

# En sjeldent fin utfordring

Det er rom for å feile. Du kan også komme styrket ut av det, skriver Trond Albert Skjelbred, partner i Nor PR.

**Den kjente filosofen** Arne Næss sr. og hans nevø, Arne Næss jr., var for mange år siden på vei til å bestige det høyeste fjellet i Antarktis, Mount Vinson, sammen med en gruppe andre fjellklatrere. Tre døgn marsj før toppen ble senior syk, men han insisterte på at de andre skulle gjennomføre bestigningen. Forkommen ble han derfor forlatt i teltet. Diareen han fikk var slik at han stadig måtte springe ut, rive av seg klærne og sette seg i snøen. Det eneste han var redd for, var at han ikke skulle få igjen varmen når han kom tilbake i soveposen. Ville han langsomt bli kaldere og kaldere? Det viste seg at han fikk varmen igjen. Opplevelsen ble det han senere kalte en sjeldent fin utfordring. Han benyttet tiden mens han ventet på at de andre til å lese en tykk biografi om forfatteren Oscar Wilde.

Hvor mange slike utfordringer får man i livet, og hvordan skal de takles?

Eksempler på negative overraskelser i eller rundt en virksomhet kan være spesielt svake resultater, økonomisk utroskap, alvorlige produktfeil eller kritikkverdige arbeidsforhold. I slike situasjoner bør man styre etter selskapets kjerneverdier, som for mange er en eller flere av disse: profesjonell, uredd, troverdig, åpen, ansvarlig, inkluderende og engasjert.

Det å være lukket om hva man

gjør for å rydde opp i slike krisesituasjoner er ikke i tråd med noen av de nevnte verdiene, men kvalifiserer snarere til ukens kaktus fra Se & Hør.

Selskaper som tradisjonelt har vært flinke i sin krisehåndtering er IKEA og Volvo. De legger ikke noe imellom dersom de oppdager gravevende produktfeil. Da gjør de det de kan for å få ut budskapet: for eksempel om tilbakekalling av produkter. Av og til er det nesten slik at man kan spekulere i om de gjør dette så offensivt, og kanskje oftere enn de strengt tatt behøver, for virkelig å slå fast at de tar kundenes sikkerhet med det største alvor. Uansett – denne åpenheten er beundringsverdig og noe flere bedrifter bør kunne lære av. Hverken IKEA eller Volvo har så langt tapt terreng fordi de har fremstått som åpne og ærlige. Snarere tvert imot.

Tilbake til enkeltmennesket. For noen år siden opplevde broren til en kamerat av meg alle mareritts mor. Han skulle holde et foredrag på en legekongress i Stockholm. Det var 400 hjertespesialister i salen og stemningen var alvorspreget. Det var hans tur til å stige opp på podiet, han så ut over salen og tok et lite steg tilbake for på en måte å ta sats. Men i dette øyeblikket mistet han fotfestet og trakk baklengs i løse luften. Før han visste ordet av det, lå han langflat på gulvet. Deretter var det et sekunds



total stillhet før salen brølte ut i latter. Legene lo så de grein og slo seg på lårene. Vår mann følte at slaget var tapt før det var i gang, men han stålsatte seg likevel og begynte foredraget. Til sin store overraskelse var nervøsiteten blåst bort, og publikum var med. Tre kvarter senere gikk han av scenen til trampeklapp.

Alle kan snuble eller gjøre andre feil, men fremstår man ærlig og oppriktig, blir man som regel tilgitt og kanskje også bedre likt. Dette gjelder også for bedrifter.

En sjeldent fin utfordring.

**NESTE NUMMER:** Laura E. Mercer  
Traavik, Handelshøyskolen BI