

PASSION
POWER
PERFORMANCE

GÅ STYRKET TIL MARKEDET

Eller skab det selv...

Et inspirationshæfte til dig fra

Susanne Danis

Peter Djurup

Niller Wischmann

INTRODUKTION.....	3
DIT PERSONLIGE STRATEGISKE FUNDAMENT.....	6
DIN EVNE TIL AT OMSÆTTE DIN KREATIVITET TIL NYE MARKEDER.....	10
DINE NETVÆRK OG SAMARBEJDSPARTNERE.....	14
DIN PROFIL OG DIN HISTORIE.....	17
OM OS.....	21
KOM VIDERE.....	24



INTRO

Vil du gerne være skarpere på dig selv og dit virke som kunstner og kunsthåndværker? Har du indset, at det ikke altid er nok at være god til dit håndværk for at overleve? Kender du følelsen af, at det du laver egentlig har en stor værdi, men du kan bare ikke få det helt ud over rampen? Har du svært ved at få det gjort til levevej? Bakser du med din indre drivkraft og et uklart livsformål? Har du svært ved at finde de rigtige legekammerater og netværk? Har du en fornemmelse af, at du måske nok skal kommunikere mere – eller anderledes – om dit virke, men synes det er uoverskueligt? Har du svært ved at positionere dig, brande dig eller bare skaffe nogle kontakter - for at sælge det du kan, få jobs og leve et liv som kunstner og kunsthåndværker?så læs videre her



Vi tre - Susanne Danig, Peter Djurup og Niller Wischmann – har en fælles passion for at udbrede kunstens kompetencer og hjælpe kunstnere med at få succes og udfolde deres fulde potentiale. Det har vi mange års erfaring med hver for sig, men vi tror på, at vi sammen kan skabe den ekstra kraft og resultater, der skal til for at forløse vores vision. Derfor har vi nu samlet vores kræfter og mange velafprøvede redskaber på en fælles platform, som vi kalder **Passion, Power & Performance**.

Passion fordi al kreativ skabelse har sit udgangspunkt i et brændende engagement

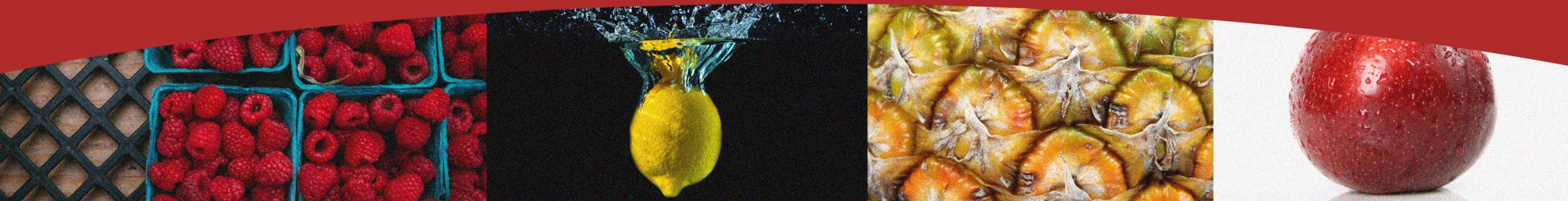
Power fordi vi har brug for at finde ind til vores egen kraft for at manifestere vores livsformål

Performance fordi vi skal vise hvem vi er og hvad vi kan for at få personlig og økonomisk succes

Vores fælles initiativ vil forhåbentlig give dig noget af den inspiration, og de redskaber du har brug for som kunstner og kunsthåndværker for at kunne lykkes fuldt ud. Passion, Power & Performance er en kombination af et online univers, inspirationsdage, og et en-til-en udviklingsforløb med dig og din karriere i fokus.

Her får du i første omgang et inspirationshæfte, der giver dig et indblik i vores tanker bag de fire grundsten, vi mener skal være på plads for at bringe dig i mål med en succesfuld karriere:

1. Dit personlige strategiske fundament (Hvem er du?)
2. Din evne til at omsætte din kreativitet til nye markeder (Hvad er din position på markedet?)
3. Dine netværk og samarbejdspartnere (Hvem samarbejder du med?)
4. Din profil og din historie (Hvordan præsenterer du dig?)



Hvis du får smag for mere når at har læst dette inspirationshæfte, så kom med til en af vores inspirationsdage i Århus og København, hvor du kommer tættere på, hvad din passion egentlig er, du får mere power på karrieren, og du får redskaber til at øge din personlige performance.

