KUL PÅ JOBBET

ETT NYHETSBREV FRÅN FUTUREWISE

— AUGUSTI 2017 —

FUTUREWISE

Hur kul på jobbet har ni?

MOT LUSTFYLLDA ARBETSPLATSER

Många chefer och ledare lägger tid på att identifiera de senaste managementtrenderna eller få koll på hur man kan optimera verskamheten. Mer sällan hör man någon som aktivt försöker hitta sätt för att få personalen att ha det roligare på arbetet. Saker som dessa är, om inte tabu, i alla fall sådant man har svårare att diskutera på styrelse- och ledningsgruppsmöten. Fokus hamnar lätt på lönsamhet och tillväxt, snarare än antal skratt per timme.

Vad man då missar är att det finns en koppling mellan att ha kul och att vara långsiktigt lönsam. Särskilt viktigt blir detta i tider då många anställda är endera uttråkade eller på gränsen till utbrända. Detta nyhetsbrev krokar i det förra på temat Kringis maximus och funderar på varför det på flera sätt är gynnsamt att få upp humöret hos personalen.

FRÅN KARRIÄR TILL FRITIDSSYSSLOR

Svenska studier visar att fritiden blir allt viktigare i relation till arbetet för att skapa mening i livet. Denna utveckling har pågått sedan 1980-talet. Kanske är inte detta så konstigt med tanke på den myriad av fritidsaktiviteter som finns idag – och som inte fanns för, säg, trettio år sedan (tänk kitesurfing, DNA-släktforskning, parkour, skriva Wikipedia-artiklar, swimrun, medborgarforskning, binge-kolla på Netflixserier, med mera). Medan karriär tidigare var det viktigaste målet i livet för många är det idag fritiden som tar en alltid viktigare roll i självförverkligandet. För många är arbetet således en daglig passagesträcka att ta sig förbi så friktionsfritt som möjligt.

DÅLIGT PÅ EN HÖG NIVÅ

Som kontrast till detta har vi en annan kategori anställda som är plikttrogna på gränsen till överdrift. Enligt Christin Mellner som forskar om stress på Stockholms Universitet säger 55 procent inte ifrån när arbetsbelastningen blir för hög eller går utanför ens kompetens. Arbetsmiljöverkets rapporter visar att andelen sysselsatta som säger sig ha ”alldeles för mycket att göra” stadigt ligger på över 50 procent. Uppskattningar från SBU (statens beredning för medicinsk och social utvärdering) visar att minst 200 svenskar dör årligen av jobbrelaterad stress.

Alla kan ha en dålig dag på jobbet – bara det inte händer varje dag.

Det är förstås inte alla gånger denna stress är självvald, utan många anställda får ta sig an allt större arbetsbördor i form av ökad volym och hastighet eller ökade krav på kognitiva och fysiska insatser. Statistik från EU visar att arbetsintensiteten och de upplevda arbetskraven ökat rejält under de senaste tjugo åren. Och Sverige ligger i topp bland länderna med högintensivt arbete.

”Folk hinner inte med det de ska göra på jobbet.” säger Anders Ivarsson-Westerberg som är forskare på administrativa uppgifter på svenska arbetsplatser. Det säger något om hur illa det har blivit i arbetslivet för många. I en undersökning som Europeiska arbetsmiljöbyrån (EU-Osha) genomfört bland nästan 50 000 arbetsplatser i 36 europeiska länder ligger Sverige i topp när det kommer till stress i arbetslivet. 74 procent av arbetsplatserna uppger att tidspressen är problematisk. Snittet för Europa ligger på 43 procent och i exempelvis Turkiet är siffran endast 15 procent.

Viktigt att komma ihåg i sammanhanget att forskarna inte är ense om utvecklingen. Exempelvis professor Lars Dencik menar att detta snarare speglar den svenska klagokulturen och menar att ”vi mår dåligt på en mycket hög nivå”.

Små medel räcker ofta för att skapa en roligare arbetsmiljö.

INTE SÅ SJÄLVKLARA SJÄLVKLARHETER

Oavsett varför de anställda är missnöjda med sin arbetssituation så finns det en universalkur som botar åkomman. Nämligen att se till att de anställda är glada och lyckliga.

