

I et lille år har bolig- og beklædningsvirksomheder leget med hjernevidenskab og design i et projekt, som gav deltagerne indsigt i, hvordan ny hjerneforskning kan bruges til at arbejde med innovation, kreativitet og produktivitet. Tekstilproducenten Gabriel er så småt i gang med at afprøve den nye viden.

Sæt HJERNEN i spil

Din produktivitet er højere når du er glad

31%

og du er 3x så kreativ og sælger for 37% mere

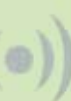


NÅR DU DYRKER MOTION skaber du nye hjerneceller

Den hjerne vejer ca. 2% af din kropsvægt og står for godt over 20% af kroppens daglige energiforbrug

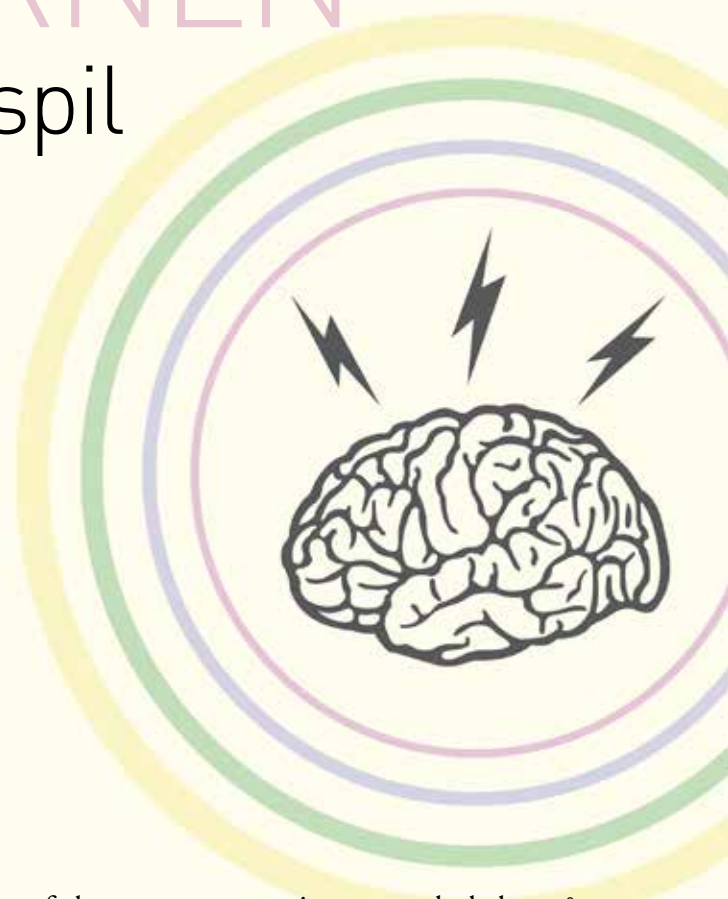
2%

20%



Musik med 60 beats pr. minut

gør dig mere kreativ



Forretningsudvikler Sofie Venndt arbejder blandt andet med innovationskultur i sit job hos Gabriel®. Hun har fokus på, hvordan virksomheden kan fjerne væksthæmmere for at blive mest mulig effektiv og innovativ. En workshop gav hende en vigtig pointe med hjem: ”Forskning viser, at hjernen bliver ved med at udvikle sig livet igennem. Før troede folk, at den toppede ved 25 år, og sådan en viden skaber et paradigmeskifte. For hvis folk i vores virksomhed tror om sig selv, at de ikke kan flytte sig mentalt, så får de jo med den nye viden en helt ny selvforståelse,” forklarer Sofie Venndt. Hun deltog i Innovationsnetværkets projekt ’New ways of working’ sammen med andre små og mellemstore virksomheder for at afprøve ny viden om hjerneforskning. Forløbet bestod blandt andet af to workshops, hvor deltagerne kunne afprøve de nye input hjemme i virksomheden, inden de mødtes igen. ”Det var nogle rigtig interessante virksomheder og spændende mennesker, der mødte op.

Noget af det, som ramte mig var, at de helt små virksomheder så lynhurtigt kunne lave forandringer – helt konkret fra workshop til workshop. Det var meget inspirerende, at de så hurtigt afprøvede ting og implementerede nyt,” forklarer Sofie Venndt.

Musik og glæde virker

Deltagerne hørte om, hvordan man kan ændre virkelighed og skabe forandringer. Eksempelvis har menneskers yndlingsmusik positiv effekt på både IQ, hukommelse og koncentration.

”Det med musik har de færreste virksomheder jo øje for. Et andet opmærksomhedspunkt er at undgå negativ tænkning, fordi det har nogle store konsekvenser,” siger Sofie Venndt og henviser til, at glæde i gennemsnit gør medarbejdere 31% mere produktive. Et amerikansk studie viser desuden, at glade sælgere gennemsnitligt sælger for 37% mere end deres mindre glade kolleger.

GLÆDE, HUKOMMELSE, MEDITATION, SPORT, MAD OG MUSIK – ARBEJD MED HJERNEN

”I Danmark er vi gode til arbejdsglæde, men måske ikke så bevidste om alle de områder af hjerneforskningen, som virksomheder kan bruge strategisk til at udvikle organisationen. Her inddrager vi hele sfæren og ser på hukommelse, mad, sundhed og alt det andet, der kan arbejdes med for at skabe innovation og kreativitet,” forklarer projektleder Louise Jakobsen.

Læs i denne folder, hvordan hjernen kan drive innovation frem i danske virksomheder.

<http://innonetlifestyle.com/wp-content/uploads/2014/11/Brain-map.pdf>

NEW WAYS OF WORKING

Projektet giver virksomheder mulighed for at implementere nye hjernebaserede redskaber i deres arbejde med innovation, kreativitet og produktivitet.

Projektet er en aktivitet i Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning.

Deltagende institutioner: Innovation Lab, Arkitektskolen Aarhus, Aarhus Universitet, Development Centre UMT og Stanford University.

Deltagende virksomheder: AROS, LEGO, Norstar, TopToy, Carlottas Village, Danseværkstedet, Gabriel®, Vink Design, Marimatech og Design X Cph.



”Vi fik meget viden, men noget af det var så komplekst, at jeg ikke lige kan forklare det hjemme i virksomheden. Derfor er det godt, at der blev lavet en folder med nogle af pointerne. Jeg tror, at man kan få rigtig meget ud af det her felt, hvis vi fordyber os mere i det, og får endnu mere hjælp til at ’tygge’ den vigtige forskning, som er lavet,” siger forretningsudvikleren fra Gabriel, som allerede eksperimenterer lidt med sin nye viden.

”Jeg fik en plakat om sammenhængen mellem glæde og produktivitet, som jeg har hængt op bag mig, så kollegerne kan se den. De er begyndt at referere til dens budskab ved at tale om, at vi er bedre, når vi er glade. En af lederne tog også en dag initiativ til at tale om glæde, så der er nogle frø, som sås på virksomheden lige nu. Måske er det tilfældigt og ville være sket alligevel - men jeg får øje på det.”

”Der er mange lag i det her. Vi kan se på, hvad virksomheden kan gøre, men noget af den nye viden skal der arbejdes med på andre niveauer. Dele af forandringen skaber individet og andet hører til hos virksomhederne eller på samfundsplan.”

FORRETNINGSUDVIKLER SOFIE VENNDT, GABRIEL®