

Vikingerne viste vejen

Af
TORBEN ANDERSEN
Direktør, cand.merc. og ph.d.
DTU, Danmarks Tekniske Universitet

Hvor kommer den skandinaviske ledelsesstil fra? Denne lille billige bog (168 små sider, hardcover) skrevet af en amerikaner og en svensker prøver at give svaret. De to gæve gutter er af den overbevisning, at der helt klart kan trækkes linier helt tilbage til vikingetiden i den måde skandinaviske ledere agerer på. Lad det være sagt med det samme – det her er ikke en tung og alvorlig analyse af en lang historisk udvikling. Det er derimod et yderst humoristisk, kort og anekdotisk bidrag, inden for et område hvor vi faktisk ikke har specielt meget viden. Men det gør den ikke mindre dårlig, tværtimod fristes man næsten til at sige. De to marketing ledere, som har været tilknyttet The Absolut Company i succes årene op igennem 1990'erne, leverer her et ualmindeligt frisk pust i den løbende debat om, hvad ledere kan og bør gøre og hvad der kan vise sig at give succes. Lad mig nævne et par af deres lidt provokerende statements:

- Vær ydmyg og fræk (snarere ned arrogant og flink)
- Tjen penge ved at give ting væk (IT-produkterne – det er måske ikke så originalt)
- Advertising virker ikke (det her er to marketing-folk, som siger det)
- Glem belønning og straf – ingen af dem påvirker motivation
- Samarbejd i stedet for at konkurrere

Ud over de her fem statements er der i bogen en lang række små interessante observationer af, hvad der i skandinaviske virksomheder har givet succes op igennem de seneste årtier. Og i den forbindelse er det overraskende lidt de to forfattere læner sig op at "store ledere". Det er faktisk kun Ingvar Kamprad der trækkes frem – det er vel også obligatorisk hvis der er en svensker på som forfatter. Men det er nu befriende at man ikke – som det er tilfældet i alle de amerikanske bøger om ledelse – skal trækkes igennem den sædvanlige heltedyrkelse, præsentationen af "store mænd", de visionære osv. Her kigger de to forfattere i stedet tilbage, og leverer forklaringer der i højere grad går på hvem vi er og hvor vi kommer fra (altså vores historie). Strid og Andréasson har, som det også kan ses af litteraturlisten, gjort deres hjemmearbejde. Centrale kilder om vikingetiden som Röda orm og Hávámál ligger til grund for mange af pointerne i

kapitlerne, og man får som læser lysten til at kigger nærmere ind i den tid. Eksempelvis nævner de to i kapitel 37, med titlen: Empower your women, hvor det lige pludseligt går op for en, at det i vikingetiden var ganske udbredt, at kvinder havde indflydelsesrige poster, tog del i rejserne, kunne forlade sin mand (under bestemte præmisser), og at lighed og demokrati i det hele taget havde nået et forholdsvis højt udviklingsstade (stereotypen om de uciviliserede barbarer ser ikke ud til at passe). Det skal dog heller ikke ignoreres, at der er en del modsigelser og dilemmaer i de argumenter, som de to forfattere fremfører, men de ignoreres på ingen måde. Faktisk tager de ofte som udgangspunkt, at mange ledelses- og beslutningssituationer er problematiske, og at der på ingen måde er ét klart svar, én måde at gøre tingene på. Strid og Andréasson tager som forudsætning, at vi ikke lykkes, at ting hele ændrer sig og at vi som ledere kontinuerligt må øve os i at lære af alle de fejl, vi begår. Meget i takt med tiden netop nu, nævner de to forfattere, hvordan vikingerne grundigt planlagde deres togter og hvordan de selvfølgelig gik anderledes. I sådanne situationer viste de en meget høj grad af fleksibilitet, evne til at improvisere og dermed at få løst de problemer, de stor overfor. En sådan måde at agere på var således baseret på tre værdier: Mod, humor og ære, og de går igen i mange af de eksempler, som forfatterne bringer ind. Ikke mindst de initiativer, som nyere skandinaviske virksomheder har taget, initiativer som har gået stik imod hvad gængse opfattelser har vurderet som værende fornuftigt. Og på den måde får de bygget en meget interessant bro imellem nyere cases og en baggrund, som vi alle måske godt vidste, at vi havde, men som vi ikke helt var klar over.

Steve Strid og Claes Andréasson: **The Viking Manifesto – the Scandinavian approach to business and blasphemy**. Cyan Books/Marshall Cavendish, Business Publ, 2007, ISBN 0-462-09905-9, pris: 99 £.
(Se også: www.vikingmanifesto.com)