



KAPITEL 18

Det sanselige møde

Vi ved, at de fysiske omgivelser påvirker vores måde at tænke og arbejde på. Har du prøvet at holde personalemøde på en isflage, er du ikke i tvivl. Når vi ofte holder møde ude af huset, fx på et kursussted, er det i erkendelse af, at vi må væk hjemmefra for at tænke noget nyt eller for at kunne tale sammen på en anden måde. De sansestimuli, vi bliver udsat for, er med til at give vores tanker retning. For at stimuli ikke altid skal være de samme eller tilfældige, kan I arbejde på selv at iscenesætte nogle, som giver jeres tanker den retning, I gerne vil have.

MØDETS LOCATION

Rummet fortæller altid en historie om, hvilket slags møde der skal holdes. Derfor bør der altid være sammenhæng mellem mødets formål og det sted, I holder mødet. Som udgangspunkt kan mødet holdes hvor som helst, hvis bare vi er motiverede nok. I forsvaret træner man fx folk i, hvordan de kan holde møde i ørkenen eller på køleren af en bil. Heldigvis har vi under normale omstændigheder mulighed for at gøre det lidt mere bekvemt end som så. Så hvorfor ikke udvide repertoiret med disse varianter:

Det klassiske mødelokale. Et enkelt rum med et stort mødebord, stole, måske et whiteboard og en projektor. Fordelene ved dette møderum



er, at det er velkendt, så vi skal ikke bruge energi på at orientere os i omgivelserne. Det er enkelt, så tankerne flyder uforstyrret, og det virker seriøst. Ulemperne er, at det lægger op til, at vi tænker og agerer, som vi plejer, og der er ingen inspiration at hente i omgivelserne.

Tag væk. Der har i mange århundreder været en tradition for, at forfattere og kunstnere tog i refugium, når de skulle søge inspiration. De tog i kloster i Toscana eller på hyttetur i Nordsverige. Det var først, når de var væk fra den anmassende hverdag, at de kunne finde ind til de flow-tilstande, som kendetegner de fleste kreative processer.

Desværre har vi sjældent mulighed for at holde vores møder i tibetanske templer eller på et fransk vinslot, men der er nu alligevel mange fordele ved at holde møderne ude af huset, fx på et kursuscenter. Vi bliver ikke så let forstyrret, og vores iderigdom låses ikke fast i alt for velkendte omgivelser. Desuden er faciliteterne og servicen ofte bedre, end den er derhjemme.

Ryk tæt på kunden. Hold fx mødet i det miljø, som mødet handler om. Hold et møde om integration og diversitet i Vollsrose, eller hold et møde ude hos kunden (uden de nødvendigvis selv er med). På den måde kan de fysiske omgivelser hjælpe jer til hele tiden at holde fokus på det centrale. I min søns børnehave bliver alle forældremøder holdt inde på børnenes stue, siddende på børnenes stole. Når vi sidder som et fireårs barn med lugten af madpakker og bleer hængende i luften, kan vi ikke undgå at se verden i børnehøjde.

Vælg inspirerende omgivelser. Der er meget delte meninger om, hvad inspirerende omgivelser er. Nogle sværger til det 'minimalistiske', andre til 'sanseekspllosionen'.

Det minimalistiske møderum er typisk enkle og lyse rum. Helst i atelier- eller værkstedsstil. Det betyder, at rummet skal invitere til, at



man gerne må arbejde i det. Der er tuscher, post-it blokke, pensler m.m. i rummet, som indbyder til, at man straks går i gang. Fra starten er rummet pænt og ryddet som et blankt lærred, for hvert møde er et nyt kunstværk, der skal skabes fra grunden. I kan bogstaveligt talt mødes i et atelier eller en teatersal.

I disse år bygger den ene virksomhed efter det andet kreative møderum, som skal inspirere til nytænkning og innovation. Danisco har et, Coloplast har et, og Oticon har et. Mange af rummene, som fx Det Blå Rum på Teknologisk Institut, er en ren sanseekspllosion. Rummet er helt blåt med himlen malet på gulvet, en gynge i loftet og bolde til at sidde på. I det hele taget er rummet en blanding af et kunstværk og en legeplads fyldt med teaterrekvisitter og kunstneriske installationer. Tanken med denne type rum er, at usædvanlig indretning og arkitektur skal inspirere os og invitere os til at tænke anderledes.

