



Mange operationelt orienterede ledere og for meget rygklapperi præger mødebranchen. Og det er grunden til, at udviklingen i branchen går for langsomt. Ledelse og medarbejder skal også til at se mødeplanlæggerens arbejde som en investering, i stedet for en omkostning, det vil nemlig give udvikling til – og større respekt for branchen.

# MØDEBRANCHEN ER ALT FOR OPERATIONELT STYRET...



Af Pia Mahnfeldt

Der er mange initiativer i gang i mødebranchen, der skal klæde branchen på til at møde fremtiden. Men så længe branchen mangler kvalificeret lederskab, så kommer den ikke ud af stedet. Det mener René Crone, der står bag firmaet Crone & Co. Han sad i en årrække i den danske direktion i Microsoft, men valgte for 6 år siden at starte eget firma og gå over på leverandørsiden. Efter at have bestridt en række bestyrelsesposter tæt på mødeindustrien, Meeting Place Wonderful Copenhagen og MPI Danmark – har han nu valgt at trække følehornene lidt til sig for at søge indflydelse på industrien indefra.

- Problemet er, sådan som jeg ser det, at branchen stadig er alt for operationelt og logistisk fokuseret – hvor det kun handler om at tænke på lokaler, mad og drikke, hvornår der skal afholdes pauser, AV-udstyr, m.v., og det skyldes bl.a. at branchens ledere tænker operationelt i stedet for strategisk. Det er naturligvis meget unuanceret og firkantet stillet op, men jeg mener altså, at der generelt mangler mod, visioner og lederskab, for det skal der nemlig til, hvis branchen vil på niveau med andre førende brancher, som f.eks. IT-branchen, som jeg selv kommer fra, siger René Crone, der nu har valgt at tage bladet for munden, fordi han som en del af branchen, gerne vil være med til at drive udviklingen i den rigtige retning.

- Ud fra det jeg har set de sidste 5-6 år, så mener jeg at der skal et helt paradigmeskift til indenfor industrien, det betyder samtidig en helt anden lederstil og nye kompetencer. Man hører tit undskyldningen "at vi er jo en ung industri, så derfor tager det tid", men det passer jo ikke, mødeindustrien er en gammel industri, der hænger fast i sin historiske karakter af at være meget logistisk funderet. Det jeg samtidig oplever, er at ledelserne i mange virksomheder ikke har særligt stor interesse i f.eks. mødeplanlæggerens arbejde, de ser det som et rent operationelt område og det er en kæmpe udfordring for medarbejderne at gøre sig gældende på ledelsesplan. Både ledelse og medarbejder skal se det som en investering, men de fleste ser det fortsat som en omkostning. Det er det paradigmeskifte som vi alle har et ansvar for at få til at ske – og som kan generere en højere grad af respekt og værdi for alle i industrien. En ansvarlig ledelse bør stille spørgsmål og krav til mål og den opnåede værdi af deres "møde-investering" (return on investment). Og hvis ledelsen ikke gør det – bør medarbejderne vise ledelsen det. På den måde sikrer medarbejderen, og altså mødeplanlæggeren, samtidig, ikke at blive betragtet som en "omkostning", der let kan outsources, når økonomien f.eks. går skidt.

## Mangel på kompetencer, mod og visioner

René Crone erkender, at det han siger, ikke er en nyhed, og det gør ham samtidig frustreret, for der er igennem flere år blevet talt meget om problemstillingen, men der sker for lidt:

- Mødeindustrien i dag er i alt for høj grad drevet som en ren "indkøbsafdeling" med fokus på logistik, pris og omkostningsoptimering. Jeg mener, at alle har et ansvar for at vende udviklingen, det gælder både udbyderne, ledelserne, mødeindkøberne og brancheorganisationerne. Alle har et ansvar for at stille nye krav, ellers kommer overliggeren aldrig højt nok op, og det er meget ærgerligt, for vi taler om en branche med mange gode medarbejdere og ressourcer, men jeg tror problemet ligger i, at de fleste



Jeg mener at der skal et helt paradigmeskift til indenfor industrien

ikke ved, hvilke krav de rent faktisk kan stille til hinanden, siger René Crone.

Som løsning på problemet kunne en organisation som MPI – Meeting Professional International, komme ind, men René Crone mener ikke, brancheorganisationen er klædt på til denne udfordring:

- MPI er en frivillig netværksorganisation med en blanding af udbydere og kunder. Og til dette formål – nemlig netværking – er MPI glimrende.. Der er mange gode intentioner og indsats i forbindelse med at skabe værdi og respekt for branchen, men jeg mener bare ikke, at MPI har ressourcerne til at drive et markant lederskab for hele industrien. Og jeg stiller mig tvivlende overfor, om det derfor overhovedet skal være en opgave, som MPI skal forsøge at løfte, sådan som MPI er organiseret og funderet i dag. Men, hvem skal så gøre det, spørger René Crone?

- Vi mangler flere "nye" folk til branchen, der kan flytte perspektivet, og som har det strategiske mod, visioner og moderne lederskab, der skal til for at gå imod "strømmen".

- For der er altså, for meget rygklapperi – formentlig pga. af hele leverandør-kunde relationsdelen i branchen. Ingen stiller sig for alvor udenfor og kigger ind. Alle fortæller hellere hinanden, at branchen er på rette vej, og at det går så godt, men industrien skal til at smøge ærmerne op og stille langt højere krav til hinanden, fastslår René Crone.

## Stil spørgsmål

René Crone mener, at man som medarbejder i mødebranchen selv kan gøre en hel del for at skabe den forandring, der skal til:

- Stil større krav til leverandørerne. Ikke blot på pris – men på værdiskabelse, målopfyldelse, indsigt, kompetence osv.

- Som medarbejder skal man begynde at stille flere spørgsmål eller endnu bedre, selv foreslå, hvorfor og hvad er det vi vil opnå. At udfordre ledelser på måldefinering kræver mod og handlekraft. Men det giver respekt, for ledelser kan godt lide at blive udfordret på den måde, det viser nemlig, at medarbejderen er engageret og ønsker at skabe værdi og udvikling i sit arbejde

for virksomheden. Mødeplanlæggeren i virksomheden sidder med det måske vigtigste ansvarsområde i hele virksomheden – nemlig ansvaret for de levende og fysiske relationer. Det har vi et kollektivt ansvar for at vise og værdisætte overfor virksomhedernes ledere – på den måde, vil der komme udviklingen og respekt for industrien, pointer René Crone og tilføjer:

- Jeg vil fremover se, om jeg kan være med til at påvirke udviklingen udefra i stedet for, og jeg træder bl.a. ind i et internationalt advisory board til MPI for at se om jeg kan være med til at påvirke udviklingen i mødeindustrien ad denne vej.



Stil større krav til leverandørerne. Ikke blot på pris men på værdiskabelse, målopfyldelse, indsigt, kompetence osv.

Er du enig eller uenig i de ting, som René Crone giver udtryk for i artiklen, så send dit indlæg til – [pm@kursuslex.dk](mailto:pm@kursuslex.dk). Vi forbeholder os retten til at offentliggøre indsendte indlæg under "debat" i næstkommende nummer af MøderPlus.