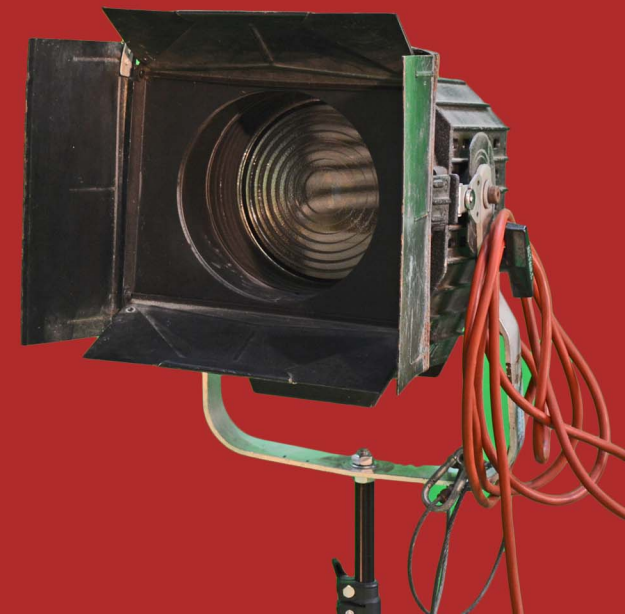
Og det slutter ikke her. Vil du gå endnu videre i din udvikling, har vi samlet alt det bedste vi har i et længevarende praksis-orienteret forløb skræddersyet til dig. Her får du et 4 måneders langt forløb med:

- Personlig coaching og rådgivning, der giver dig en klar vision og retning for din praksis
- Et 2, 5 dag intensivt og effektivt læringsinternat på Sonnerupgaard Gods
- 5 faglige webinarer, der udfordrer din tænkning og praksis
- Mastermind facilitering i mindre grupper
- En kunstnermålrettet værktøjskasse fyldt med alle vores redskaber
- En 3-årig strategiplan med kommunikationsstrategi – klar til implementering

Nedenstående fire afsnit fortæller om vores fire grundsten.
Vi har hver i sær skrevet om det vi står for i forløbet.

God fornøjelse med læsningen.

Susanne, Peter & Niller



DIT PERSONLIGE STRATEGISKE FUNDAMENT

Af *Susanne Danis*

DIN KLARHED ER DIN STYRKE

Alt virke bliver stærkere af at have klarhed – klarhed over dine styrker og svagheder, klarhed over din vision og hvor du gerne vil hen. Hvad er det dybt inde i dig, der driver dig? Hvad er det netop du skal skabe her i verden? Jo klarere du er, jo lettere får du nemlig succes. Hvis andre skal kunne hjælpe dig, skal de vide, hvor du vil hen. Ved at være klar, kan du lettere tiltrække det du virkelig ønsker dig.

Det kan lyde lidt vidtløftigt, men det kan også forstås helt praktisk: hvis du mange nok gange siger til folk, at du drømmer om at udstille på et galleri i London, øger du sandsynligheden for, at de rette folk hører det og hjælper dig.

Problemet er, at vi ofte ikke er klar over, hvad det egentlig er vi drømmer om – altså det, der er helt unikt vores og ikke alt det, de andre drømmer om. Hvis du tror du er klar og siger til alle, at du gerne vil udstille i London, men reelt set drømmer om at leve på en gård på Djursland, vil du sende mixede signaler ud i verden - og du vil ikke kunne holde din energi på hverken galleriet i London eller gården på Djursland. Du vil skabe forvirring i dit eget indre, men også hos folk omkring dig.

DIN UNIKKE SUCCESFORMULAR

Der er så meget, vi tror vi skal. Så meget vi ser andre gøre, som vi overbeviser os selv om, at vi også skal, fordi det ser ud til at give succes. Men andres succesformler duer ikke nødvendigvis for os. Vi bliver nødt til at dykke lidt dybere ind og finde vores egen vej. Det er det vi er sat i verden for – at være unikke – ikke at være kopier af andre. Men det kan være lettere sagt end gjort.



Vejen til at finde det unikke i os selv og stå ved det kan være udfordrende. Men belønningen venter, når det lykkes. Det er en lettelse at indse, at vi grundlæggende "kun" skal være os selv. Mennesker, der har stor succes, har dette tilfælles: de har igennem deres liv igen og igen valgt til fordel for det, de var dybt passionerede omkring, også selvom det har virket selvmodsigende og deres omgivelser har rystet på hovedet af dem.

De fleste af os er ikke helt så faste i troen. Vi bliver påvirket af vores omgivelser. Af vores familie, venner, uddannelser og samfundet generelt. Vi får tudet ørene fulde af, hvad der er rigtigt og forkert. Det kræver mod at holde fast i, hvad der egentlig er os. Så vi har et afklaringsarbejde at lave for at komme tilbage til det, der virkelig er os, og finde modet til at stå ved det – også selv om andre ryster på hovedet af os.



NÅR TVIVLEN FÅR MAGT

Jeg har ikke mødt kunstnere, der ikke er drevet af en indre ild. Som ikke er startet med en stor klarhed på, hvad de skulle og ville her i tilværelsen. Jeg har heller ikke mødt nogen, der ikke er kommet i tvivl undervejs. Fordi det kræver så meget mod og standhaftighed at gå i mod strømmen, og fordi den skabende krafts vej til tider er ganske ensom. At modigt åbne for den kreative ild i én, at turde gå veje ingen andre er gået før – det følges ofte af tvivlen. Er det jeg laver nu godt nok – er jeg god nok? Det er så let at lade tvivlen få magt, det er så let at begynde at lytte til signalerne omkring en. Folk omkring en, der insisterer på at formidle ens kunst på en bestemt måde, der ikke helt stemmer overens med det man selv tænkte. Dårlige anmeldelser og feedback. Skrivelser om at kunstnere snylter på samfundet. Støttesystemet der stiller krav til, hvordan man skal arbejde. Man farer vild i regler og ydre krav, får klumper i ketchupflasken – der er modstand og stagnation, hvor der burde være lethed og bevægelse.