Mode- og livsstilsskolen TEKO i Herning har en fantastisk kunstnerisk indretning, udført af bl.a. Utzon og Per Arnoldi. Nogle af mødelokalerne og værkstederne er så kunstfærdigt indrettet, at de er blevet fredet. En lærer fra skolen fortalte mig, at hun oplevede, at eleverne ikke arbejdede bedst i de allermest sprudlende rum, men i de mere enkle værksteder. Min egen erfaring fra Teknologisk Institut, hvor jeg blandt andet har siddet i afdelingen for Opfindelser og Kreativitetens enestående kunstneriske kontorer, er, at gæster, der kommer på besøg, bliver meget inspireret, mens vi, der arbejdede der hver dag, næsten ikke lagde mærke til den unikke indretning.

Hvis I har planer om at opbygge et kreativt møderum, vil jeg foreslå:

- at I overvejer, hvordan rummets indretning løbende kan forandre sig, så det bliver ved at inspirere.
- at I sørger for, at rummet ikke bliver så flot og tjekket, at ingen tør arbejde derinde. Hvem tør hænge post-its på væggene, hvis det hele ligner et uerstatteligt Rembrandt-maleri?



- at rummet er funktionelt, så der trods fantasifuld indretning kan arbejdes på mange forskellige måder.
- at I også ser det som en markedsføringsaktivitet. Det Blå Rum er et af de mest besøgte steder på Teknologisk Institut – der har mindst været 5 ministre forbi. Rummet er fantastisk til at give et visuelt indtryk af, hvordan man arbejder innovativt med videnprocesser.

Et hyggeligt sted. Hvis formålet med mødet er at skabe tryghed og gode relationer, kan det ofte betale sig at holde mødet i hyggelige omgivelser. Mange virksomheder har indrettet en sofakrog, som kan give en afslappet og hjemlig atmosfære. Andre hyggelige steder at holde mødet er hjemme hos en af mødedeltagerne eller på café. Et af de bedste møder, jeg har været med til, foregik oppe under taget i et lille intimt loftsrum på Thorshavns Teater.

Tag stolen under armen. I et godt møderum skal funktionaliteten helst være helt i top. Men man bør være klar til at skrotte de fine fornemmelser, hvis chancen for at holde mødet på en enestående lokalitet byder sig til. Hvis vejret er godt, eller der er en enestående udsigt fra taget, så tag en stol under armen og ryk udenfor.

MØDELOKALETS SCENOGRAFI

Som et alternativ til at bruge mange penge på at tage rundt til eksotiske kursuscentre kan I arbejde med mødelokalets scenografi. En god scenografi kan hjælpe os til at holde fokus i mødet og kvalificere det, vi arbejder med. På kursus og konferencestedet HornstrupCentret kan man fx leje en Magic Meeting Box, som kan bruges til at iscenesætte mødelokalet på nye måder. I boksen er der musik, dufte, gummihjerner og andre inspirerende materialer.

Et møde trænger ind under huden, hvis vi kan materialisere eller genskabe mødets emne i mødelokalet. På et møde hos Arla Food kan



man sagtens smage på forskellige oste, men hvordan skaber vi oplevelsen af det kinesiske marked eller en it-strategi i mødelokalet?

Vi konkurrerer om hinandens tid og opmærksomhed. Alle kneb, der kan få mødedeltagerne til at fokusere på dit møde så hurtigt som muligt, gælder. Scenografien er et stærkt virkemiddel til ad sansernes vej at vinde deltageres fulde opmærksomhed.

SCENOGRAFIEN, MØDETS KROPSPROG

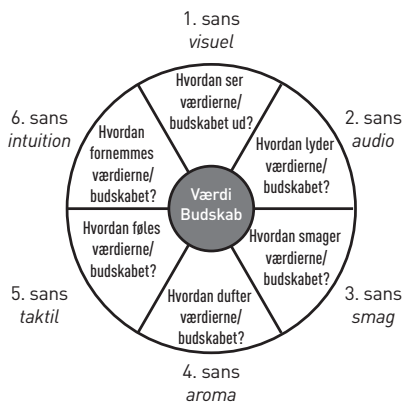
Når vi taler med andre mennesker, trænger vores budskab bedst igennem, hvis der er sammenhæng mellem det, vi siger, og vores kropssprog. Omvendt er det enormt forstyrrende, hvis en person præsenterer sig som en vild spillopmager, der lever livet på kanten, samtidig med at hans kropssprog er ligeså spændende som en sæk kartofler.

