

Kvalitet, service och utbud är inte tillräckligt längre



Skratta, ha kul -  
och gör fler affärer!

humor i näringslivet

## ► INLEDNING

- Och då sa jag till chefen att får jag inte högre lön så slutar jag.

- Hur gick det sedan då?

- Jo, vi enades om en kompromiss. Han höjde inte lönen och jag slutade inte.

Nja, den var väl ingen höjdare. Riktigt dålig rentav. Men humor i näringslivet är mer än dåliga vitsar i fikarummet. Mycket mer. Humorn kan bli ditt vassaste vapen för att göra affärer - med hjälp av den kan du nå stora framsteg när det gäller det som affärlivet faktiskt går ut på: att tjäna pengar och att minska kostnaderna. Dessutom kan du få dina anställda att trivas bättre.

Denna rapport är inget försök att göra dig till en stå-upp-komiker eller någon slags företagsclown - syftet är att få dig att inse fördelarna med att medvetet använda humor som strategi i näringslivet. Näringslivet har blivit alltmer likriktat, dagens produkter och tjänster skiljer sig inte speciellt mycket ifrån varandra i pris, kvalitet och service. Därför är det viktigt att sticka ut på andra sätt, t.ex. genom upplevelser. Och om du går till dig själv, vem gör du helst affärer när du erbjuds två snarlika produkter – den trista och all dagliga försäljaren eller den skojiga?

Men hallå! Att skratta och skoja på jobbet, det är inte seriöst! Så råder den allmänna uppfattningen i näringslivet. På sin fritid är människor avslappnade och uppsluppna, men så fort kostymen eller dräkten åker på stoppas leendet raskt ner i fickan. Nu får du sluta flamsa och sätta igång att jobba! Varför resonerar folk så här? Varför kan man inte göra ett bra jobb och ha roligt på samma gång? Kanske gör man t.o.m. ett bättre jobb om man har roligt samtidigt?



Fundera en stund på det. Men inte för länge, du har mycket nyttig - och förhoppningsvis underhållande - läsning framför dig. Och vem vet, kanske kan rapporten vara början till ett nytt och roligare affärliv för både dig och människorna runtomkring dig.

Mycket nöje!

*Charlotta Wortzelius*

Humor i Näringslivet 2011

## ► INNEHÅLLSFÖRTECKNING

### KAPITEL

1) Humor - ett riktigt glädjepiller.....	4
2) Humor enligt de lärde.....	5
3) Humor i näringslivet.....	7
4) Humor skapar en bättre arbetsplats.....	9
5) Starta i företagets topp.....	12
6) Humor vid rekrytering.....	14
7) Humor är en genväg till kreativitet.....	15
8) Slösa med humor - det ger fler affärer.....	17
9) Humor trollbinder talarens publik.....	19
10) Humor kan t.o.m. göra möten roliga!.....	22
11) Olika typer av humor.....	24
12) Humor med bitter eftersmak.....	26
13) När humor möts med motstånd.....	28
14) Humor i kristider.....	29
15) Humor är kontorets viktigaste interiör.....	30
16) Ytterligare 21 sätt att humorisera näringslivet.....	31
17) Bonus: Humoristisk snabbkur för dig som har ont om tid.....	35



## ► 1) HUMOR - ETT RIKTIGT GLÄDJEPILLER

Den kortaste vägen mellan två människor är ett leende, brukar det sägas. Och när smilbanden åker uppåt känner man sig automatiskt glad inombords. Förmågan att le och att skratta är en av de få saker som är medfödda hos alla människor.

### 1.1 LÄR MER AV DE SMÅ BARNEN

Ett litet barn skrattar och ler ungefär 500 gånger om dagen. En enorm lust på livet alltså. Men när barnet sedan sätts i skolbänken händer något: de får veta att nu börjar **Allvaret** med stort A. Slappna av och leka får de göra på rasten. Dessutom finns roliga timmen där som en markör för att skojigheter inte hör hemma i skolans övriga ämnen. När det ska studeras matematik, svenska eller geografi är det allvaret som gäller.

Skratten avtar sedan mer och mer ju äldre barnen blir och ju mer medvetna om omvärldens reaktioner de blir. Med uppfostran kommer behärskning, duktighet och anpassning till föräldrarnas syn. Den vuxna och allvarliga verkligheten helt enkelt. Hur många gånger om dagen skrattar du till exempel?

### 1.2 EN PRIMA LYCKOMEDICIN

Du som inte skrattar tillräckligt ofta borde se till att göra det fler gånger. Många fler gånger. Humor är nämligen något befriande, något förlösande. Humor skapar stämning och verkar uppiggande, den löser spänningstillstånd och mildrar ångest – ett första klassens lyckopiller alltså. Skrattet fungerar som en slags inre joggingtur som stärker immunförsvaret. Dessutom är den ett hjälpmedel för att kunna gå vidare i en till synes hopplös situation.

