drivkrefter for
bærekraftig innovasjon. La
deg inspirere av en sammen-
smelting av østlig og vestlig
filosofi (Denne sesjonen
foregår på engelsk).

0945-1015

SIRKUS I BYEN

Per Mollerup, professor, dr. tech., direktør for
Mollerup Designlab A/S, København.

I gamle dager – for ikke så lenge siden – var kom-
mersielle opplevelser unntaket for alminnelige
mennesker. Slik er det ikke lenger. I vår rike del av
verden har våre forventninger til opplevelser karakter
av å være velberettigede krav. Det stiller nye krav til
designernes evne til å tenke i situasjoner.

1015-1045

**OPPLEVELSESROMMET - EN
NØKKELETTIL Å FORSTÅ OPPLEV-
ELSESEKONOMI**

Lena Mossberg, professor i opp-
levelsesøkonomi ved Handelshø-
skolen BI.

Det å iscenesette opplevelser for
forbrukere, handler i stor utstrek-
ning om å skape attraktive fysiske
rom. Mange virksomheter i privat
og offentlig sektor bruker historie-
fortelling (storytelling) og temaer
for å skape en helhet. Det handler
om å finne frem til noe som er an-
nerledes. Det må fenge besøkernes
slik at hun eller han forteller om
opplevelsen til andre.

1045-1100

**SPILLER KUNST OG DESIGN
NOEN ØKONOMISK ROLLE?**

Gry Egenes, featureredaktør i
Dagens Næringsliv.

Gry Egenes er ansvarlig for Lør-
dagsmagasinet i Dagens Nærings-
liv og DNs nye fredagsmagasin,
som vil ta for seg kunst og design.
Hun vil svare på følgende utfor-
dring: Kan kunst og design bidra
til kreativitet, innovasjon og økono-
misk utvikling?

1100-1130

PAUSE - kaffe, vann og frukt

1130-1300

PARALLELLE SESJONER FØR LUNSJ

A

KUNST OG ENTREPENØRSKAP

Ole Hamre, entreprenør, musiker og
komponist.

Det har i den senere tid blitt aktuelt å
betrakte kunstneren som entreprenør.
Mange mener at det er en umulighet og en
selvmotsigelse. Ole Hamre snur det hele
på hodet: "De siste årene har både kunst-
stiv og næringsliv satt fokus på hvordan
man skal skape næring av kunst. Men
hvorfor ikke gjøre som Kopernikus og snu
det hele på hodet. Å lage næring av kunst
er vel og bra. Men det er enda bedre å
lage Kunst av næring".

B

FRA SYKEHUS TIL BLIFRISKHUS

Svein H. Bergersen, hovedarkitekt i
Medplan AS Arkitekter.

Sykehuset som institusjon berører oss
alle, enten som pasienter, pårørende el-
ler besøkende. Omgivelsenes spiller en
viktig rolle for hvordan man føler seg.
Et godt fysisk miljø kan bidra til pasien-
tenes selvhelbredende evner. Kunst kan
være et helsefremmende element. Ideen
om det humanistiske sykehus er en bæ-
rebjelke bak utformingen av Rikshospita-
lets arkitektur, og har også vært retnings-
givende for kunsten i sykehuset. Det
er en arbeidsplass med mange ansatte
som har et stort ansvar ved behandling,
pleie og omsorg. Dessuten foregår en
omfattende forskning og undervisning.

Hvilken funksjon bør kunsten ha i et
sykehus?

C

UTVIKLING AV DESTINASJONER

Mary Miller, direktør for Stavanger 2008.

Stavanger 2008 er etablert for å utvikle
Stavanger til europeisk kulturhovedstad.
Destinasjoner spiller en sentral rolle i opp-
levelsesøkonomien. Det handler om å spille
på stedets unike tilbud, karakter og design
for å gjøre seg attraktiv. Arbeidet med å
utvikle Stavanger til Europeisk kulturby
kan være et viktig verktøy til å bli en enda
mer spennende destinasjon, også etter at
2008 er omme. Hva gjør Stavanger 2008
for å gjøre regionen mer attraktiv? Hvilken
rolle spiller kunst og design for utviklingen
av en europeisk kulturby. (Denne sesjonen
foregår på engelsk).

1300-1400

LUNSJ

1400-1530

PARALLELLE SESJONER ETTER LUNSJ

D

**FESTIVALER - SUKSESSKRITERIER
OG FALLGRUVER**

Turid Birkeland, festivalgeneral og
tidligere kulturminister.

