



Marts 2013

Talent for mode - findes det?

Kan man have talent for mode - og hvad er modetalent egentlig? Det blev drøftet ivrigt på Holmen forleden, hvor designskolen havde inviteret gæster fra blandt andet den svenske tøj-koncern H&M og London-uddannelsesinstitutionen Royal College of Art for at drøfte emnet med en sal fyldt med engagerede tilhørere

Talentfulde medarbejdere - og ikke mindst talentfulde designere - bidrager til virksomheders udvikling og vækst. Men hvad er talent egentlig? Er man født med det eller kan det læres? Og hvordan får man øje på talentet i uddannelser og når virksomheder skal rekruttere?

Fire veloplagte talere kom med hver deres bud.

Designer og underviser på Royal Collage of Art i London, Ike Rusk, talte om talentudvikling og uddannelse. Siden 1998 har han undervist i design af herretøj og kan i dag følge sine studerende i jobs hos bl.a. Dunhill, Adidas og Givenchy.

"Min rolle er at hjælpe mine studerende med at finde ud af, hvem de er, så de kan kommunikere det til verden. Jeg opmuntrer dem til at finde deres designidentitet, men kan også se, at det kræver stort mod af dem at arbejde sig frem til egen identitet. For i en designproces træffer man valg, og et valg har altid konsekvenser," sagde Ike Rust og pegede på, at en af de svære konsekvenser ved at træffe valg er, at man risikerer kritik og mange studerende frygter selve frygten for at blive afvist.

Derfor fokuserer Ike Rust på de studerendes arbejde med motivation og at opnå følelsen af tryghed ved egen identitet og egne valg; de skal være fokuserede og frie på samme tid, så de udvikler modet til at turde blive bedømt. For design er ikke noget man gør, men derimod en måde at vise verdenen, hvem man er og hvad man står for.

En blanding af medfødt og tillært

Et af de mennesker, der på egen krop har følt, hvordan det er at blive bedømt er designeren Anne Sofie Madsen, som driver virksomhed i eget navn og får stor opmærksomhed for sit design. Hun blev uddannet på Kunstakademiets Designskole i 2009 og fortalte på seminaret, at hun undervejs i sit uddannelses- og udviklingsforløb ikke selv har følt sig som et talent. "Talent er vel et uudnyttet potentiale. En blanding mellem noget medfødt og tillært. Jeg har for eksempel altid haft let ved at tegne, men kunne ikke bruge en symaskine, før jeg begyndte på skolen," sagde Anne Sofie Madsen, og fortalte, hvordan hun på skolen altid lavede noget mærkeligt, som de andre grinede af og som hun selv følte sig lidt flov over. Først da hun kom ud og præsenterede sine ting for designere i Berlin og Paris stod det klart for hende, at hun ikke skulle tænke på design som 'duer' eller 'duer ikke', men at det i stedet handler om, hvor man passer ind.

"Den erkendelse ændrede meget for mig. For da jeg præsenterede min portfolio opdagede jeg, at det jeg havde skammet mig over, fandt de var noget af det flotteste. Pludselig gik snakken på, hvilke designfirmaer jeg passede ind i, frem for om mine mærkelige designs overhovedet passede ind nogle steder," sagde Anne Sofie Madsen og pegede samtidig på, at talent jo i høj grad også handler om, hvordan man forvalter det. At et lille talent, som forvaltes rigtigt, kan nå meget længere end et stort talent, som ikke rigtig kan finde ud af, hvordan man lykkes.



Talent management

Herefter bevægede seminaret sig fra den lille designvirksomhed til en helt stor spiller. For lederen af H&M's HR-afdeling Beata Aurell talte om koncernens arbejde med talent management. Herunder de udviklingsmuligheder der ligger i at holde øje med den nye printdesignassistent, som måske har talent for at rykke sig til et designjob og med tiden kan lande i stillingen som divisionsdesigner, blive ekspert inden for fx strik - eller måske viser det sig, at assistenten har flair for projektledelse.

Det handler om at få øje på dem, som kan udvikle sig fra en rolle til en anden og er klar til at tage mere ansvar; ikke mindst at spotte medarbejdere med lederegenskaber.

Samtidig holder H&M øje med, om medarbejderne tager koncernens værdier til sig og trives godt med dem.

Beata Aurell beskrev, hvordan H&M har en professionel og systematisk rekrutteringsproces med screening, telefoninterviews, gennemgang af portfolio og personlige samtaler.

H&M er desuden bevidst om at tiltrække talenter ved at lave både eksterne og interne aktiviteter. Eksternt handler det blandt andet om H&M design award, projekter med designskolerne og besøg herfra. Internt laver man workshops med inspirerende talere og arrangerer konkurrencer. I 2012 kårede man for første gang vinderen af H&M design award. Vinderen blev den danske medarbejder Stine Riis, og design award 2013 er netop gået til H&M-medarbejderen Minju Kim.