Värt att nämna är också att tre gånger fler ansiktsmuskler arbetar när du är sur och allvarlig jämfört med när du är glad. Ett leende ger dig alltså vila om du är trött och gör dig avslappnad om du är spänd. Det finns alltså starka samband mellan kropp och själ - ett gott skratt förlänger livet, för att slita på en gammal klyscha. Och för dig som är arbetsgivare kan vi locka med att skrattet leder till färre sjukskrivningsdagar bland personalen därigenom högre lönsamhet.

Med tanke på detta är vitsen med humor inte bara att skämta och roa sina medmänniskor. Vitsen med humor är även fortsättningseffekten, resultatet – att du når fram till någon och uppnår något. De flesta människor bär på en massa oförlösta leenden. Torrbollarna trycker tillbaka fler, glädjespridarna färre. Låt oss bli fler glädjespridare!

### 1.3 AVSLAPPNING STAVAS H.U.M.O.R.

När du skrattar kan du inte känna dig stressad eller arg. När du skrattar försvinner all spänning i kroppen. Stress och skratt är helt enkelt två känslor som inte kan förekomma samtidigt. I affärlivet kan detta t.ex. användas när du råkar göra ett misstag. Att använda humor är ett utmärkt sätt att »rädda« situationen utan att sopa händelsen under mattan. Och du känner väl till formeln *Tragedi + Tid = Komedi*?



## 1.4 RELATIONSSKAPANDE

Vilket är det naturliga sättet att komma en annan människa närmre? Humor, självklart. Den förenar människor – tänk bara på de gånger du verkligen gapskrattat tillsammans med någon annan. Minns du hur det kändes? Rätt bra, eller hur? Att skratta tillsammans bygger band mellan människor.

Humor är det näst bästa sättet för människor att komma nära varandra. Det bästa är tragik. Men det finns det redan alltför mycket av i samhället, så prova humor istället.

## ► 2) HUMOR ENLIGT DE LÄRDE

Det här är som bekant en rapport och då finns det vissa saker du inte slipper undan. Ett lass torra vetenskapliga fakta exempelvis (även fast syftet med den här rapporten delvis är att motverka alltför mycket sådana).

### 2.1 OM BEGREPPET HUMOR

Antagligen att ni är ivriga att få reda på var de en gång för länge sedan var så pass tokiga att de slog till och myntade begreppet **humor**. Jo, de skyldiga till detta dåd levde under antiken och ordet kommer från latinets ord för vätska, *humor*.

Det var den grekiske läraren Hippokrates (ca 460 till 370 f.Kr.) som berikade världen med en teori som sa att kroppsvätskorna hos människan kunde anknytas till de fyra elementen (eld, vatten, jord och luft). Kroppsvätskorna i fråga var blod, slem, gul galla och svart galla och hos en frisk människa fanns dessa *humores* i lagom mängd.

När en person var i balans sa man att han eller hon var »*vid sina sunda vätskor*«. På så sätt utvecklades *humoralpatologin* vars teori sade att människans hälsa berodde på sammansättningen av dessa safter. Hade någon ett överflöd av en viss vätska ansåg man att det påverkade och ändrade hans eller hennes temperament. De blev då kallade humorister och man skrattade åt dem. Senare började uttrycket att gälla alla människor som var skickliga på att få folk att skratta. Det trodde ni inte, att humor en gång i tiden uppstod ur kroppsvätskor?

### 2.2 SOM ALLT ANNAT ÄR HUMOR MÄTBART

Det finns tre sätt att mäta en människas sinne för humor:

1. Förmågan att förstå en humoristisk poäng.
2. Erkännandet av att humorn är en social komponent.
3. Hur lätt en person har för att skratta.

Men luras inte att tro att skrattet är det viktiga – det är tanken, humorn bakom skrattet som är det fina i kråksången. Humor och skratt är inte samma sak. Humor är en intellektuell process som sker i människans medvetande medan skratt är en fysiologisk reaktion.

Och alla skratt är inte tecken på humor hos den som garvar. Det sägs att det goda skrattet endast utgör 20 procent av den sammanlagda skrattmängden. Övriga former är t.ex. hänskratt, förlägenhetsskratt och rädselskratt.



## 2.3 OLIKA TYPER AV SKRATT

Det finns en mängd olika skrattyper, här är ett par exempel:

### **Humoristiskt skratt**

Du skrattar efter att ha sett eller hört något som du tycker är humoristiskt.

### **Socialt skratt**

Du skrattar för att andra skrattar, men är inte riktigt säker på varför. Andras skratt påverkar oss ofta starkt.