“Jeg har ikke mødt nogle kunstnere og kreative folk, der ikke er drevet af en indre ild.”

HVAD ER DIN PASSION OG DIN DYNAMIK

Jeg bruger en række redskaber og metoder til at skabe den nødvendige klarhed og fokus. Der findes mange veje man kan gå, men i arbejdet med kunstnere, er jeg særlig glad for at bruge en proces, der hedder The Passion Test. Det er et redskab, der gennem en særlig spørgeteknik gør folk klar på, hvad det er de brænder allermost for. Jeg bruger også som udgangspunkt Wealth Dynamic System, der er et entreprenørskabs system, til med en test at måle på folks naturlige energi præferencer – hvor meget er man idéskabende, relations-orienteret, går op i betydningen af tid eller detaljeplanlægning. Det har to formål – dels at åbne for det perspektiv, at alle kunstnere i mine øjne også er entreprenører, dels at give mere bevidsthed på vores personlige forskelligheder – så vi lærer hvad vi selv er bedst til – dels at komme frem til, hvad det er, vi skal søge i vores samarbejdspartnere, der kan supplere os bedst muligt.

SKAB DIN VISION

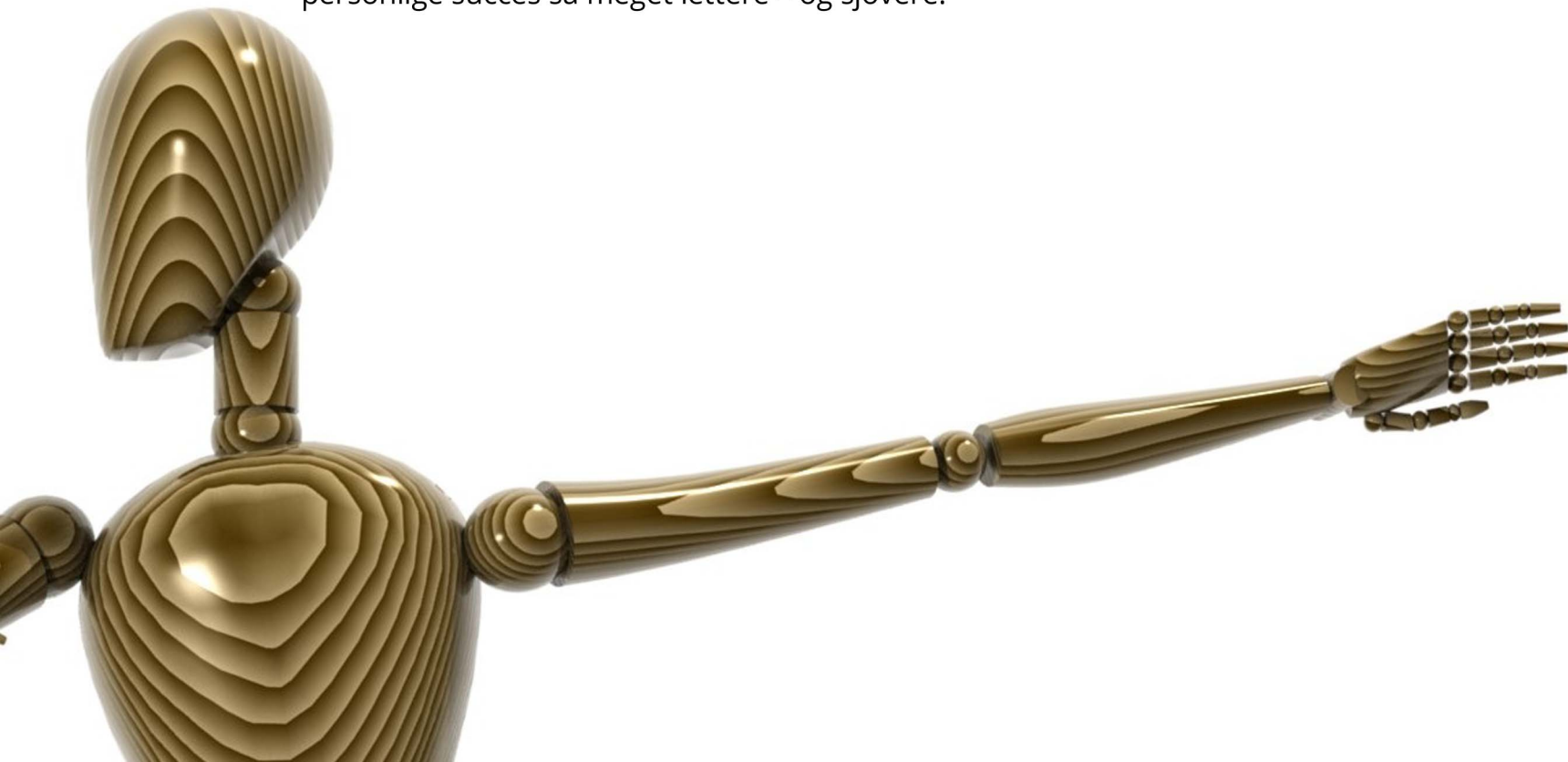
Det er vigtigt, at man gør sig klart hvad ens længerevarende vision er. Når man ved hvad man arbejder hen i mod, skaber det en større målrettethed i ens daglige gøremål. Det bliver lettere at motivere sig selv og se perspektivet for, hvad man laver. Man kan f.eks. forestille sig, at man holder en tale til sig selv som 100-årig – hvad nåede man i dette liv, hvor satte man sit mærke? Hvad vil jeg gerne nå i det liv jeg lever? Dernæst kan man arbejde med mere konkrete visioner for hvor langt man skal være nået om 10, 5, 3 år (det er godt at gå baglæns, så man ser perspektivet). Det er sådan for de fleste af os, at vi har for store forventninger til, hvad vi kan gøre på en dag, men for små forventninger til hvad vi kan udrette i et helt liv.



