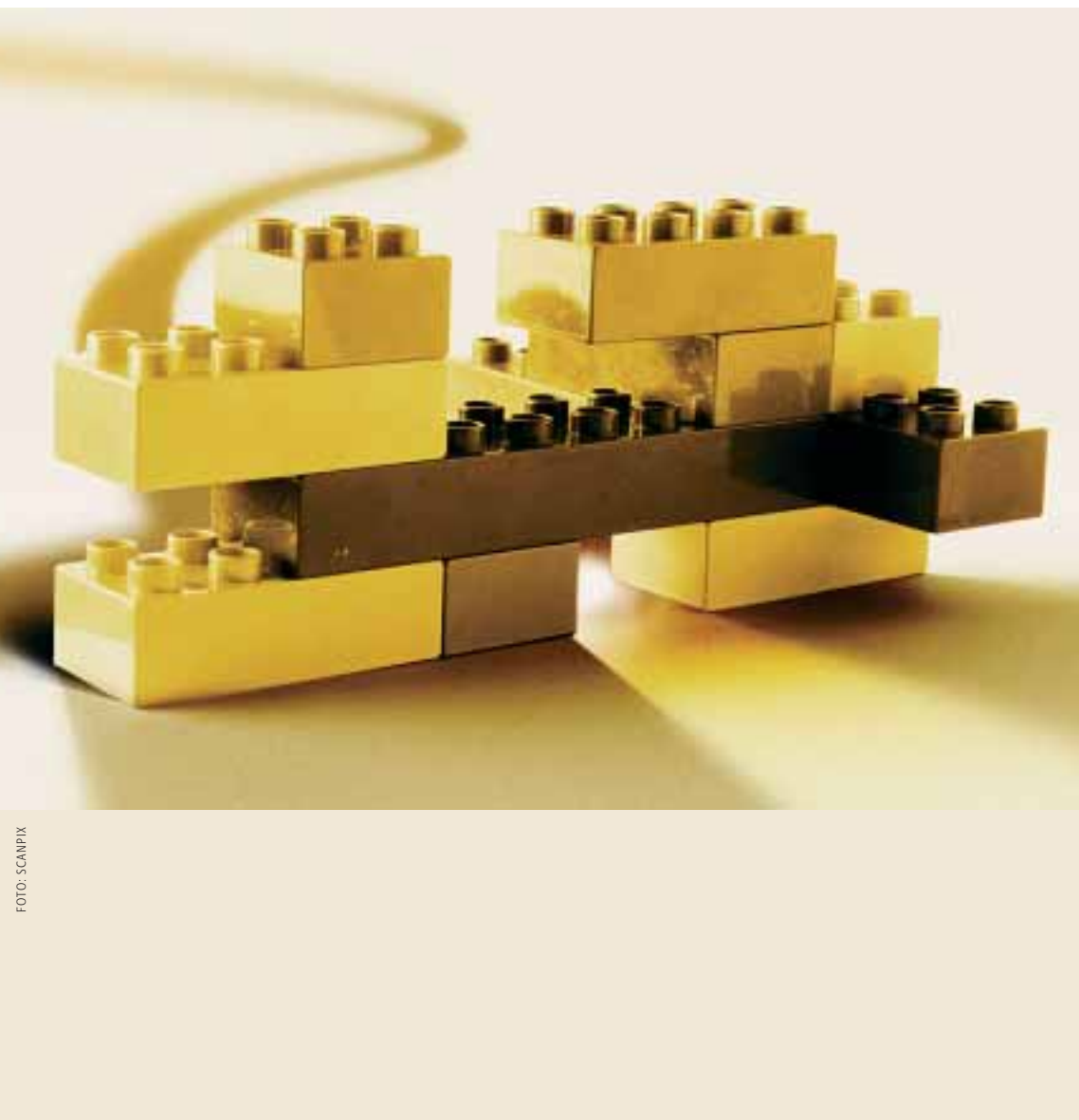


Skal vi lege direktør?



* Forestil dig direktionslokalet i en større dansk virksomhed. Omkring det blankpolerede mahognibord sidder de ledende medarbejdere og lytter, mens direktøren gennemgår sit forslag til en ny action- og implementeringsplan.

Han rejser sig, klikker på pc'ens mus, og på det hvide lærred ser man nu planen som et stort diagram med cirkler, kasser og management-ord, der alle sammen er forbundet med et virvar af pile og streger og punkterede feedback-linjer.

»Nogle indvendinger?«, spørger direktøren. Det er der sandsynligvis ikke. Af flere grunde. Fordi deltagerne forstår den abstrakte meddelelse på hver sin måde og således tilpasser den til deres egne formål. Fordi de der ikke forstår et klap af det hele, holder det for sig selv. Og fordi det bløde tæppe, det pæne bord, kunsten på væggen og figuren på lærredet alle sammen hvisker den samme advarsel: Hold mund! Det her er hverken tiden eller stedet for en åben diskussion.

Byg din virksomhed i LEGO

Eksemplet er frit opfundet, men det ligger ikke langt fra virkeligheden i mange danske virksomheder, mener Jens Rottbøll:

»Det, der burde være et vigtigt og udviklende møde mellem virksomhedens visionære medarbejdere, bliver i stedet en halvårlig øvelse i non-kommunikation. Og når planen alligevel vedtages, er det komplet umuligt at kommunikere den ud til de ansatte, kunderne og samarbejdspartnere«.