### **Ignorerande skratt**

Skratt som bagatelliserar något som inträffat, kanske att man haft svårt att hänga med eller förstå.

### **Ångestskratt**

Du skrattar av lättnad eller av en befriande känsla över att något otäckt faktiskt gått bra.

### **Hånskratt**

Du skrattar åt någon för att sära vederbörande.

### **Sarkastiskt skratt**

Att skratta ut någon har sitt ursprung i det inte alls vänliga sarkastiska skrattet.

### **Rädselskratt**

Du skrattar, oavsiktligt, av nervositet eller rädsla för något.

### **Förlägenhetskratt**

Du skrattar för att rädda självbilden efter att du gjort något som din omgivning kan tycka är fel eller tokigt.

## 2.4 OM DU INTE FÖDS TILL EN SKOJIG PRICK, ÄR DET KÖRT DÅ?

Att ha känsla för humor är ett socialt fenomen och ett tecken på social intelligens. Men är humor en medfödd egenskap eller går den att lära in? Vissa av oss har en större fallenhet, men så är det ju med det mesta i det genetiska lotteriet. Som tur är det aldrig för sent för någon av oss, men man måste träna – ingenting är gratis. Hör du en bra historia, lägg den på minnet och berätta den vidare. Om du känner dig ovan, börja i sammanhang där du känner dig bekväm, t.ex. i goda vänners lag.

Och se till att lära dina barn vänlig humor eftersom de barn som lär sig elak humor riskerar att bli mera irriterade och fientliga i förhållande till andra. Låt oss helt enkelt bilda en armé av anhängare till den vänliga humorn. Den har nämligen en stötdämpande effekt i framför allt sociala sammanhang – det som tenderar att vara det som sliter mest på oss med sina konflikter, press, krav och förväntningar.

## ► 3) HUMOR I NÄRINGSLIVET

Människor har skämtat med varandra i arbetslivet sedan urminnes tider. I början präglades av historierna av hantverkstiden, ofta låg olika partsförhållanden såsom mästaren/arbetaren eller torparen/brukspatronen till grund för roligheterna. I och med industrialiseringen, fackföreningarna och arbetsgivarnas unioner förändrades villkoren. Deltagarna i historierna blev istället fabriks- och industriarbetare, arbetsledare, direktörer etc. och platserna där de utspelade sig blev fabriker, förhandlingsbord osv. Oftast var det den med minst slantar i börsen som var kvickast i repliken.

I dag har de arbetslivsorienterade skämten moderniserats och handlar om t.ex. IT-användning, fallskärmar och dylika samtidsfenomen. Att skämta om överordnade är fortfarande populärt, men arbetsplatsernas förutsättningar som grogrund för skämt har förändrats. Exempelvis jobbar vi i större utsträckning ensamma och har blivit mer jämställda – de humorfrämjande skillnaderna mellan över- och underordnade har därför minskat.

### 3.1 NOG MED BAKGRUNDSFAKTA OCH BEGREPP - NU KÖR VI!

Dags att gå vi över till rapportens syfte: humor med fokus på användning i näringslivet. Och vi kör en rivstart med en dos klassisk slutledning:

*Teori 1: Alla människor har någon sorts humor.*

*Teori 2: Många människor arbetar.*

*Slutsats: Människor som arbetar har någon sorts humor.*

Detta är vad vi har att arbeta med. Ganska goda förutsättningar, eller hur? Men ändå har något gått snett. Det är inte så att vi saknar humor i affärlivet, men vi låter den inte ta speciellt stor plats mitt i det mäktiga Allvaret. Därför är det nu dags att mynta ordet **humorisera** i näringslivet. Humor och det som är roligt säljer, så enkelt är det. När du ser andra skratta, skrattar du själv. Det är smittsamt. Och humor har en positiv påverkan på affärsituationer. Den kan alltså göra dig rik.

Och du som anser att humor inte hör hemma i näringslivet, tänk på Vincent van Goghs ord: »If you hear a voice within you saying 'you are not a painter' then by all means paint ... And that voice will be silenced«. För dessa nejsägare hoppas vi att den här rapporten kan fungera som målningen som får tyst på rösten.

### 3.2 DE TRE MEST KRAFTFULLA FRÅGORNA

För att humorisera ditt arbetsliv behöver du egentligen bara ställa tre enkla och grundläggande frågor. Det är inga problem att ställa dem, men de är extremt svåra att svara på om du söker efter verkliga svar. Varför? Jo, för att de inte är speciellt vanliga i affärlivet.



De flesta håller med om att affärer bygger på relationer. Så om du inte kan se dem som affärsfrågor, se dem som relationsbyggande frågor. Kan du inte svara på dem, är ett tips att fråga barn under 10 år – de som inte ännu rekryterats till det stora Allvaret.