Hvis du inviterer til et møde, der skal give energi og sætte turbo på aktiviteterne, er du allerede bagud, hvis mødelokalet ligner en isolationscelle. Omvendt får du også problemer, hvis mødelokalet ligner karnevallet i Rio, og mødeafviklingen minder om et årsmøde i Foreningen for Udbændte Livshadere.

OPLEVELSESBASERET KOMMUNIKATION

Hvorfor skulle vi ikke kunne lave møder, der er lige så mindeværdige som en god rockkoncert? Vi har måske ikke musikken og et verdensnavn, men vi har noget, der er mindst ligeså vigtigt – nemlig muligheden for at forandre og skabe. Vi er ikke passive tilskuere til en anden persons værk, vi er selv en del af værket. En oplevelse er et brud. Et brud på rutinen eller det velkendte. Et godt møde er et brud fra skrivebordet, computeren eller telefonen – en oplevelse.

Reklamefolk og brandingeksperter har for længe siden fået øjnene op for, at vi kan kommunikere på mange andre niveauer end blot gennem tale og power points. Prøv at tænk dine møder som en oplevelse, som skal appellere til flere sanser, vores følelser og underbevidstheden.



Hvordan ser mødet ud?

Den visuelle sans er den stærkeste sans, vi har. Amerikanske undersøgelser viser, at kvinders hjerterytme øges med 20 %, hvis man placerer en Tiffanyæske foran dem, for ikke at tale om hvad der sker med mænds hjerterytme, når de ser en fodbold. I det hele taget husker vi langt bedre ting, vi har set og ikke kun hørt.

Farverne og lyset i rummet kan tone vores tanker og sindsstemning. Lyse rum giver liv og energi, dæmpet lys kan gøre os trætte, men også give en fornemmelse af hygge og fortrolighed. Mange mener, at lilla eller solgult kan stimulere kreativiteten. I teaterets verden bruges blåt lys ofte til at skabe en drømmeagtig stemning, mens A.P. Møllers marineblå farve som oftest signalerer seriøsitet og troværdighed ('det blå stempel'). Hvis lyset skal være behageligt at arbejde i gennem længere tid, er det ikke så afgørende, om det er koldt eller varmt, men om det gengiver farverne korrekt. Generelt trives vi bedst i dagslys.

Scenografien kan understøtte den ønskede stemning eller hjælpe os til at holde fokus på mødets tema. På et møde om jeres internationaliseringsstrategi kan I fx sætte ting op i rummet fra de mest interessante



regioner. Fx et kort over Polen, en tysk landsholdstrøje og en kinesisk dragemaske. Scenografien på et beslutningsmøde kan være et power point billede af Matterhorns knejsende bjergtop – et klart signal om, at vi skal i en helt bestemt retning. Hos Danisco har de sat projektorer op i deres innovationsrum, som gør, at de hele tiden kan skifte scenografien på væggene ud. For nyligt var jeg til et netværksmøde, hvor der kørte en Marx Brothers film i baggrunden for at lægge en let og glad stemning.

Formålet med scenografien er at fremme mødets fokus og formål, men hvis den ender med at blive så vildtvoksende, at den flytter fokus, har vi ramt ved siden af.

Hvordan lyder mødet?

Musik i starten og slutningen af et møde kan være en effektiv måde at lægge stemning på. Musik er en virksom måde til at markere, at noget gammelt slutter, og noget nyt begynder. Så musikken kan benyttes i overgangen mellem den kaotiske verden uden for møderummet og en intens tilstedeværelse i nuet. Bare tænk på film, som ville være tamme skygger af sig selv, hvis de ikke havde en stærk lydside.

Hjerneforskning har vist, at hjernen har fire forskellige niveauer af elektriske strømninger, også kaldet hjernebølger. De forskellige niveauer påvirker vores måde at tænke på. Jo langsommere hjernebølgerne er, jo mere afslappede, tilfredse og fredfyldte føler vi os.