STRUKTURER DIN DAG

Sæt dig realistiske mål for hvad du kan nå på en dag! Jeg synes selv det kan være svært at strukturere sin dag, når man er selvstændigt arbejdende. Enten hænger man i en tråd efter alle andre, der vil noget med en og alting synes generelt for hektisk. Eller også har man så meget tid, at man går i stå og finder på undskyldninger for ikke lige at gå i gang med at skabe det, man egentlig gerne ville. Bliv derfor bevidst om hvad du ønsker at bruge din dag til, brug struktur konstruktivt og start med at gøre det, der er vigtigst for dig.

Alle de redskaber du får her i første del af forløbet har til formål at skabe klarhed. Så du ved hvad du virkelig er passioneret omkring, hvad du brænder for, hvad dit livsmål og din vision er. Så du får det rigtige udgangspunkt for hvad du skal arbejde med, hvem du skal samarbejde med og hvordan du skal præsentere dig. Så bliver vejen til din personlige succes så meget lettere – og sjovere.



DIN EVNE TIL AT OMSÆTTE DIN KREATIVITET TIL NYE MARKEDER

Af Niels-Erik "Niller" Wischmann


ØGET METODEBEVIDSTHED – SKABER MULIGHED FOR NYE JOBS

Mange kunstnere og kunsthåndværkere synes det er let at få ideer. Ikke alle har fokus på og bevidsthed om, hvad der reelt får ideerne frem. Eller om hvordan skabelsesprocessen kan styres. At arbejde mere metodebevidst – og måske oveni købet mere ubesværet - skaber mental frihed. At være bevidst om at ens kreativitet, evne til at idegenerere og innovere, kan bruges i mange sammenhænge, er en STOR gave. At få øget viden om forskelle på hvad produkt, proces og kulturinnovation er, og hvordan det udfoldes – skaber nyt stort råderum for kunstnere og kunsthåndværkere. Nye udforskede arbejdsområder hvor ens færdigheder og kapaciteter kan komme til udtryk – og gavn. Arbejdsområder hvor netop kunstnere og kunsthåndværkere kan gøre en stor markant forskel. Ja, jeg vil tillade mig at udtrykke det således: udføre små som store mirakler. Både i private og i offentlige virksomheder.

KUNSTNERE OG KUNSTHÅNDVÆRKERE KAN SKABE MERVÆRDI OGSÅ FOR VIRKSOMHEDER

Et stort dansk, nordisk og internationalt arbejdsmarked har fået øjnene op for, at de er nød til at tænke ud af boksen og finde nye modeller for deres virke, og er derfor blevet opmærksomme på den kraft og iverigdom kunstnere og kreative kan bidrage med. Men virksomhederne kræver metodebevidsthed og professionalisme.





Alle kunstnere der ønsker at arbejde i offentlige og danske virksomheder bliver nødt til at kunne deres metier for at skabe sig kunstnerisk relateret arbejde i virksomhederne. Ingen professionelle virksomheder har lyst til at arbejde med kunstnere uden at det skaber udbytte og effekt. Der skal komme merværdi ud af det – for virksomheden. Merværdi er ikke kun bundlinje. Derfor skabte jeg metoden Kunstgreb – idet jeg ved at kunstnere kan tilføre de fleste virksomheder passioneret iderigdom og innovationskraft som mange mangler. Det er bl.a. fra Kunstgrebs perspektiv, jeg gerne vil dele mine erfaringer i Passion, Power & Performanceforløbet om, hvordan man får succes på dette arbejdsmarked.

KUNSTGREB ER EN METODE, DER VISER KUNSTNERES SÆRLIGE POTENTIALER

Kunstgreb lavede jeg sammen med to partnere: CBS – instituttet for kunst og lederskab, samt med Dansk Artist Forbund i 2009. Der var to primære formål. At hjælpe danske virksomheder med deres innovative processer. At hjælpe danske kunstnere med at blive metodebevidste til, at kunne arbejde med virksomhedernes medarbejdere i innovationsforløb, og derigennem sikrer sig indkomst, så de fortsat kunne producere kunst og kunsthåndværk. Uden fokus på kunsten duer det ikke! Udvikling af Innovationsmetoden tog sit afsæt i, at kunstnere ofte ser nye veje, nye måder at gribe opgaver an på, og derved kan åbne op til medarbejdernes hidtil usete og ukendte potentialer. De erfaringer gives videre i Passion, Power & Performanceforløbet.