1. Hur kan du bli mer avslappnad?
2. Hur kan du få andra att bli mer avslappnade?
3. Hur kan du göra situationen du befinner dig i rolig?

Hittar du verkligt bra svar på dessa frågor har du kommit en bra bit på väg mot att humorisera ditt arbetsliv.

### 3.3 ETT VASST VAPEN BÅDE INTERNT OCH EXTERNT

Humor är ett socialt smörjmedel som effektivt kan användas för att skapa en trevligare och öppnare atmosfär både när det gäller dina kunder och de egna medarbetarna. Bilar behöver olja för att fungera mer effektivt – humor har samma funktion när det gäller oss människor. Får du en kund på bra humör går kommunikationen och påverkan lättare.

Humor är ett mångsidigt hjälpmedel på arbetsplatsen. Förutom att skapa en trivsam atmosfär lättar den på spänningar, minskar trötthetskänslor, höjer vakenhetsgraden, ökar förmågan att lyssna och ta emot kunskap, tar bort känslan av »korvstoppling«, understryker väsentligheter och förlänger minnesvärdet. Och mycket annat därtill. Ryms skratt på en arbetsplats är det därför ett riktigt gott tecken.

### 3.4 ETT SMART SÄTT ATT GÖRA AFFÄRER

»Humor i näringslivet« är ju ett trevligt koncept, men var lite konkreta nu! Varför ska vi i affärlivet använda oss av det? Jo, kort och gott för att tjäna mer pengar och få en kreativare och trevligare arbetsituation. Rätt bra anledningar, eller hur? Den här strategin går också längre än att ha kul på arbetsplatsen – arbetsplatsen ska i grunden vara ett kul ställe. Det har börjat pratas en hel del om humor i affärlivet. Men varför inte sluta snacka och börja agera istället!

Skratt och humor är en gåva, men de är också verktyg för livet, för att leva, och är ett sätt att göra affärer på som funnits i århundraden – det har bara omtalats i andra termer förut. Innan kanske det kallades att bryta isen, få kontakt med kunden, mjuka upp en potentiell kund eller något annat. Men nu är det hög tid att kalla det för vad det verkligen är: humor är ett verktyg att använda sig av för att få till en försäljning.

Är det fel? Är det manipulativt? Nej, det är det inte. Tidernas förändras helt enkelt - affärlivet blir mer och mer informellt så det är bara att köra på. Företag säljer inte längre bara produkten eller tjänsten. Konsumenter kan få tag på en produkt var som helst i dag – vi är alla endast ett musklick ifrån vad vi vill ha.

Nuförtiden säljer vi istället upplevelsen och upplevelsen måste vara enkel, utan krångel och roande. Vi har gått in i underhållningens tidsålder när det gäller att göra affärer. Det handlar nu om att skratta och bli rik på kuppen. Förut fick företag namn som Allt i Stål AB eller Knut Eriksson Åkeri – nu heter de Yahoo!, Hello, Söderhavet eller Tackolov. Att våga sticka ut på det viset är ett första steg till att lyckas. För vilket typ av namn minns du själv lättast?

### 3.5 UPPLEVELSER ÄR GREJEN

Ett exempel för att belysa värdet av humor i näringslivet är att göra en jämförelse med fiske. Fundera på varför människor åker och fiskar. Varför lägger de ner så mycket tid och pengar på utrustning och själva fiskandet när de faktiskt kan köpa prima fisk i affären? Det skulle spara dem både tid, pengar och ansträngning.

Men det handlar om upplevelsen. I näringslivet är upplevelsen att kunderna har kul när de gör affärer med dig. Får du ditt företag att förknippas med att ha roligt kommer folk att söka sig till dig. Och inte bara kunder - anställda också.



### 3.6 JA, MEN MIN PRODUKT ÄR FAKTISKT ANNORLUNDA!

Du kanske läser den här rapporten och tänker att de här idéerna inte går att applicera på din verksamhet. Där du jobbar går det faktiskt inte att använda sig av humorkonceptet. Fel, fel, fel! All affärsverksamhet handlar om människor och relationer – och där det finns människor finns det plats för humor.

Ta bensinstationer som exempel. En gång i tiden var det en konkurrensfördel att kunna erbjuda människor att betala för sig direkt vid pumpen. Men den tiden är över, nuförtiden erbjuder alla stationer detta - det är med andra ord inget att tävla med längre. Det krävs något mer för att bli top of mind när folk ska göra något så rutinartat och trist som att tanka. Tänker du på humor när du ska tanka din bil? Förmodligen inte. Men då ska du veta att det finns Shell-stationer i USA som installerat tv-skärmar med populära komediserier som kunderna kan titta på medan de tankar. Dessa Shell-stationer tog en tråkig syssla och gjorde den underhållande. Var tror du folk helst fyller bensin i dessa städer?