- Beta-bølger er associeret til vores vågne tilstand, når vi er i beredskab og tænker logisk og sammenhængende i forbindelse med konkret problemløsning. Beta-bølgerne kommer også, når vi er ophidsede, stressede og overstimulerede af omgivelserne.
- Alfa-bølger dominerer, når vi er afslappede. I denne tilstand har vi øget bevidsthed og opmærksomhed. Vi dagdrømmer, visualiserer og skaber indre forestillinger.



- Tetra-bølger har med det ubevidste at gøre og er aktive, i drømmesøvn eller i meditation. Mange mener, at vi tænker allermost kreativt, når vi er på tetra-bølgeniveau.
- Delta-bølger findes i dyb søvn, dyb meditation og bevidstløshed. Nogle mener, at vi i denne tilstand er i kontakt med de allerdybeste lag i os selv.

Musik med en puls på cirka 60 slag i minuttet (omkring hjertets normale hvilepuls) – fx barok musik, new Age og ambient musik – kan flytte bevidstheden fra beta- til alfa-bølger og dermed skærpe opmærksomheden og det generelle velbefindende. Shamanistisk trommespil kan tage os med ind i tetra-niveauet, udvide den mentale åbenhed og nogle gange give os oplevelsen af at være i andre dimensioner.

Det er ikke lige meget, hvilken musik vi vælger til hvilket formål. Taktslaget, musikgenren, støjniveauet og vores egen personlige præferencer har stor indflydelse på, hvordan musikken påvirker os. Dee Coulter, leder af Cognitive Studies at Naropa Institute i Boulder anbefaler jazz, når vi arbejder med opgaver, der ikke kan løses med simple lineære løsninger, men kræver kreative løsninger. Jazz bevæger sig ind i kaos og skaber orden ud af kaos. Helt analogt til den kreative arbejdsproces. New age og ambient kan hjælpe folk, der lever et struktureret mentalt liv til at give slip og lade tankerne flyde frit. Mange af Mozarts kompositioner derimod stimulerer beta-hjernebølgerne og hjælper os til at tænke logisk og organisere vores tanker.

Hvordan smager mødet?

På de fleste møder får vi noget at spise og drikke. En glimrende ting, da høj hjerneaktivitet er stærkt energikrævende. Lange møder uden forplejning kan ende i en katastrofe, fordi blodsukkeret falder. Men det er ikke lige meget, hvad vi fylder i os. Vi kan tale om 'brainfood' som er ren, nærende mad, der giver hjernen alt, hvad den behøver.



Brainfood er let at omsætte og kan være fx frugt, nødder, fuldkornsbrød eller sushi. Omvendt kan for meget kaffe og fedt gøre os trætte.

Det, du serverer, er med til at brande dig og din virksomhed. Der er stor forskel på, om du serverer sovs og kartofler eller sushi. Forstil dig, at du er til et møde hos en visionær højteknologisk virksomhed, hvor I får flæskesteg og rødkål. Meget hyggeligt, men ikke ligefrem smagen af en virksomhed, som er ude i den yderste frontlinje.

Mad og drikke har en vigtig social funktion. Det er en vigtig del af værtsrollen at sørge for, at dine gæster får god mad og drikke. Lange møder uden forplejning vil generelt blive tolket som uhøflige. At spise sammen er normalt en uformel aktivitet, som kan være med til at give en afslappet stemning på mødet. Af samme grund indgår en god frokost ofte i forhandlinger.

Mad og drikke er en primær kilde til oplevelse. Vil du gøre dine møder til noget særligt, kan du fx sørge for fyldt chokolade undervejs og slutte af med et glas champagne, når I har nået det hele.

Hvordan dufter mødet?

Lugtesansen er den næstbedste af vores sanser. På trods af duftes store effekt er det ifølge brandingeksperten Martin Lindstrøm kun ca. 3 % af verdens Fortune 1000 virksomheder, der overhovedet indtænker dufte i deres brand. Af samme grund er det forholdsvist svært at skaffe solid viden om, hvordan vi kan bruge dufte aktivt i vores mødedesign. Men her er alligevel et par tips:

- Eliminér dårlige lugte, medmindre mødets tema handler om behovet for bedre rengøring. Luft ud, tøm skraldespanden, fjern aksebægre og gamle flasker.
- Plant dejlige dufte. Nybagt brød, ristede mandler og friskbrygget kaffe. I supermarkeder rister de op til jul mandler på livet løs for at få os til at købe større julegaver.