Kunstgrebsmetoden har modtaget 1. pris for bedste nordiske voksenlæringsmetode og 1. pris for bedste EU innovationsmetode.

BRØD PÅ BORDET I ET NYT ARBEJDSMARKED

Nedenfor skitseres fire veje man som kunstner kan overveje at gå for at komme bredere ud og nå flere potentielle nye kunder og nye arbejdsmarkeder.

1. Kunstner med stort K. Du bliver bedre til at sælge og nå ud til et bredere kundegrundlag med din kunst og kunstneriske produkter. Du lærer at opsnuse nye markeder og nye måder at angribe dem på.
2. Kunstneren som teambuilder. Du lærer at optimere og innovere dine nye produkter og ydelser, så de kan bruges i procesforløb. Dvs. at du får et helt nyt produktkatalog. Det kan eksempelvis være, at en skuespiller lærer at overføre sine kompetencer til virksomheder. Det kan f.eks. være i form af teambuilding. For en trommeslager kan det f.eks. være i form af samarbejdsteambuilding sammen med virksomheder. For en billedkunstner kan det f.eks. være i form af at male værdiprocesser sammen med virksomheder.
3. Kunstneren som konsulent & innovatør. Du lægger dine æg i den kurv, der hedder innovation. Det betyder, at du udover at bruge dine kunstneriske kompetencer også kan agere som innovatør og konsulent.
4. Kunstneren som kunstner, teambuilder og innovatør. Den fjerde mulighed er, at du bliver en kombination af ovenstående.

Hvert af de fire arbejdsfelter kræver forskellige kompetencer. Det er afgørende at forstå, at der kræves en speciel tilgang, samt et specielt sprog for at virksomhederne forstår, hvad det er du tilbyder. Kun ved at forstå det, giver du dem mulighed for at købe dine ydelser og produkter. Uanset hvilke af fire ovenstående arbejdsfelter du vælger at komme ud på markedet med, sikrer jeg, at du får målrettet dine ydelser og skabt mulighed for at gentænke og redefinere dine produkter.

Mange af de redskaber og metoder, som jeg vil videregive er blandt andet skabt under inspiration fra de sidste 8 års intensive arbejde med Kunstgreb, hvor det er lykkedes at hjælpe rigtige mange kunstnere til nye typer opgaver og arbejdsmarkeder. Byggestenene jeg tilbyder i Passion, Power & Performanceforløbet er:

1. Virksomhedsforståelse – hvordan får du et sprog omkring dine ydelser, produkter og services som skaber merværdi for virksomhederne.
2. Kommunikationsforståelse – hvilket sprog bruger du når du skal sælge dit produkt, så det understøtter din integritet og matcher markedernes behov.
3. Procesfacilitering – hvad der skal til for at kunstneren får en konsulentfunktion og for eksempel kan facilitere ideudviklings- eller innovationsprocesser for virksomheder og deres medarbejdere.
4. Innovation og ideudvikling– viden om hvordan en af kunstnerens spidskompetencer – at få gode ideer - kan transformeres til en attraktiv virksomhedsydelse.



DINE NETVÆRK OG SAMARBEJDSPARTNERE

Af *Susanne Danig*


LEV MED VIRKELIG ÅBENHED

For nogle år siden stødte jeg på Don Tapscott på YouTube. Han er ekspert i netværksgenerationen – altså dem der er født ind i den digitale verden. Han fik mig til at forstå, at vores måde at være i verden på helt grundlæggende er ændret med internettet. Han hævdede, at den eneste måde det gav mening at være i verden på, var med radikal åbenhed, og denne åbenhed udmøntede han i fire værdier:

- Gennemsigtighed – læg alt frem
- Samarbejde - som essens og udgangspunkt
- Deling – af resurser og viden, co-creation som metode
- Empowerment af andre – gør andre så stærke som muligt

Jeg har holdt alt hvad jeg laver op på dette siden, set mine samarbejdspartnere an ud fra om de levede op til radikal åbenhed. Fordi jeg tror, at vi ellers kommer til at blokere for det potentiale, vi egentlig har i os. Verden er ikke til smålighed længere. At holde på sit vil på ingen måde gavne os. Hvis vi er åbne, venter en overflod af muligheder nemlig på os. Men det kræver, at vi tør stå ved hvem vi er og hopper ud af vores komfortzoner, derud hvor vi er parat til nye ting, til at blive udfordret, til at skabe udvikling. Vi skal være i stand til at stå i ilden af vores eget ubehag for at kunne vokse og finde nyt potentiale.





Det forunderlige er nemlig, at det at finde partnere, få støtte og at sælge ikke nødvendigvis er en hård proces, hvor man skal arbejde en hel masse. Det handler snarere om at fremvise denne åbenhed om, hvem man er, ærlighed om hvad man har at tilbyde – og så hvor god man er til at forstå og hjælpe andre. Hvordan man kan sætte sig i den andens sted.