Om det t.o.m. går att få in humor i att tanka sin bil har du faktiskt ingen ursäkt. Humor kan helt enkelt hjälpa dig att tjäna pengar i vilken bransch som helst. There's no business that's not show business.

### 3.7 ÄR SVENSKAR VÄRLDENS TRISTASTE FOLK?

Att stycka upp tillvaron i svart och vitt – i allvar och lek, arbete och nöje – har en lång tradition i det västerländska samhället. Och i Sverige verkar det här med att arbete ska vara tråkigt extra påtagligt. Ett tecken på det är att det svenska ordet **arbeta** ju är negativt laddat. Det har samma ordstam som exempelvis arbetsamt som ju syftar på något ansträngande. Samma trista faktum gäller för ordet **jobb** – vem gillar jobbiga saker?

I det engelska språket är det istället tvärtom. Där har **work** samma ordstam som det positiva (it) works – det fungerar, det går etc. Något att fundera över för oss här i mellanmjölkens land. Ska vi ta och lägga ner vår svartvita syn en gång för alla (utan att istället bli gråa ...)? Ta och förena nytta med nöje istället? Gräva ner jantelagen bakom uthuset, ladda humorvapnet skarpt och sluta vara så typiskt svenska?

## ► 4) HUMOR SKAPAR EN BÄTTRE ARBETSPLATS

Vad skapar en trevligare och vänligare atmosfär än humor? Tänk på det när det gäller ditt företags arbetsmiljö – genom att använda humor skapas en varm och trivsamt atmosfär på kontoret. En miljö där de anställda trivs och vill vara. För som vi alla vet är lojaliteten mot arbetsgivare inte var den en gång var – att vara en hoppjerka är inget skällsord längre.

Med tanke på det måste arbetsgivare ta hand om sina anställda för att få behålla dem. Ingen tolererar längre att känna maktlöshet, vara stressad och må dåligt på jobbet. Förutom att medarbetaren i dessa fall vill byta arbete leder det också ofta till ökad frånvaro och sämre produktion. Ingen hit för dig som arbetsgivare alltså – personalen är ju trots allt företagets främsta tillgång och att förlora dem kostar pengar. Men det finns en effektiv medicin: humor.



Om ekonomiansvarige Lisa vaknar upp med ett leende på läpparna och ser fram emot att gå till jobbet för att det är trivsamt och roligt, är chansen att hon går dit och toppresterar istället för att mer eller mindre sitta av tiden betydligt större. Även om hon ogillar sin chef så fokuserar hon inte på det på samma sätt om arbetsmiljön är rolig och lekfull. Hur galen och påfrestande arbetssituationen än känns är det lättare att tackla den om det finns humor runtomkring en.

Om dina anställda ler (och då menar vi för att de vill, inte för att de är tvingade) smittar det även av sig på dina kunder. Det betyder bättre affärer för dig. Tänk på det.

#### 4.1 ALLT NYTT MÖTER MOTSTÅND I BÖRJAN

Givetvis kommer förvandlingen av din verksamhet till ett företag med humor som affärsstrategi inte gå smärtfritt. Innovation handlar som vi alla vet om att ta ett främmande koncept och få det accepterat av den stora massan. När det gäller alla stora innovationer genom historien har det alltid funnits någon som sa »Det där går inte«. Det gäller både tv:n, mikrovågsugnen, datorn och den självlysande soffan. Har du kanske aldrig hört talas om den självlysande soffan? Det är för att det företaget lyssnade på folk som sa att det inte skulle fungera.

Många håller med om att humor fungerar i affärlivet, men de är av någon anledning ändå rädda för att använda sig av det. Idén är ju egentligen inte främmande. Man skulle faktiskt kunna likna den vid vad dragkedjan en gång i tiden fick utstå – det tog hela 40 år för den att bli accepterad. Denna fiffiga anordning hade på sin tid samma problem som humorn fortfarande har: ingen tar den seriöst och den stora massan är rädd för att använda den.

#### 4.2 VAD ÄR VI EGENTLIGEN RÄDDA FÖR?

Vad ligger bakom den här ängsligheten som kommer så fort kostymen åker på? Varför tror man att man måste vara allvarlig för att verka seriös? Är att försöka säga någonting lustigt i sin professionella roll är förenat med en onödig risk? Skulle man om man råkade säga fel lustighet i fel sammanhang göra bort sig totalt både socialt och relationsmässigt? Nej, det skulle man inte. Det här resonemanget är helt fel. Humor är ett seriöst verktyg – skriv ner det en gång för alla nu.