- Brug æteriske dufte eller duftlys til at skabe stemninger. Duftene kan nemt fås i helsebranchens specialforretninger. Fx:
 - Mynte, eucalyptus eller kanel (forfriskenede)
 - Citronolie (forfriskende, nervestyrkende, rensende)
 - Sandeltræolie (styrkende og stimulerende)
 - Lavendelolie (humørskabende, harmoniserende)
 - Nellikeolie (styrkende)

Hvordan føles mødet?

Man regner med, at vi har 50 receptorer pr. 100 kvadratmilimeter hud, som hver især indeholder 640.000 mikroreceptorer. Hver kvadratcentimeter hud indeholder altså milliarder af receptorer, som hele tiden registrerer alt fra luftfugtigheden i mødelokalet til kaffekoppens tekstur. Så længe disse sanseindtryk opfattes som normale, registrerer vi dem som oftest slet ikke med vores bevidsthed, da langt de fleste sanseindtryk bearbejdes ubevidst. Det er som regel først, når indtrykkene er ekstraordinære, at vores bevidsthed får besked om, at kroppen også er med til mødet. Fx får en kold træk gennem rummet de fleste til at reagere.

Ikke for meget baggrundsstøj

Vores tolerance over for baggrundsstøj er meget forskellig. Man regner fx med, at mere en halvdelen af medarbejderne i storrumskontorer er generet af støj. Desuden har åbne møde- og kontorlandskaber en selv-censurerende effekt. Vi er bange for at larme og er mere påpasselige med, hvad vi siger, da vi jo ikke ved, hvem der lytter med. Jeg har oplevet at sidde til et møde, hvor vi fik klager fra chefen, som sad lige i nærheden, fordi vi grinede for højt. Hvor er det dog ærgerligt, hvis det pludselig bliver et problem, at vi griner på møderne eller løfter stemmerne i ren begejstring.

Som hovedregel er det godt at holde møde et afskærmet sted, medmindre mødet handler om det, der omgiver jer. Hvis mødet fx handler



om, hvordan I kan øge trivlsen i storrumskontorer, er det en god ide at holde mødet midt i kontoret, så I meget direkte mærker fordelene og ulemperne.

Indeklima

Du kan have verdens mest inspirerende mødelokaler, men hvis rummet er iltfattig og alt for varmt, står tankerne stille.

Nogle tips om indeklimaet:

- Generelt bør temperaturen under normale klima- og arbejdsforhold holdes på 20-22 grader ved stillesiddende arbejde. Temperaturen bør ikke overstige 25 grader.
- Et behageligt arbejdsrum skal hele tiden have tilført frisk luft, uden det fører til træk. Frisk luft giver ilt og fjerner luftforurening, der kommer fra mennesker, overflader og processer fra fx kopimaskiner. Jo flere mennesker, der er i lokalet, jo vigtigere er det at tænke på ventilationsforholdene inden mødet. Er der fx. 15 mennesker i mødelokalet, svarer det til at have to pænt store elradiatorer stående. Luft ud og åbn dørene.
- Undgå træk og blændende lys.

Berøringer

Berøringer er et stærkt socialt bindemiddel. Lette berøringer er generelt tillidsskabende, hvis ellers timingen, måden og berøringsstedet er i orden. Et håndtryk eller et strejf på en arm skaber kontakt. Kunsten er at få det til at ske på en måde, så det ikke opleves som intimiderende. Vi kan jo altid starte med et håndtryk, det har de færreste noget imod. På Eureka Ranch i USA holder de ideudviklingsmøder i et rum med sofaer, men altid med en plads for lidt for at tvinge folk til at sidde tæt op ad hinanden. Jeg benytter tit energizers og powerminglingøvelser som en undskyldning til at få folk til at røre ved hinanden.



Borde- og stoleopstilling

Måden, vi sidder på, har stor betydning for, hvordan vi kommunikerer. De fleste møder foregår ved, at vi sidder rundt om et bord. Ofte får vi sat os for langt fra hinanden eller i små klikker, som cementerer hierarkier og roller i organisationen. Et andet problem er, at vi ofte sidder alt for længe på det samme sted. Vi bliver simpelthen trætte og ukoncentrerede. Lav variation i borde- og stoleopstillingen, specielt på de lange møder. Det er med til at holde koncentrationen oppe. I det hele taget skaber fysisk mobilitet på et møde også tankemæssig mobilitet.