Studier visar att glada medarbetare överträffar negativa i termer av produktivitet, försäljning, energinivåer, personalomsättning och sjukskrivningskostnader. När något får oss att le eller skratta frisätts signalsubstansen dopamin i centrala nervsystemet, som i sin tur stimulerar kreativitet, koncentration och motivation. I en metaanalys av 225 akademiska studier visade det sig att lyckliga anställda hade 31 procent högre produktivitet och sålde 37 procent mer. Det verkar alltså finnas rent ekonomiska skäl till att ha glada och lyckliga anställda. Och det får man knappast genom stränga förmaningar, förtäckta hot eller odlande av rivalitet.

Sätten att skapa energigivande arbetsmiljöer skiftar förstås, men ett gemensamt drag tycks vara att de organisationer som lyckas har fört in moment av humor, lek, spel och socialt umgänge som en naturlig del av arbetet. Humor kan föga förvånande bygga förtroenden, minska spänningar och stärka gruppkänslan.

FUNLUVING ATTITUDE

Ett av de mest extrema exemplen är Southwest Airlines i USA som är ett av världens mest framgångsrika flygbolag. De förespråkar en ”fun-LUVing attitude” (deras aktiesymbol är LUV), vilket innebär att man ska ha kul och att man inte ska ta sig själv på för stort allvar. Anställda på Southwest Airlines uppmuntras att vara sig själva och låta sin personlighet färga arbetsrollen.
Det finns många historier om roliga meddelanden under deras flighter, som ”Se till att ni får med

er alla personliga tillhörigheter när ni lämnar planet. Allt som lämnas kvar fördelas rättvist bland kabinpersonalen" eller "Sisten av planet får städa det!" Stewarden Davis Holmes blev ett YouTube-fenomen när han rappade fram säkerhetsmeddelandet. I juletid har personal klätt ut sig till tomtar som suttit runtom i flygplanen. Det har hänt att liveband har spelat under resorna eller att kända basketspelare har kollat biljetter vid boardingen.

Southwest Airlines har en *Corporate Culture Committee* som ska måna om företagskulturen. De koordinerar olika medarbetarevenemang, skriver personliga födelsedagskort till personalen och arrangerar den årliga dragkampen där det gäller att med handkraft bogsera ett helt flygplan. När det blir konflikter mellan anställda på företaget som inte enkelt kan lösas bjuds de in till ett "Come to Jesus"-möte, där de tillsammans med chefer som moderatorer spenderar en hel dag med att reda ut problemen. Det blir ofta en form av teambuilding-aktivitet i en positiv anda.

Skratt, skoj och upptåg är sanktionerat från högst ort och deras högsta chefer är kända för att klä ut sig i extrema utstyrslar vid fester eller i reklamkampanjer.

Klassisk armbrytningsmatch mellan vd:ar.

JUST PLANE SMART

I början på 1990-talet började de använda en ny slogan, "Just plane smart". Problemet var att flygbolaget Stevens Aviation använde snarlika "Plane smart" varpå hot om stämning följde. Men istället valde bolagens båda vd:ar att låta saken avgöras i en match i armbrytning. Saken pratades upp i media och trots att Southwest Airlines vd förlorade matchen gav den enorm gratispublicitet för båda bolagen. Storsint nog lät Stevens Aviation förloraren att fortsätta använda sin slogan. Alla var ändå vinnare när saken var avgjord.

Southwest Airlines har det sunda perspektivet att det inte bara är möjligt utan nödvändigt med skratt och skoj när man har ett i grunden rätt tufft och stressigt arbete. ”Glada anställda betyder glada kunder, vilket betyder glada aktieägare”, menar deras ekonomichef Laura Wright. När de vid ett tillfälle gick ut och sökte ny personal fick de in 10 000 ansökningar på två timmar. Nya konkurrenter kan köpa flygplan och hålla låga priser, men de har svårt att replikera den företagskultur som Southwest Airlines har byggt upp under åren.

HUMORDIREKTÖRER

”Office pranks” är en i managementlitteraturen ofta förbisedd metod för att bygga teamkänsla.

Det finns förstås många andra exempel på arbetsplatser med roliga initiativ. På Adobe har de 80 olika föreningar med allt från stickning till bokklubbar för medarbetarna. På Pepsis huvudkontor i New York har anställda kolonilotter där de kan plantera växter och pyssla med dem på rasterna. På PR-byrån Peppercomm måste alla anställda gå en standup-kurs. Det kan låta fånigt men vd:n menar att det förbättrar kommunikationsförmågan, gör de anställda bättre på att tolka feedback och har blivit en initieringsrit som alla nyanställda måste passera. Amerikanska försäkringsbolaget Rogers Insurance har en *Director of Humor* som ska se till att det finns en stor dos humor på kontoret.