#### 4.3 MÄNNISKOR SOM HAR ROLIGT JOBBAR LÄNGRE - OCH BÄTTRE

Människor vill jobba på arbetsplatser där de har roligt. Inga konstigheter. På arbetsplatser där de har kul har de heller inget emot att jobba långa arbetsdagar – betydligt bättre för arbetsgivaren än anställda som räknar minuterna tills de får gå hem. Med tanke på att vi tillbringar halva vår vakna tid på jobbet är det viktigt att trivas. Och chansen är större att du gör det om du kan skämta med dina kollegor.

Humor är med andra ord en mycket viktig del av den psykosociala arbetsmiljön. När det finns humor i organisationen känns arbetsplatsen mer informell och en otvungen atmosfär främjar kommunikationen. Alla måste försöka hjälpas åt att skapa trivsel, gemenskap och en humor som passar just den arbetsplatsen.

Flera studier har visat att folk som har roligt på jobbet arbetar hårdare och att det finns humor på arbetsplatsen förbättrar också människors samarbete. I en grupp med en glad och uppsluppen stämning jobbar man ofta snabbare och får till bättre lösningar - humor är alltså alla tiders för kreativiteten i arbetsgruppen.



#### 4.4 UPPMUNTRA LEK OCH SKRATT PÅ ARBETSPLATSEN

Det finns ingen anledning till att människor inte skulle kunna slappna av, skratta och göra saker som vissa skulle beskriva som lek samtidigt som de jobbar. Det är den bästa och mest hälsosamma mixen. Att som chef då ta fram högökat och kväva sina anställdas försök att ha kul bara för att det de gör inte klart och tydligt är kopplat till arbetsuppgifterna är alltså rentav dumt. Det gör förmodligen bara att resultatet av deras prestationer blir sämre.

Ledarens uppgift är istället att utnyttja de möjligheter som finns, han eller hon ska uppmuntra till humor. Kan människor skratta tillsammans så kan de arbeta tillsammans – bättre, effektivare och längre. Ett gott skratt förlänger inte bara livet, det förlänger karriären också.

Om John F. Kennedy hade pratat på ett seminarium om ledarskap och framgång hade han alla gånger sagt *»Fråga inte vad dina anställda kan göra för ditt företag, fråga vad ditt företag kan göra för dina anställda«*. En person som inte skrattar är kanske en häskare, men får enbart det han eller hon begär, ingenting mer. Få företag når några större framgångar om medarbetarna endast gör det man bett dem om. För att bli framgångsrikt måste företagets medarbetare leverera mer än det förväntas av dem. Det gör de när det finns en rolig och lekfull arbetsmiljö. Och med enkla humoristiska medel går det alltid att förbättra arbetsmiljön ytterligare.



#### 4.5 SKAFFA KOLL PÅ VAD SOM ÄR KUL PÅ JUST DITT FÖRETAG

För att åstadkomma en skojfrisk arbetsplats ska företag se till att kartlägga arbetsplatsens humor. Identifiera vad som är roligt och uppmana även medarbetarna att ta med sig sin humor till arbetsplatsen och dela med sig till andra. Köp till exempel in roliga böcker och filmer, se till att varje lunchrast innehåller något som personalen skrattar gott åt, samla in underhållande historier från arbetsplatsens olika avdelningar, skojiga felskrivningar i rapporter – endast din fantasi sätter gränser för hur du kan humorisera ditt företag.

Lyckas du med detta kommer humorn att ge medarbetarna (och dig) en nyttig distans till jobbet. Samtidigt som du måste komma ihåg att roliga, tillåtande och trivsamma arbetsplatser vilar på stabilare grunder än att känna sig tvungen att plocka trivselpoäng på kafferasten i tid och otid.

#### 4.6 LÅT HUMORN HJÄLPA DIG ATT FLY FRÅN VERKLIGHETEN

Humor kan faktiskt få dig att fastna i ett missbruk. Men oroa dig inte, det är ett missbruk i positiv bemärkelse. Humorn har samma effekter som de bässtäljande drogerna genom att den får oss att glömma våra bekymmer och problem. Och som drog betraktad är den klart att föredra i längden ... Se humorn som en liten minisemester under arbetsdagen – den kanske till och med kan skapa den där *»oj, klockan är redan fem, vad hände med dagen«-känslan*. Känslan av att det inte kändes som att jobba, det var bara kul.

Varför går människor på bio eller teater? Varför skämtar vi med varandra? Varför betalar vi så mycket för att bli underhållna? Jo, för att det distraherar oss från den enformiga vardagen – det kanske t.o.m. kan göra att det känns helt okej att leva!

