

# Den kreative virksomhed

Af direktør Allan Levann, High Performance Institute ®

*Fantasi er vigtigere end viden*  
(Albert Einstein, atomfysiker)

Vores samfund er i hastig udvikling. I de sidste 10 til 20 år har der været en debat om at det industrielle samfund er ved at forsvinde. Og hvad vil der komme i stedet? Når vi bevæger os ud af den industrielle tidsalder og ind i en ny æra. Hvilke værdier, holdninger og menneskelige egenskaber vil da blive fremmet, udviklet og udfoldet?

Overgangen beskrives ofte som bevægelsen mod et "videnssamfund". Økonomer peger på, at de hurtigt voksende virksomheder er dem, som beskæftiger sig med information og viden fremfor fysiske varer, og det er i stigende grad menneskelige ressourcer, talent og immatrielle "varer", der efterspørges og prioriteres højest. Men information og viden alene har i sig selv en begrænset værdi, medmindre de behandles og anvendes kreativt. Succes i fremtidens globale verden vil ikke primært være baseret på information og viden, men hvordan den anvendes og udfoldes på en helt ny måde.

Børn, fremtidens medarbejdere, er i den sammenhæng vitale. Ikke blot udgør de den næste generation, men også fordi barndommen naturligt er en af de mest kreative faser i vores liv. Børn tjener på mange måder som modeller for livet i den kreative virksomhed. Fra børn kan voksne lære hvad det betyder at lege og at være kreativ. De er fra fødslen skabt til den kreative virksomhed. Deres naturlige og medfødte talent bliver i stigende grad mere og mere relevant, efterhånden som "fantasi", "spontanitet", "glæde", "fleksibilitet", "nysgerrighed", "entusiasme og engagement", "nærhed og relationer", "kærlighed", "fordybelse og langsomhed", "muligheder" og "mine værdier og drømme" bliver til nøgleværdier på arbejdsmarkedet, når virksomhederne skal gøre sig attraktive overfor medarbejderne. Før i tiden mente man, at børn under deres opvækst burde lære mindst én færdighed – et håndværk eller et fag – så de kunne klare sig i livet som voksne. I fremtiden vil det langt vigtigere at udvikle og udfolde børns evne og medfødte talent til at være kreative, så kreativiteten kan fortsætte længere end børnehaveklassen og langt ind i voksenlivet. Opgaven for fremtidens kreative virksomhed bliver evnen til langt bedre at forløse det personlige talent i et lysende og kreativt samspil med faglig duellighed med det personlige potentiale som fokus og barnligheden som omdrejningspunkt.

Det stiller selvfølgelig store krav til nye måder at undervise og opdrage på.

Det er skolens, forældrenes og samfundets næste store udfordring.

For fremtidens kreative virksomheder betyder dette vilkår, at virksomhederne allerede i dag skal opstille det ultimative mål for sig selv: At skabe den kreative virksomhed, som kan tiltrække, udfolde og forløse medarbejdernes iboende kreativitet og skabe fremtidens nye produkter og services.

Det kræver hård træning og brud på traditioner. Kreativitetstræning. Skabe unikke forudsætninger og grobund for kreativiteten på alle niveauer i organisationen. Man skal aktivere sin kreativitet, lave om på rutiner, være meget opmærksom på, under hvilke omstændigheder, man får sine bedste idéer. Einstein fik f.eks. sine bedste idéer, når han tog brusebad. Give plads til legen, fantasien, fordybelsen og ikke mindst langsomheden.

Det er ofte i langsomheden og fordybelsen kreativiteten opstår. Benny Andersen har skrevet et kreativt dig ”Falde i staver”. En tilstand som børn er gode til, og som vi voksne ofte misforstår som kedsomhed, sløvhed og inaktivitet.

Men det er ofte i disse stunder kreativiteten arbejder. Vi husker det selv. Så lad barnet være. Lad barnet i dig være – og fald i staver - også i arbejdstiden.

Det er god træning. Tiden og teknologien er til det. Det handler blot om at komme i gang og give sig selv og organisationen lov til at være kreative – falde i staver.

Den amerikanske professor John Kao, Harvard Business School har i sin grænseoverskridende bog fra 1997 ”Jamming: The Art and Discipline of Business Creativity”, opstillet disse minimumskrav til inspiration for fremtidens kreative virksomhed:

**1)**

Ethvert menneske er kreativt.

**2)**

Alle ideer er velkomne og fortjener at blive hørt

**3)**

Kreativitet er en del af enhver stillingsbeskrivelse

**4)**

At afslutte for hurtigt og for megen og smålig vurdering er dødsynder

**5)**

Kreativitet drejer sig om at finde balancen mellem kunst og disciplin

**6)**

Kreativitet betyder, at man er åben over for en bred vifte af indtryk

**7)**

Eksperimenter skal opmuntres

**8)**

Modige fejl er al ære værd, dårlig udførsel og ringe valg er ikke

**9)**

Kreativitet er at mestre en proces af stadig forandring

**10)**

Kreative resultater kommer fra en balance mellem intuition og facts

**11)**

Kreativitet kan ledes

**12)**

Kreativt arbejde er ikke en undskyldning for kaos, rod eller slendrian i udførelsen

Danmark kan blive kreativitetens foregangsland. Det har vi masser af beviser for.  
Det bedste er Lego. Den kreative virksomhed ligger godt til os. Fordi vi er gode til mennesker.  
Kreativitet er vores vigtigste råstof. Tag det. Udfold det. Der er masser af det.  
Det ligger i ethvert menneske, og venter kun på af blive brugt i den kreative virksomhed.

Slip kreativiteten løs!