Jens Rottbøll er tidligere human resource-direktør hos Bang & Olufsen. I dag er han partner i 'core-team', hvor han hjælper virksomheder med at udvikle og omstille sig, og til det bruger han noget så barnligt som LEGO-klodser: Virksomheden får en

Mens politikere kræver tidlig skolestart og flere timer i de traditionelle fag, peger forskere, konsulenter og virksomhedsledere på børns leg som fremtidens vigtigste ressource.

kuffert fyldt med grønne og blå, gule, hvide og røde klodser, et helt LEGO-univers med figurer, hjul, lygtepæle, træer og tagplader, og efter et kort oplæg fra Jens Rottbøll går deltagerne i gang med at bygge deres vision eller virkelighed.

LEGO Serious Play, som det hedder, er et udviklingsredskab til innovative virksomheder. Det er til voksne, det er alvorligt, men det bygger på barnets leg, og så er det fantastisk effektivt. Legen har nemlig nogle kvaliteter, som man kan bruge i udviklingen af virksomheder, siger Jens Rottbøll.

»Det kan være svært at forstå et strategioplæg og at finde sin egen plads i det, men når et barn siger, at det sidder i en flyver på vej til Mars, forstår legeskammeraterne med det samme, hvad det indebærer. Lynhurtigt udvikler de en fælles forståelse for rejsen og dens formål, og de finder roller som supplerer og støtter hinanden. Sammen udforsker og udvikler de deres univers, og den proces kan erhvervslivet drage nytte af.«

Lad medarbejderne lege

Jens Rottbøll står ikke alene med sit synspunkt.

Forfatteren Jørn Martin Steenhold forsker i og skriver om leg og læring på Learning Lab Denmark, og her på tærsklen til det 5. samfund bør virksomhederne lære af børnene og deres leg, siger han: »Kreativitet bliver i fremtiden vigtigere end kundskaber. Fremtidens medarbejdere skal ikke løse de samme opgaver igen og igen, men deltage i en eksperimenterende og udforskende proces, som udvikler virksomheden og dens produkt. Forskning og leg er det samme. Det er hypoteseafprøvning. Så i stedet for at søge trofaste og loyale medarbejdere, skal innovative virksomheder lede efter legende medarbejdere.«

Kapital vejer intet

I begyndelsen af året udgav 'Kulturrådet for Børn' og 'Huset Mandag Morgen' inspirationsnotatet 'Næste generations udviklingspolitik – mellem kultur, erhverv og kompetencer'.

Notatet argumenterer for, at den nye netværks- og vidensøkonomi ikke har brug for bestemte faglige kompetencer, men for den kreativitet, den risikovillighed, den samarbejdsevne og den forskende ånd, som børn udvikler og opøver i legen.

Notatet henviser til en række amerikanske undersøgelser, blandt andet én lavet af revisionselskabet 'Center for Business Innovation' i Boston. Igennem ti år har selskabet fulgt de 500 største børsnoterede virksomheder for at finde ud af, hvad der skiller succes fra fiasko.

Og der er, skriver det amerikanske selskab, statistisk signifikante forklaringer på succes. Forklaringerne har imidlertid ikke noget at gøre med økonomiske forhold som dem, der normalt optræder i et regnskab. Succesen afhænger derimod af tre forhold: af virksomhedens innovationsevne, dens evne til at indgå strategiske alliancer og dens evne til at kommunikere sin vision til alle medarbejderne.

I alle tre tilfælde er legen et perfekt laboratorium. Det er netop de kompetencer børn udvikler gennem leg.

Pendulet svinger forkert

'Kulturrådet for børn', som regeringen nu har nedlagt, så det som en af sine opgaver at bygge bro mellem de ellers adskilte verdener, kulturens, børnenes og erhvervslivets verden.

Formanden, Oticon-troldmanden Lars Kolind, ærgres sig over, at rådet nu er forhenværende, for der er brug for den slags grænseoverskridende part-

nerskaber i fremtidens samfund og økonomi. Men, fortsatte han på en konference, som rådet holdt i Silkeborg i april, selv om det uddannelses- og kulturpolitiske pendul svinger den forkerte vej, hen mod en stadig snævrere uddannelses-, kompetence- og kulturforståelse, er der positive tendenser at spore. Kommuner, virksomheder og kulturinstitutioner tænker mere i partnerskaber i dag end for ti år siden. Verdnerne er ikke så langt fra hinanden, som de har været, mener Lars Kolind.

Hvad foregår der her?

Partnerskab eller ej, så er der stadig nogle kløfter eller mentale grænser. De bliver tydelige, fortæller Jens Rottbøll, når direktionen er fuldt optaget af at bygge LEGO-landskaber, og døren så pludselig går op, og dér står direktionssekretæren.

»Så kan man se«, siger Jens Rottbøll, »at hun tænker: 'Sådan noget burde ikke foregå her', mens direktøren tænker: 'Gad vide hvad hun nu går ned og fortæller til de andre i kantinen'.« ▲

Mikkel Hvid
Asterisk@dpu.dk