Med tanke på dess effekter blir humor som en energidryck för ditt företags affärer. Den »svalkar och fräschar upp« medarbetaren så att han eller hon blir mer produktiv. Humorn kan utan vidare likställas med att ta en kaffepaus och den är faktiskt mer effektiv eftersom du faktiskt kan arbeta samtidigt som du blir underhållen.

Och kom ihåg att hjärnan bara kan fokusera på en tanke i taget. Om vi då väljer att fokusera på humor och roligheter kommer vi må bra även om vi är omringade av pessimism. Praktiskt, va!

#### 4.7 HUMOR GER DIG LUST OCH ORK ATT FÖRVERKLIGA DINA IDÉER

Hur många fantastiska idéer har du haft? Hur många av dem har du genomfört? Ofta kommer vi på saker och tänker »vilken bra idé«. Men sedan blir nästa tanke »men vad mycket jobb det kommer att innebära« eller »det här suger«. Och vips har du tappat modet. Men tänk om jobbet med din nya idé kändes alldeles fantastiskt roligt – chansen att den förverkligades vore mycket större.

Det här har exempelvis frivilligorganisationerna fattat. Hur skulle de annars få folk att göra monotont eller svårt jobb utan betalning? Visst spelar den goda saken också stor roll, men de bästa och mest framgångsrika organisationerna försöker att göra jobbet så kul som möjligt. Vuxna är egentligen bara stora barn som blivit itutade av affärsvärlden att det inte går att ha kul på jobbet. Lär om, lär rätt – att ha roligt ger motivation!

#### 4.8 EN VIKTIG KULTURBÄRARE

»Kommer du ihåg när vi ...«. Vad skulle du fylla i där? Kommer du ihåg när vi var uppe hela natten och jobbade med budgetprojektet och det slutade med att vi bara flamsade? Kommer du ihåg när chefen hade det där mötet då han försökte vara superseriös samtidigt som han hade gylfen öppen?

Historier sprungna ur roliga händelser tenderar att med tiden få ett eget liv och de fyller en viktig roll för en arbetsgrupp. De är inte bara viktiga för att de lockar till skratt i det ögonblick de sker och under lång tid därefter, utan också för att de blir ett slags kulturbärare i företaget. Med tiden kan det visserligen bli så att sanningshalten späds ut med nya målade beskrivningar av vad som verkligen hände, men det viktigaste är faktiskt inte om de är sanna eller inte utan historiernas funktion som kulturbärare. De skapar en gemensam skatt av minnen på arbetsplatsen.

### ► 5) STARTA I FÖRETAGETS TOPP

Det viktigaste för att humor ska bli en del av ett företags affärsfilosofi är att den först accepteras av ledningen – det är lättare att få ett företag genomsyrat av en trevligare atmosfär om skrattet och humorn kommer uppifrån. Därför är det av största vikt att företagsledningen förstår att humor kan vara ett effektivt sätt för verksamheten att bli mer lönsam. Vi påstår inte att dagens företag inte låter sina anställda skämta och skratta. Naturligtvis gör de det, men synen är ofta att när det ska göras affärer, då är det Allvaret som gäller.

#### 5.1 EN HUMORISTISK LEDARE ÄR EN KARISMATISK LEDARE

Som ledare använder du en mycket stor del av din arbetstid till kommunikativa aktiviteter, hur mycket beror på vilken nivå du arbetar på. Och hur vill de anställda att en bra chef ska vara år 2009? Jo, att han eller hon ska vara karismatisk. Dagens unga har en helt annan syn på hur en arbetsgivare ska vara än tidigare generationer har haft. Arbetet är i dag så mycket mer än bara en försörjningskälla.



Som chef är det därför viktigt att kunna använda humor i kommunikationsaktiviteterna. Det gäller också att göra det på ett positivt sätt – det sägs nämligen att positiva meddelanden har 800 gånger större chans att bli ihågkomna än negativa. Och får du människor att skratta kan du också styra dem att gå dit du själv vill. Ytterligare ett bevis på att humor är en viktig maktfaktor.

## 5.2 ATTITYDEN ÄR NUMMER ETT

För dig som är ledare handlar allt om attityd. Du måste förstå och tro på humor som koncept i näringslivet. Samtidigt ska du vara medveten om att användningen måste ske under kontroll och vilka gränserna är – precis som med allt annat i affärslivet. Var beredd på att det givetvis kan bli fel ibland - det inträffar alltid när något nytt införs. Men fortsätt att fokusera på helheten och kom ihåg att om satsningen på humor ska få genomslag i organisationen måste den vara helhjärtad.