Även i Sverige har vi förstås organisationer och chefer som har en mer avslappnad inställning till jobbet. Ett exempel är Gunnar Lindberg som är avdelningschef på äldreomsorgen i Piteå och som menar att en bra chef ska vara lat. Det är inte förrän man lägger sig i sängen och stirrat upp i taket som man kan vara kreativ. Lathet ger tid för reflektion. Av det tjugotal personer som han är chef för har ingen varit utbränd. Men så behöver de inte heller jobba övertid eller ha på mobilen på semestern. ”Det handlar inte om att inte vara produktiv, det handlar om hur man ska vara

Lösmustasch kan bli obligatorisk rekvisita i framtidens mötesrum.

för att vara produktiv", säger han i en intervju. När mötena blir för långa är det Gunnar som reser sig upp och säger: "Nä, nu går vi hem."

Även inom akademiska kretsar börjar dessa tankar bli populära. Samuel West vid Lunds Universitet menar att enbart resultatfokus inte leder någonstans. "De företag som inte ger utrymme för lekfullhet har ingen framtid", säger han. Han har startat företaget Superlab som har målet att göra Sveriges arbetsplatser roligare. Ett sätt är att dela ut kuvert med olika uppgifter till personer som deltar i ett möte. Någon kan få en lösmustasch att ta på sig, någon annan ska sträcka upp händerna och ropa att det är härligt att leva varje gång mötesledaren rättar till glasögonen. Syftet är att deltagarna ska våga släppa loss och vara mer kreativa.

FRÅN LYDIGA TILL LUSTFYLLDA MEDARBETARE

Föreställningen att arbete måste vara "seriöst" är djupt rotad men sådant som raster, småprat och lekfullhet står inte i direkt motsats till att nå bästa möjliga resultat. Att arbete måste klassas som seriöst är högst kontraproduktivt. Det finns ingen motsättning i att arbete kan vara roligt.

Tvärtom kan mikropauser för återhämtning och glädjeskapande aktiviteter bidra till att skapa framgång, för att inte tala om ökad nöjdhet bland anställda och kunder.

De som lyckas skapa en avslappnad och rolig atmosfär kommer istället att få medarbetare som ser fram emot att komma till jobbet varje dag. För arbetsgivare handlar det om att påskynda övergången från lydiga till lojala till lustfyllda medarbetare. Eller som de säger i USA: "Having fun at work is serious business."

LITE OM FUTUREWISE ERBJUDANDEN:

OMVÄRLDSANALYS

Futurewise producerar toppkvalitativa och skarpa omvärldsanalyser för just er bransch.

Vi kartlägger er marknad, gör intervjuer, letar trender, studerar alternativa affärsmodeller och sammanställer resultaten i lättillgängliga rapporter.

För att involvera pesonalen tar vi helst fram materialet tillsammans mer er under interaktiva workshops.

Klicka för att läsa mer om omvärldsanalys

FÖREDRAG

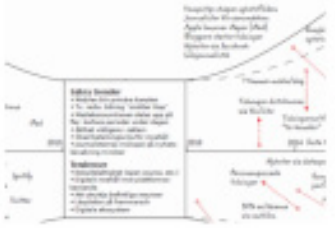
Vi håller upp mot 100 föredrag årligen där vi presenterar inspirerande trender och tankeväckande framtidsbilder.

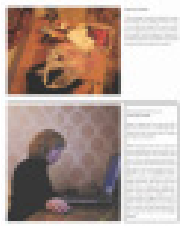
Vi siktar på att underhålla samtidigt som vi delger ny kunskap och kryddar sedan med lite provokation.

Anlita Futurewise till nästa konferens, kick-off eller kundevent!

Klicka för att läsa mer om föredrag

UTBILDNING





Vi arrangerar flera gånger per år öppna utbildningar i omvärldsanalys. Lär dig kombinera beprövade metoder med nya IT-verktyg för att skapa effektiva plattformar för systematisk omvärldsanalys.

Du tränar förmågan att tidigt upptäcka trender liksom hur man drar nytta av dem.

Ta två utbildningsdagar och se till att bli en grym trendspanare du också!

Klicka för att läsa mer om utbildning

FUTUREWISE