

Abonnement til iTunes

Verdens førende pladeselskaber vil foreslå Apple at indføre en abonnementsordning på Ipod- og computerproducentens digitale musikbutik iTunes. Universal Music skal i denne uge til forhandlingsbordet med Ap-

ple, og ifølge Financial Times er det pladeselskabets ønske at presse på for en ordning, der vil være langt mere lukrativ for pladeselskaberne end den nuværende. Hvordan Universal Music og de andre pladeselska-



ber vil skrue en abonnementsordning sammen er uvist, men den skal kunne trække en del indtægter hjem for at kunne modstå de dystre udsigter til det faldende salg på markedet for fysiske cd'er. Gro

Både Vibeke Vesta og Jens Erik Christensen har en fortid i forsikringsvirksomheden Codan. I dag er Jens Erik Christensen fratrådt som koncernchef, mens Vibeke Vesta, der var marketingchef, er blevet kunstner. Hun har bl.a. kreeret dette visionsmaleri til medarbejderne i Codan. Foto: Reimar Juul.



Når kunsten taler

Ord kan meget, men penselstrøg på et lærred kan måske nå endnu længere ud med budskabet. Codan har netop hængt to malerier op i sit domicil. Det ene fortæller virksomhedens historie, det andet viser fremtidsvisionerne

■ Kunst

AF GRO HØYER THIELST

På 18. sal i Codans nye lokaler på grænsen mellem Vesterbro og Frederiksberg i København hænger Codans

historie og fremtidsvisioner. De er fortalt med penselstrøg og skal forstås af højre hjernehalvdel, måske endda med hjertet.

»Det er ofte meget nemmere for medarbejderne og kunderne at opfatte noget visuelt end at læse det på skrift i 10 punkter,« siger Vibeke Vesta, der har malet de to abstrakte malerier for Codan.

Visuelle visioner

Vibeke Vesta arbejder til daglig som kunstner. Hun visualiserer virksomheders visioner på lærred og kender selv en del til erhvervslivets puls. Hun har bl.a. været marketingchef i Codan og adm. direktør for TDC Tele Danmark Call Center Europe. Nu har hun kastet sig ud i kunsten, men blander det med forretning under navnet »Art Vesta.«

Da Codan fik nye lokaler i hovedstaden kontaktede hun den daværende koncernchef, Jens Erik Christensen, der i slutningen af november forlod sin stilling. Jens Erik Christensen så Vibeke Vestas henvendelse som en oplagt mulighed for Codan at prøve noget nyt.

»I stedet for at bede et galleri om at finde den rigtige udsmykning er det sjovere at have noget, der er skræd-

ersyet til Codan. Noget, der også har med virksomheden at gøre,« siger Jens Erik Christensen, der nåede at være forsikringsvirksomhedens koncernchef i lidt over syv år.

Ikke en investering

Malerierne kan på sin vis opfattes som hans farvel til den virksomhed, hvor han har været med til at fordoble egenkapitalen, tredoble omsætningen og firedoble markedsværdien.

»Codan bruger beskedne beløb på kunst. Selskabet betragter det ikke som nogen finansiel investering, men som noget, der er til glæde for medarbejderne. Der må ikke være for meget, for Codan vil gerne signalere over for kunderne, at man bestemte kigger på omkostningerne,« siger Jens Erik Christensen.

Midt i innovationens tidsalder, ser han det som et afgørende træk, at en virksomhed tænker anderledes.

»Det er godt at være omgivet af kunst – man lader sig inspirere af kunst. Det giver virksomheden en ekstra dimension, så alt ikke går op i bogholderi og økonomiske mål. Codan tilbyder kunderne tryghed og forsikringsløsninger, men at Codan kommunikerer si-

Vestas vision

Vibeke Vesta arbejder ud fra et koncept, der binder kunst, erhverv og godgørenhed sammen. Når hun maler visionsmalerier for virksomheder, vælger hun at donere en del af indtægterne til et socialt eller humanitært projekt. I forbindelse med samarbejdet med Codan trykker og donerer forsikringsvirksomheden postkort med de to malerier til Sorgenfri Kirke, som sælger dem. Indtægterne herfra går ubeskåret til et projekt i Morogoro i Tanzania.

Gro

ne visioner og målsætninger via malerier, viser, at man tænker meget over de aspekter,« siger Jens Erik Christensen, der afviser, at der er tale om et modefænomen, når kultur og erhverv krydser grænser.

Kommunikation

Han henviser til sin hjemegn, Herning, hvor brødrene Damgaard drev en skjortefabrik og investerede betydelige beløb i kunst.

»De har været en utrolig inspirationskilde, da de var meget fremsynede i deres ledelse. Det er måske ikke så tosset at få andre aspekter ind i hverdagen end de traditionelle managementværktøjer,« siger Jens Erik Christensen og fortæller, at

Codan i fremtiden skal nærme sig kunderne gennem kommunikationen.

»Codan har tidligere været meget »ingeniør-tung,« men i stigende grad skal Codan have fokus på det, der gør en forskel. Virksomheden skal kommunikere med kunden, markedet samt de andre interessenter, der måtte være, og som har noget at sige. Kommunikation er den afgørende konkurrencefordel, og kunsten kommunikerer på sin egen måde og på en måde, man ikke er vant til. Med kunst er man nødt til at bruge sin højre hjernehalvdel, og med kunst vil Codan gerne vise, at virksomheden er med over hele feltet.«

gro.thielst@borsen.dk