FIND NYE LEGEKAMMERATER I DINE NETVÆRK

Når man skal ud og finde nye legekammerater, er det vigtigt at holde mulighederne åbne, for man ved aldrig fra hvilken side ens muligheder kommer. Lav som udgangspunkt en grundig analyse af dig selv (hvad kan du, hvad er dine ønsker og behov). Dernæst spørger du dig selv: Hvordan ser mit eksisterende netværk ud, hvem kan have interesse i det jeg tilbyder, hvem er mine kunder – og ikke mindst hvordan får jeg finansieret det jeg gerne vil?

For nogle er det naturligt at arbejde i netværk, for andre er det noget der aldrig falder let. Mange har det svært med, at det føles som at sælge sig selv. Hvis vi nu vender det om, og tænker på, at det vi laver virkelig er værdifuldt, at andre mennesker faktisk kan have glæde af det, at det egentlig er vores pligt at tilbyde det til andre og ikke holde det som vores egen hemmelighed. Selv Statens Kunstfond skal jo have noget at støtte, så hvorfor ikke tilbyde det netop du kan? Det ændrer perspektivet – du gør en forskel for folk!

NYE MODELLER FOR SAMARBEJDE KRÆVER OPLYSTE ALLIANCER

De sidste 10 år er det er blomstret op med nye modeller for samarbejde, co-production, co-creation, dele-økonomier. Vi vil og kan hinanden på nye anderledes måder, bl.a. fordi vi kan nå hinanden på et splitsekund rundt i hele verden. Vi ved også mere om hinanden, hvilket gør det lettere at finde et fælles "sprog" at samarbejde i. Så tiden er til at tænke stort, udnytte de digitale muligheder og have internationalt perspektiv.

Men selvfølgelig skal man overveje hvem man kaster sig ind i samarbejder med. Det skal være de rigtige alliancer, alliancer der både føles rigtige og sjove, samtidig med, at de er et bevidst strategisk valg. I skal helst på en helt unik måde opfylder hinandens behov, sådan at alle parter understøttes i deres vej og passion, samtidig med at det fælles bliver større. Et samarbejde skal tilføre noget mere – og det skal ikke kun være økonomi (selvom den også skal være et parameter for ethvert samarbejde).

LYT OG GIV FOR AT GØRE DIT NETVÆRK STÆRKERE

Du skal ud og netværke for at finde de rigtige alliancepartnere, finde de folk der kan have glæde af dig – og der er masser af platforme og omstændigheder du kan gøre brug af både digitalt og live. Jeg ser det at netværke som en konversation, der bygger på nysgerrighed for andre mennesker; det er en mulighed for at lærer andre mennesker at kende og derigennem hjælpe dem med at forbinde sig med lige de mennesker, organisationer og ting de har brug for. Selvfølgelig har man brug for en "elevatortale", men min erfaring er, at man i lige så høj grad skal lære at udspørge folk. Der er et potentiale i enhver man møder, og hvis du hjælper dem med det de har brug for, har du gjort dit netværk stærkere. Vær derfor aldrig karrig med din viden og dine forbindelser.

KORTLÆGNING OG BENCHMARKING

Du kan også gå mere strategisk konsekvent til værks og systematisk kortlægge dine netværk og lave benchmarking på dine kollegaer/konkurrenter. En netværksanalyse vil give et arbejdsbillede af hvem, det er vigtigt at holde kontakt med og hvorfor, hvem i ens eksisterende netværk kan åbne døre for en? Benchmarking giver en indblik i, hvordan andre præsenterer sig selv, hvad der lykkes og hvad der ikke lykkes for dem. Det kan give inspiration at se, hvor de for eksempel har spillet/udstillet, hvem de har fået støtte fra etc. Man ser sit marked klarere, åbner for nye muligheder - uden at lave copy/paste! – og gør sig klar, hvor man selv er unik, hvad man kan bedre end alle andre.

Redskaberne her vil lære dig, hvorfor du skal netværke og finde de rigtige mennesker at alliere dig med – og dernæst hvordan du gør det på et helt praktisk plan, så det bliver let og naturligt. Så dine netværk med forbindelser til andre er sjove og føles rigtige – hvilket i sidste ende vil være din dør til større succes.

DIN PROFIL OG DIN HISTORIE

Af Peter Djurup

KOM UD OVER RAMPEN

Masser af gode ideer, projekter og planer kommer aldrig ud over rampen. Forestillinger stranded før de bliver realiseret, musik bliver publiceret uden at nogen lytter til det, og film bliver taget af plakaten, fordi de ikke sælger billetter.

Mange gange er det på grund af, at projektet ikke er klart eller synligt nok for dem, vi laver det for eller dem, der skal finansiere projektet. Synlighed ikke bare vigtig, men nødvendig, hvis du vil have dit projekt til at lykkes, blive set, rejse penge til at producere det, og i sidste ende give dig en indtægt for din indsats. Det ser jeg mange som glemmer, fordi det ikke interesserer dem at fortælle om sig selv.

Som kunstner er du vant til at fortælle historier. Og helt grundlæggende er det det, du skal, når du skal gøre opmærksom på, hvad du har gang i, og hvorfor vi skal bruge tid på det. Den gode historie har en skarp vinkel, er vedkommende for os som modtagere, og taler til vores følelser. Alt sammen elementer, du bruger i dit professionelle virke, og som du skal bruge i din markedsføring af dine projekter.