I Oticons nye byggeri i Måløv opererer man med tre slags møder: høje møder, som foregår stående eller siddende på barstole ved caféborde; mellem møder, som foregår ved et almindeligt mødebord og lave møder, som foregår i afslappende og uformelle møbler. På Social- og Sundhedsskolen i Skive har de et fantastisk mødelokale, hvor udgangspunktet altid er, at rummet er tømt for borde og stole. Det betyder, at det er et aktivt valg, når vi sætter borde og stole derind, i stedet for blot en gammel vane.

Om et bord

Dette er den klassiske mødeopstilling. Den helt store fordel er, at den er praktisk og velkendt, derfor egner den sig også til næsten alle mødetyper. Hvis du vælger denne model så tænk på:

- at alle skal kunne se hinanden. Af samme grund er runde borde bedre end firkantede borde.
- at I ikke sidder for langt fra hinanden – I skal helst sidde lige tæt. Ofte er der nogle, der får sat sig lidt fra langt fra de andre. Invitér dem tættere på, ellers ryger de også meget nemt ud af snakken.
- at sørge for, at deltagerne, medmindre du ønsker at cementere roller, fronter, og hierarkier, ikke altid sidder samme sted eller får sat sig i 'klikker'.



Uden bord

At sidde på stole uden borde i en cirkel kan være en forfriskende oplevelse. Denne mødeform er velegnet til møder, der skal skabe personlige relationer. Fordelene er, at kropssproget er tydeligere, mødet bliver mere personligt og intimt, og mobiliteten bliver større, fordi I nemt kan rykke stolene rundt. Ulemperne er, at det er upraktisk i forhold til at skrive og placere kaffekopper, men det finder deltagerne som regel ud af alligevel. Fx står kaffekopper fint under stolen. I visse sammenhænge er det desuden for intimt og sårbart at sidde så åbent over for hinanden.

Stående møder

Stående møder er efterhånden blevet vældig populære. Stående møder kan holdes rundt om et højt cafébord eller stående op imod et whiteboard eller en væg, hvor I kan arbejde aktivt med post-it, modeltegninger eller lignende. I princippet kan alle typer af møder holdes stående. Fordelene er, at det holder folk vågne, møderne bliver generelt meget kortere, og der er ikke så langt til handling, vi kan lynhurtigt hente noget eller flytte os. Ulemperne er, at det er anstrengende at stå sådan i lang tid, fodskader og andre fysiske skavanker kan gøre, at nogle er ude af stand til at holde et stående møde.

Cafeborde

Egner sig til møder med lidt større grupper. Deltagerne sidder i mindre grupper, typisk 6-4 ved hvert bord. Fordelene er, at selv i store grupper kan man opnå nærvær med dem, man sidder ved bord med. I kan, når I skal skabe ideer og videndeling, lade deltagere rokere mellem bordene. Ulemperne er, at det opsplitter gruppen, og de bagerste sidder langt væk fra mødefacilitatoren og andre, der evt. skal præsentere.



Lave møder

Lave møder findes i flere varianter. I kan sidde i et sofabjørne, ligge i liggestole eller sidde på puder på gulvet. Lave møder egner sig til at skabe relationer eller ideer. Ligesom med måltidet er sofaer, liggestole og puder forbundet med nære sociale aktiviteter, derfor bliver den slags møder som regel vældig hyggelige. Fordelene er, at det er meget uformelt og afslappende. Ulemperne er, at det kan blive for 'afslappende', og det kan være temmelig upraktisk i forhold til notater, kaffe og den slags.