Se her interview med danske Stine Riis, der vandt H&M design award i 2012:

<http://designaward2013.hm.com/2012-winner/stine-riis/>

Og den nyeste Award til Minju Kim - en sød filmbid med en meget glad vinder:

<http://www.youtube.com/watch?v=jkJWXb-Gu2M>

Små virksomheder mangler professionel rekrutteringsproces

Seminarets sidste oplægsholder var Moussa Mchangama, som talte om rekruttering af nye talenter i danske modevirksomheder - et tema, som Kunstakademiet arbejder med netop nu under ledelse af ph.d. Maria Mackinney-Valentin. Moussa Mchangama fortalte blandt andet, at det tager ca. fem år fra designere er dimetteret fra designskolerne til deres beskæftigelsesgrad rammer den gennemsnitlige beskæftigelse i befolkningen. For virksomheder går højt op i erfaring, så det er svært at få jobmæssigt fodfæste. Derfor undersøges der nu, hvad designerne laver umiddelbart efter dimissionen. Er de i ulønnet praktik? Har de egen virksomhed? Eller hvordan opbygger de den erfaring der skal til for, at de senere kommer i job? Moussa Mchangama forklarede, at netværk har stor betydning, når virksomhederne ansætter. Samtidig er det tydeligt, at små og mellemstore virksomheder ikke har en professionel rekrutteringsproces, men at ansættelser ofte foregår ad hoc, og så kan det være svært som designer at komme i spil, hvis man ikke har et netværk at trække på. I forhold til talent, så definerer virksomhederne typisk dette efter, hvad deres egne behov er og hvad de selv har brug for netop nu. Der mangler derfor en fælles forståelse for, hvordan man indkredser det talent, som virksomheden har brug for.

Innovationsnetværket Livsstil - Bolig & Beklædning

Seminaret om Modetalent var arrangeret af partnere i Innovationsnetværket Livsstil - Bolig & Beklædning, som fremmer innovation i danske virksomheder ved at identificere, formidle, forankre og udvikle ny viden. Netværket er samtidig brobygger mellem virksomheder og forsknings- & vidensinstitutioner.

Læs mere på <http://www.innonetlifestyle.com/>



Innovationsnetværket arbejder med rekruttering og talenter på flere måder. Blandt andet projektet 'Can Danes do Fashion', som skal facilitere et bedre møde mellem virksomheder og de nyuddannede talenter fra Danmarks tre modeuddannelser. Formålet er at lette kandidaternes vej ud på arbejdsmarkedet og give branchen viden om, hvad der rører sig hos nye designere, så dimittendernes vej til job bliver lettere.

Der laves en Master Class om nye metoder i designbranchen.

Til april udkommer en rapport om konklusionerne fra Moussa Mchangamas undersøgelser og Maria Mackinney-Valentins forskning.

Aktiviteterne annonceres via Innovationsnetværkets nyhedsbrev. Tilmelding til dette her:

http://www.innonetlifestyle.com/?page_id=206/

Udpluk fra dagens debat

På seminaret om modetalent blev der diskuteret med tilhørerne. Her et udpluk af dagens udsagn:

- 'Talent swapping - kan man i fashion-verdenen skifte mellem brands?'
- 'At dele ideer er svært - men nogle former for erfaring kan virksomheder godt dele imellem sig.'
- 'Brug af freelance-designere er jo talent swapping, men også vigtigt med en stabil kerne, som holder sig til virksomheden.'
- 'Er designere overhovedet klar til industrien og dens behov umiddelbart efter, at de forlader skolen?'
- 'Udfordres talenter af amatører?'
- 'I fashion kommer der altid folk udefra. Det holder industrien vågen og er ikke nogen trussel, tværtimod er det positivt.'
- 'Folk der gerne vil udtrykke sig selv er en af tidens tendenser. Derfor hører amatører til tiden.'
- 'Industrien kunne gøre meget mere for at hjælpe designskolerne med at forberede studerende på overgangen mellem skolen og jobbet i erhvervslivet.'
- 'Hvordan omsætter man det intense arbejde med sin egen designudvikling til værdi for industrien?'
- 'Industrien skal skabe rammer, hvor studerende kan arbejde på deres betingelser, så de studerende starter med at arbejde med egne kollektioner allerede under uddannelsen.'
- 'Måske er virksomhederne ikke gode nok til at pege på, hvilken type designere de skal bruge. De skal bruge en til at designe t-shirts, men formår ikke derudover at sætte ord på deres forventninger.'

Artiklen er lavet på baggrund af et åbent seminar om talent i modebranchen d. 13. marts 2013 på Holmen. Fire eksperter talte om talent i modebranchen:

- Designeren Anne Sofie Madsen taler om hvordan det er at være udnævnt som talent.
- Chef for HR i H&M Beata Aurell taler om talent management i H&R.
- Designer og underviser på Royal Collage of Art i London, Ike Rusk, taler om talentudvikling og uddannelse.
- Moussa Mchangama taler om rekruttering af nye talenter i danske modevirksomheder.

Seminaret foregik på Kunstakademiets designskole og var arrangeret af partnerne: TEKO, Designskolen Kolding, Development Centre UMT og Kunstakademiets Designskole i Innovationsnetværket Livsstil - Bolig & Beklædning.