Du skal kunne levere den på 30 sekunder – du kender det som elevatortalen. Den overbevisende tale, du skal kunne holde, hvis du i elevatoren møder netop den person, du gerne vil i kontakt med. Men det kræver forberedelse, omtanke og øvelse. Jeg har gennem årene trænet elevatortaler og budskaber med en lang række kunstnere og erhvervsfolk. Begge kategorier har samme behov for at komme ud med budskaber til de rette mennesker.

DU HAR ET PRODUKT – SÆLG DET TIL OS

Hver dag har vi som kulturforbrugere og mennesker et væld af tilbud om, hvad vi kan bruge dagen på. Arbejdet og familien tager jo den tid, der skal til, og når vi så endelig skal vælge om vi slænger os på sofaen med Netflix, tager afsted i teatret eller går til koncert, er der kamp om vores tid.

Tilbuddene kommer fra mange sider; vi bliver påvirket af opslag fra Facebook, Instagram, Snapchat og andre sociale medier, vi får nyhedsbreve med kulturtilbud, vi læser aviser og absorberer reklamer uden at bemærke det, og ikke mindst får vi masser af tilbud fra venner og bekendte.

TRÆNG I GENNEM TIL MEDIERNE

Du skal trænge gennem tilbudsstrømmen for at ramme publikum. Intet kommer af sig selv, et Facebook-like eller en tilmelding til en begivenhed er ikke nødvendigvis lig med en solgt billet, og en pressemeddelelse til den lokale avis er heller ikke altid nok. Så der skal arbejdes med at udbrede dine gode historier og budskaber om, hvorfor vi skal interessere os for dine projekter og dig. Og ikke mindst få os til at dele dine projekter med andre, der kunne have interesse for din forestilling, koncert eller udstilling.

Det kan måske lyde lidt uoverskueligt og svært med den store konkurrence, men hvis du tager fat på at skabe din egen grundhistorie, som du kan bygge på i den fremtidige kommunikation er du kommet et godt stykke af vejen. Og så skal du have en strategi for, hvordan du vil kommunikere dine budskaber – altid med modtageren for øje. Engager dine medspillere og følgere på de sociale medier. Få dem med, så de føler sig som en del af projektet.

Du skal blandt andet tænke i nyhedstrekanten, når du skriver. Få det væsentlige eller fængende frem i begyndelsen. Også her skal du tale på modtagerens – journalistens præmisser. Det er vigtigt at kende mediernes arbejdsbetingelser, og hvad der ligger til grund for til og fravalg af, hvad de vælger at bringe. Man skal altid huske, at historien skal være aktuel og vedkommende for journalistens læsere. Blot for at nævne nogle af de vigtige kriterier.

BLIV INSPIRERET AF DE STORE HISTORIEFORTÆLLERE – OG DE LIDT MINDRE

Gennem skoletiden har vi læst masser af historier, og lært om mange forskellige historiegenrer. Fra eventyr til nyhedsartikler. Der er god inspiration at hente fra en del af de store historie-fortællere. Bliv inspireret af eksempelvis Dan Turell og Karen Blixen, lær om personlig branding af Simon Spies, som gjorde en historie ud af mange små ting – også de mere tilfældige. Og lær af de helt unge kulturskabere, som er eksperter i at skabe fortællinger om deres projekter bl.a. på sociale medier.

Vi hverken kan eller skal være Dan Turell eller Simon Spies alle sammen. Man skal ikke bare kopiere andre. Men god inspiration sætter tankerne i gang, og er med til at få os til at tænke på, hvordan vi selv kan bruge nogle af de greb og muligheder, der er for at fortælle historier, der kommer andre ved.





SÆT JER I MODTAGERENS STED

Meget af den kommunikation og markedsføring vi bliver udsat for, er ofte på afsenderes præmisser og med deres perspektiv. Det skal kunst og kultur også være i et vist omfang. Men hvis du vil ud med sine budskaber, skal du huske, at hjælpe os andre som modtagere, til at forstå budskaberne. Det er nemlig ikke altid lige nemt. Og hvis du nøjes med at satse på, at de to anmeldere, der måske kommer til din forestilling tager sig af at udbrede de gode budskaber, risikerer du, at gå galt i byen. Det samme gør sig gældende, hvis du stiller op til et interview med et medie uden forberedelse, eller sætter gang i en masse aktiviteter på sociale medier uden at tænke over, hvad der skal komme efter det, og hvad du ønsker at opnå.

Selv om du måske allerede har arbejdet med kommunikation, vil det på alle måder være relevant. Alle kan skærpe deres indsats og blive bedre. Nogle af dem, der er bedst til at lave gode historier på alle mediekkanaler, er det af den simple grund, at de har øvet sig.

For musikere plejer jeg at kalde det "Det 11. nummer". Inden man skal give koncert eller indspille et album øver man sine 10 bedste numre op i øvelokalet. Men man skal også øve sig på det 11. nummer – det der handler om, hvorfor vi skal komme til koncerten. Ellers kan du spille til øvelokalets væg eller sales tomme stole. Og det er altid sjovere med publikum på



SUSANNE DANIG

Ejer og stifter af Danig Performing Arts Service

Susanne er scenekunstproducent, ledelseskonsulent og international innovatør. Hun arbejder med strategiudvikling, rådgivning og mentorships for kunstnere.