REKVISITTER

Legetøj stimulerer børns leg og udvikling. Sådan har vi voksne det også. Vi har det godt, hvis der er ting, vi kan pille ved og lege med. Desværre er de fleste af os opdraget i den 'sorte skole', hvor man hverken måtte vippe på stolen eller lege med viskelæderet. Derfor tror vi, at møder altid er bedst, jo mere asketiske de er. Læringsforskning har vist, at mange er mere deltagende, hvis de kan sidde med noget i hånden, eller hvis de kan få lov at tegne abemønstre på kladdehæftet. Desuden ved vi fra forskningen i kreativ tænkning, at rekvisitter og billeder kan få os til at bryde vanetænkningen og komme på nye ideer og tanker. Prøv fx at finde et par rekvisitter, der sætter dagsordenen for mødet, og læg dem frem på mødebordet. Sæt fx en skarp kniv fast i bordpladen for at vise, at her skal der skæres ind til benet, eller læg en gummihjerne som tegn på, at i dag skal der tænkes.

Gerner Hansen fra Teknologisk Institut, som er ekspert i opsætning af møder, der handler om smagsprodukter, fortalte, at et møde, hvor der ikke er mulighed for at smage og se på de produkter, der tales om, er tæt på spildt. Ved at have produktet ved hånden kan vi bedre inddrage vores implicite viden og de følelsesmæssige aspekter. Vi får en dybde i mødet og en oplevelse, som vi ikke kan tale os til. Desuden er vores hukommelse dybest set ikke andet end forvrængede rekonstruk-



tioner, så ved at kunne se og mærke på tingene kan vi komme tættere på virkeligheden.

Når jeg holder møder, lægger jeg meget ofte energibolde, Kooshbolde og gummihjerner på borde, stole og gulv for at invitere til dialog og en legende stemning. Hvis du synes, den slags er for fjollet, kan du tænke på, at rekvisitter også kan være tuscher, farvede post-it blokke og relevante bøger. Lagt strategisk i rummet fx midt på gulvet eller midt på bordet kan det give et signal om, at her skal alle involveres.

Hvis du er til rekvisitter, så skift dem ud med jævne mellemrum, da effekten aftager efter et stykke tid.

THE MAGIC MEETING

I nedenstående tabel finder du en række bud på, hvordan du kan understøtte mødets formål med forskellige sansestimuli. Brug det som inspiration og prøv dig frem.

Mødets formål/Sans	Syns	Høre	Smage	Lugte	Føle
Fælles forståelse	Varme farver: Solgult og okker	Kenny G.	Kage, som skal skæres ud og fordeles af deltagerne	Friskbrygget kaffe og nybagt brød	Håndtryk og puder
Ideer	Solgult, lilla eller drømmende blå	Miles Davis; Kind of Blue	Eksotisk snack eller mad med overraskende smag – fx blå jordbær-saft	Kanel eller lavendel	Energibolde, Kooshbolde og gummihjerner
Overblik	Hvidt	Bach	Dansk vand og frugt	Mynte eller eucalyptus	Landkort og globusser



Mødets formål/Sans	Syns	Høre	Smage	Lugte	Føle
Beslutninger	Marineblåt og hvidt	Mozart	Dansk vand, frugt og mentolbol-sjer	Mynte eller eucalyptus	Ure og gum-mihjerner
Energi	Masser af lys. Evt. en discokugle til start og slut	Disco og fed rock og pop. Prøv med Bee Gees	Honning-hjerner og et glas cham-pagne til sidst	Lavendel, nellike eller sandeltræ	Energibolde, hjerner og ild

Brug stimuli i moderate mængder, da for mange sanseindtryk flytter fokus fra indholdet i stedet for at understøtte det.

METAFORUM

På Teknologisk Institut skabte vi et mødekoncept, vi kaldte Metaforum. Metaforum er en mødeform som samler de mange sansestimuli i en samlet fortælling. Ved hjælp af en metafor, formidler man mødets primære budskab eller pointe.

Vi afholdt en Metaforum-konference, som skulle formidle instituttets mange kompetencer inden for byggeri – lige fra ledelse til fugt-svampe i træ. I starten viste vi ikke, hvordan vi skulle skabe en rød tråd i de mange indviklede emner med hvert deres fagsprog, indtil vi fandt på at bruge mennesket som metafor. Konferencen kom til at hedde 'Den levende bygning' og beskæftigede sig med bygningens krop (materialer som træ og beton m.m.), bygnings intelligens (it, nanoteknologi m.m.) og bygnings sjæl (arbejds miljø, ledelse m.m.). Ved hjælp af scenografi, skuespillere og storytelling fik vi gjort metaforen sanselig. Der var hår på væggene og skuespillere, der tog deltagernes puls ved ankomsten.