Antallet og omfanget av festivaler
i Norge har nærmest eksplodert i
de senere år. Det kan virke som om
ethvert tettsted med respekt for seg
selv "bare må ha det". En av grunne-
ne til dette er at festivaler har fått ord
på seg til å være en tung økonomisk
motor i et samfunn og en sterk driver
i opplevelsesøkonomien. Kammermu-
sikkfesten i Risør sammen med trebåt-
festivalen og et par andre blir ofte
trukket frem på gode eksempler.

Hvor viktig er disse arrangementene
for byen? Hva er suksess kriteriene,
hva er fallgruvene?

E

**SAMTIDSKUNSTEN, STEBARNET I
OPPLEVELSESØKONOMIEN?**

Per Gunnar Tverbakk, stipendiat ved
KHiO, **Martin Biehl**, kommersiell sjef
i Den Norske Opera og Ballett, **Erik
Rudeng**, direktør i Stiftelsen
Fritt Ord, og **Trude Iversen**, ph.d-kan-
didat ved programmet for Litteratur,
estetikk og klassiske studier, UiO.

Merkevarebygging, kreativ kapital og
profilsmitte er begreper som i økende
grad dukker opp i sammenheng med
ordet kunst. En rekke sentrale utøvere
i det norske kunstmiljøet markerer
imidertid negative holdninger til tet-
tere koplinger mellom kunst, kultur og
næringsliv. I innlegg i presse og media
fremmer de det synet at opplevelsesø-
konomien og dens mekanismer fungerer
styrende og begrensende i forhold til
produksjon og formidling av nyskape-
de samtidskunst. Dette er imidlertid ikke
en oppfatning alle deler. Andre aktører i
kunstheltet hevder, motsatt, at opplevel-
sesøkonomien ikke hindrer utbredelsen
av aktuelle kunstuttrykk, men at den
snarere representerer nye kunstneriske
og økonomiske muligheter.

Hva ligger til grunn for samtidskunstens
skepsis? Hva kjennetegner opplevel-
sesøkonomiens holdninger til kunst?

F

KUNST OG DESIGN I REKLAME

Simon Oldani, **Thomas Widerberg**
og **Anne Haavind** (designere).

Kunst og reklame har gjennom tidene
levd sammen i en et klassisk kjær-
lighets- hat forhold. Ofte blir kunst
og reklame oppfattet som diametrale
motsetninger. Noen ganger opptrer
kunsten og reklamen i tett symbiose.
Hvordan ser det ut i dag i Norge, mest
kjærlighet eller mest hat? Hva må til
for at kunst og design skal fungere i
reklame?

1545-1630

**DISKUSJON: - Hva kan
kunst og design bety for
utviklingen av en opplevel-
sesøkonomi?**

Debatten ledes av **Peter
Butenschön**, tidligere
rektor ved Kunsthøgskolen
i Oslo.

Studenter fra Kunsthøg-
skolen i Oslo og Han-
delshøgskolen BI vil med
utgangspunkt i konfe-
ransen rette et blikk inn i
fremtiden:

Deltakere i panelet:
Elin Nyhus Granholdt,
KHIO, **Stian Feigum
Johansen**, BI, **Tine
Semb**, KHIO og **Nina
Borgersen**, BI.

Praktisk informasjon

Deltakerprisen er 2.100,- kr. Medlemspris er 1.750,- kr
(medlemmer av Forum for Kultur og Næringsliv og BI
alumni). Bekreftelse og faktura vil bli sendt. Påmeldingen er
bindende.

Påmelding:

- Fyll ut påmeldingsskjema på nettsidene:

www.bi.no/kunstogkapital

- Send din påmelding på e-post til forskning@bi.no

NB! Oppgi navn, tittel, organisasjon/firma, telefon, e-post-
adresse og fakturaadresse. Oppgi bokstav (A, B eller C) på
ønsket parallellsesjon før lunsj og bokstav (C, D eller E) et-
ter lunsj. Gi beskjed om du er medlem av Forum for Kultur
og Næringsliv eller BI alumni.

Spørsmål:

Ønsker du ytterligere informasjon kan du se nettsidene
www.bi.no/kunstogkapital. Du kan også sende en e-post til
forskning@bi.no med dine spørsmål.

Du kan også kontakte prosjektleder Audun Farbrot på
e-post:audun.farbrot@bi.no eller på telefon 46 41 02 30
(send gjerne SMS).

