

Disruption af magt på jobbet



■ **BLOGS** | Af: Annette Franck

24. feb 2016

Jeg er ret pjattet med det der 'disruption'. Min begejstring handler ikke om snedige apps eller fascination af nye forretningsmodeller. Jo, det er da vildt, at Uber som verdens største taxa selskab ikke ejer en bil, og at Facebook som verdens mest omfattende medie ikke producerer indhold. Men det er bare fysiske udtryk for 'disruption'.

Det vildeste kommer højst sandsynligt til at handle om disruption af magt: De hierarkier, som vi kender og kan finde ud af at begå os i. De roller, vi plejer at vælge imellem på vores færd i tilværelsen. Men vores kendte relationer og forestillinger om, hvem der bestemmer, vil blive disrupted.

Customer is – not - king

Tag nu bare opfattelsen af, at kunden altid har ret. Nixen - det marketing dogme bliver allerede disrupted. Jeg fik en lykønskning fra Upwork, som er en web markedsplads for service ydelser: "Congratulations on being a wonderful client and making it a joy to work online."

Men halløj - Jeg er altså kunden! I den forgangne uge har jeg fået topratings. Af leverandører: En korrekturlæser i England og en websupporter i Bangalore. Deres ratings af mig som kunde er offentligt tilgængelige, når jeg vil købe noget på platformen Upwork.com.

På de nye markedspladser handler transparens om mere end priser og produkter. Her tæller gensidige relationer. Man kan være en dårlig kunde, og det begrænser muligheder for at købe af den simple årsag, at leverandører heller vil have en god kunde.

Uber følger samme princip om gensidig rating. Slut med at være urimelig og krævende, bare fordi du efterspørger en ydelse. Så gider den næste chauffør nemlig ikke samle dig op. Det rating system 'disrupter' jo, at 'kunden er kongen'. Nu handler det om at samarbejde, og både leverandør og kunde har ansvar for, at leverancen lykkes.

Disruption af ledelsesmagt

Perspektivet er ret fantastisk, for vil vi opleve lignende 'disruption' af andre forestillinger om magt og ansvar for samarbejde? Potentielt kan vi stå overfor en

digital demokratisering af magt på arbejdsmarkedet, hvor begge parter skal blive væsentligt bedre til at samarbejde.

Traditionelt har arbejdsgiveren magten til at vurdere arbejdstageren, som til gengæld har været fritaget for ansvar for kvaliteten af arbejdspladsen og samarbejdet. Ordene afspejler relationen. Hvad sker den dag, hvor 'disruption' på en eller anden vis skaber transparens i forholdet mellem arbejdsgiver og arbejdstager, nøjagtigt som det i øjeblikket sker mellem leverandør og kunde?

Så er 'employer branding' ikke bare en fiks reklamekampagne på uddannelsesinstitutionerne, men informationer om kvaliteten af arbejdspladsen og samarbejdet. Måske i form af gensidig rating af samarbejdet fra tidligere medarbejdere, tilsvarende den nye praksis på webbaserede handelsplatforme. Det vil være et paradigmeskift af dimensioner den dag, hvor personaleomsætning bliver synlig, og arbejdsgiveren mister monopol på officielle anbefalinger. Disruption af ledelsesmagt.

Brokkekulturens endeligt

Men det giver også arbejdstageren nye forpligtelser. Kan høj anciennitet f.eks. give medansvar for kvaliteten af arbejdspladsen? Slut med offerrollen eller den sure, kritiske attitude fra dem, der altid har arbejdet der på trods af evig utilfredshed. I dag har det ingen konsekvenser for en arbejdstager at forsætte på en arbejdsplads, selvom man primært bidrager med stabil produktion af brok og modstand mod ledelsesbeslutninger. Den går jo ikke længere, hvis kvaliteten af samarbejdet bliver transparent. Egen markedsværdi falder, hvis man har tilbragt for lang tid på en arbejdsplads af dårlig kvalitet uden selv at evne at bidrage til samarbejdet. Nøjagtigt som leverandører foretrækker gode kunder, der kan samarbejde, så gælder det jo også for nye kollegaer og chefer.

'Likes' til samarbejde

Vi trænger til 'disruption' på arbejdsmarkedet. Alt for mange arbejdspladser 'performer' under evne, og mange trives ikke på jobbet. Vi har ikke fået udbytte af mange års indsats med enormt fokus på ledelse, efterspørgsel på stresscoaching og nærmest banal personalepleje, hvor voksne, fornuftige mennesker får proppet barnlige frugtordninger i halsen, mens de får pudset sko og rensset skjorte. Fagforeninger kæmper desperat for at få en fremtidig rolle, men bidrager primært til at cementere forestillingen om den magtfulde arbejdsgiver og den afmægtige, men ansvarsfrie arbejdstager.

Alt det nytter jo ikke, hvis behovet grundlæggende handler om nødvendig disruption af magt og ansvar. Mit bud er, at disruption vil betyde øget samarbejde. Nøjagtigt som gode leverancer på en markedsplads handler om samarbejde mellem kunde og leverandør.

Det er godt set af Upwork og Uber, at de stiller kunder til ansvar på lige fod med leverandører. Og vi vil have godt af at se en mere ligelig fordeling af magt og ansvar på arbejdsmarkedet, så både arbejdstagere og arbejdsgivere bliver opmærksomme på, hvor mange 'likes', man får på sit samarbejde. Det bliver spændende, hvordan denne disruption kommer til at se ud i praksis. Jeg er optimistisk.