

Spræng boksen før platformen brænder!



Vi lever alle i rammer. Rammer som er bestemt af de valg vi gør her i livet. Vi vælger et job hos en virksomhed, og med tiden bliver vi en del af de rammer, som virksomheden tilbyder.

Vores egen familie, venner og hjem skaber vores private rammer. Uden at vi altid ønsker det, begynder vi at vænne os til disse rammer. Det er jo også ganske behageligt at sengen, køleskabet eller post-kassen er det samme sted hver dag. Eller at vi ved, hvad vores jobopgaver og mål er på vores arbejdsplads.

Jeg var til et foredrag med Michael Eisner, tidligere koncerndirektør for Walt Disney. Han fortalte, at kun de virksomheder, der formår at indbygge kreativitet som en af siderne i boksen (omgivet af rammer), vil udvikle sig og overleve.

Hvordan skaber virksomhederne så denne løbende kreativitet? Nu hvor faste rammer og vane-tænkning er sat i gang? Har I nogensinde været på en arbejdsplads hvor der er blevet sagt følgende: Det har vi prøvet, eller hvorfor skal vi også lave det om. Den lidt mere avancerede udgave lyder: Vi behøver ingen jobbeskrivelse, alle gør som de plejer, og det har de gjort i mange år.

Der findes flere muligheder at aktivere kreativitet på:

En af dem er, at nøglemedarbejdere tilknyttes eksterne netværk. Disse netværk kan inspirere til kreativ nytænkning. En anden løsning er, at virksomhederne via en metodisk måde aktiverer medarbejdere via brainstorming på udvalgte områder.

Sidst med ikke mindst kan virksomhederne outsource opgaven til en konsulent. En der kan coache og bruge en metodisk måde til at bringe kreativiteten frem i virksomhederne. Ved løsning 2 og 3 er det en fordel, at de involverede medarbejdere kender spillereglerne for hvorfor de skal deltage, og at iscenesættelsen bliver korrekt.

En af de, som med succes har aktiveret egne kollegaer er Hans Jørgen Madsen. Han og et team gennemførte et forandringsprojekt. De overførte simpelthen vanetænkning fra en proces/arbejdsrutine til hvordan det ville have set ud, hvis de samme medarbejdere lavede kaffe på denne måde.

Det gav virkelig forståelse for effektivitetspotentialer. Som Hans Jørgen Madsen udtalte. "Alle virksomheder kan effektiviseres med mindst 25 %." Det kan lyde voldsomt, men spørgsmålet er måske om ikke det er i underkanten af det mulige potentialer.

I det nævnte foredrag med Michael Eisner kunne han ikke forstå, at Kjeld Kirk har perioder med lukning af Legoland, nærmere betegnet i vinterhalvåret. Sammenligner vi med Tivoli, så ser vi, at her er der i dag næsten åbent året rundt. Tivoli har skabt nogle kunde-værdier (temaer) for deres kunder, så de har indtjening i en meget længere periode.

Alle kan tænke ud af boksen, når vi står på en brændende platform - men hvorfor vente på det!!

Alternativ indsigt

År 1000. Polynesierne har udforsket 14 millioner kvadratkilometer af Stillehavet, mere end noget andet folk i historien.