Hun har tidligere været leder af Dansk ITI (International Theater Institute) samt producent for flere danske teater og de danske scenekunsthospitaler Waves og Asterioden samt Nordiske Scenekunstdage 14.

Susanne har international erfaring i at skabe festivaler og udvikle kunstinstitutioner, har siddet i flere bestyrelser og har fungeret som rådgiver for bl.a. Kulturstyrelsen. Hun er desuden mangeårigt medlem af det internationale netværk IETM og har fungeret som præsident for International Festival Forum/ITI.

Susanne er Cand. Mag. i Litteraturvidenskab og Moderne kultur og Kulturformidling fra Københavns Universitet, har fulgt undervisning i både USA og Frankrig, har en diplomuddannelse i ledelse ligesom hun er certificeret Passion Test Facilitator, Flow Consultant i The Wealth Dynamic systemet og Kunstgrebskonsulent.



NIELS-ERIK "NILLER" WISCHMANN

Ejer og stifter af Wischmann Innovation

Niels-Erik, eller i daglig tale Niller, har arbejdet som iværksætter og med iværksættere på rådgivningsplan gennem 25 år, i 17 år som daglig leder og chefkonsulent på Konsulenttjenesten for Rytmisk Musik. Har årelang erfaring med strategisk udviklingsarbejde i de kunstneriske miljøer samt indenfor den offentlige forvaltning.

Niller har et omfattende CV med ledelseserfaring fra mange organisationer og virksomheder. Brobygger mellem kunsten og erhvervslivet. Udgiver jævnligt håndbøger indenfor formidling, kommunikation og håndteringen af den administrative del af kunst og kulturmiljøet.

Niller har udviklet uddannelsen Kunstgreb, som er gennemført af flere end 100 kunstnere med udgangspunkt i den prisbelønnede innovationsmodel Kunstgreb.

Niller har Masteruddannelse i ledelse og kommunikation. Han er certificeret coach, og har gennem de sidste 20 år rådgivet og coachet hundredvis af iværksættere og virksomheder årligt om deres projekter. Desuden stadig aktiv musiker



PETER DJURUP

Ejer og stifter af Djurup comm.

Peter er kommunikationsrådgiver, underviser og medietræner, og har mere end 20 års erfaring med alle aspekter af kommunikation. Han har blandt andet været ansat som kommunikationsrådgiver i nogle af Danmarks største virksomheder, TDC og Danisco, og har arbejdet som selvstændig rådgiver for store og små virksomheder, organisationer og enkeltpersoner.

Peter har stor indsigt i mediebranchen gennem 10 års arbejde som projekt-, medlems- og kommunikationschef i foreningen FDIM nu Danske Medier. Her har han rådgivet medlemsvirksomhederne, udviklet events, koncepter og projekter, og udbredt viden om mediebranchens udvikling og fremtidens medievirksomhed.

Han arbejder med medieudvikling og storytelling, og hjælper med at udvikle og eksekvere strategi for brug af sociale medier – både for virksomheder og kunstnere.

Peter underviser, træner og coacher enkeltpersoner, iværksættere, kunstnere og andre i hvordan man skaber en kommunikationsplatform og fortæller den gode historie om sit virke til relevante personer, på det rigtige tidspunkt.

PASSION, POWER & PERFORMANCE TILBYDER:



INSPIRATIONS DAG I ÅRHUS OG KØBENHAVN

GÅ STYRKET TIL MARKEDET ELLER SKAB DET SELV...

Vil du som kunstner og kunsthåndværker blive skarpere på, hvordan du udvikler din karriere og skaber mere succes i dit liv? Gå fra underskud til overskud? Så kan du tage første skridt ved at tage med på inspirationsdagen "Passion, Power & Performance".

En dag med læring, udvikling og netværk for kunstnere og kunsthåndværkere, der gerne få indsigt i hvordan man kan arbejde strategisk og målrettet med sin karriere. Dagen indeholder elementer fra de fire Passion, Power & Performance grundsten og giver dig inspiration til et skærpet fokus på, hvordan du kan bruge dine kunstneriske kompetencer på nye måder, på hvordan du skaber netværk og brander dit virke. Du får en række brugbare værktøjer og ideer med hjem.

- Århus 21/9 kl. 10-18 i Remissen på Godsbanen i samarbejde med Sceneagenturet – [Tilmelding her](#)

- København 26/9 kl. 10-18 i Afmagnetiseringsstationen på Teaterøen – [Tilmelding her](#)

Det koster 950 kr. at deltage inkl. frokost, kaffe/the og materialer

Hvis du ikke kan få nok og bare skal have det hele med – så har vi er 4 mdr.s udviklingsforløb – læs mere om dette på vores website eller ring/e-mail så tager vi gerne en snak med dig om dine muligheder.

Følg os på www.passionpowerperformance.dk - hvor du også kan tilmelde dig vores nyhedsbrev.

Vil du høre mere så kontakt os på:
info@powerpassionperformance.dk

Niller mobil: 21 91 11 30

Susanne mobil: 20 72 28 29

Peter mobil: 27 83 46 03