Du som ser till att utnyttja humorns kraft kommer du att bli omtyckt, respekterad, lyssnad på - och framför allt ihågkommen. Om de anställda ser dessa kvaliteter hos chefen kommer det bli mycket lättare att motivera dem. När också chefen kan skratta och driva med sig själv bryts förlegade hierarkier ner och förtroenden skapas. Du samlar helt enkelt pluspoäng om du är rolig, du skapar en »fasen vilken skön chef«-attityd hos dina anställda. Och det är inte dumt.

## 5.3 LEDAREN ÄR DEN VIKTIGASTE ARBETSMILJÖFAKTORN

På en arbetsplats uppstår det alltid konflikter, problem och bekymmer och därför är det viktigt att ledaren har en vänlig typ av humor – det fungerar som ett socialt smörjmedel när det kommer grus i det mänskliga maskineriet. Det förutsätter också att ledaren ser medarbetarna och använder humorn i ett lämpligt sammanhang. Ledaren är ju den viktigaste arbetsmiljöfaktorn eftersom han eller hon har störst makt att påverka. Hans eller hennes attityd och förhållningssätt skapar ju medarbetarens arbetsmiljö.

## 5.4 EN HUMORLÖS LEDARE ÄR EN DÅLIG LEDARE

I ledarskapssammanhang brukar man tala om att det är viktigt att känna sina brister och att kompensera dem genom att omge sig med personer som kompletterar det man saknar. Kontentan av detta blir att endast en chef som vågar visa sig svag kan upplevas som riktigt stark. Det finns knappast något mer outhärdligt än en människa som alltid ska ha rätt och som aldrig gör fel. Denna människa blir på något sätt inte trovärdig eftersom de flesta är medvetna om att vi alla har våra fel och brister.

Om du som är chef hör att skratten och skämten tystnar när du närmar dig bör du ta det som ett varningstecken. En ledare utan humor är inte bra för organisationen då den som saknar humor ofta även saknar sinne för proportioner. Givetvis gäller detta alla med brist på humor, men konsekvensen blir större när det gäller en chef med tanke på dennes betydelsefulla roll. Ledare av den här typen har dålig förmåga att skilja på vad som är väsentligt och oväsentligt. Denna bristande förmåga för proportioner gör dem, oavsett arbetsplats, olämpliga som chefer.

De saknar också möjligheten att inspirera genom humor och är sämre på att vara kreativa och uppfinningsrika. Dessutom är de lika dåliga på att ta fram detta hos sina underordnade. Det kan faktiskt vara rentav farligt att tillsätta en ledare utan humor då hans eller hennes position ju ger makt att styra över andra människors öden.

## 5.5 ÄR DU INTE EN ROLIG TYP, VAR I ALLA FALL EN TILLÅTANDE TYP

Som ledare är du nyckelperson för att skapa en humoristisk arbetsplats. Men att ha humor som ledare behöver inte betyda att du springer runt och drar roliga historier. Det är fullt tillräckligt att du är tillåtande i din attityd och att du är medveten om att god humor bidrar till positiva effekter både bland medarbetarna och för arbetsmiljön.

## ► 6) HUMOR VID REKRYTERING

Som ledare är du nyckelperson för att skapa en humoristisk arbetsplats. Men att ha humor som ledare behöver inte betyda att du springer runt och drar roliga historier. Det är fullt tillräckligt att du är tillåtande i din attityd och att du är medveten om att god humor bidrar till positiva effekter både bland medarbetarna och för arbetsmiljön.

### 6.1 HUMOR UNDER INTERVJUN

Det finns en uppsjö av söka-jobb-böcker ute på marknaden i dag och det är inga problem för en arbetssökande att lära sig lämpliga svar på de flesta frågor. Därför är det svårt att upptäcka kandidatens sanna jag i en intervjusituation och därmed få reda på om han eller hon är lämplig för jobbet. Men det finns ett par trick att ta till. Varför inte ta med dig kandidaten på en rundtur på arbetsplatsen samtidigt som du genomför intervjun. Att bli försatt i en oförberedd situation gör det svårare för en person att ta till ett inövat svar. Svaren blir därmed mer ärliga och genuina. Att ha kul tillsammans med kandidaten gör också att denne känner sig mindre nervös och får lättare att visa sitt rätta jag. Dessutom visar en sådan situation hur bra självförtroende kandidaten har.

Syftet är naturligtvis inte att du ska anställa ett gäng lustigkurrar. Du ska anställa bra människor och därtill skapa en kul arbetsmiljö som uppmuntrar humor. Roligheterna kommer när människor möts. Humor får ut mer av människor och gör dem mer effektiva. När ditt företag genomfört ett projekt, varför inte inkludera en fråga vad som var roligast under projektet vid utvärderingen efteråt? Inte bara fråga vad som fungerat bra och dåligt.

Och kom ihåg: finns humor med under rekryteringen kommer den att fortsätta finnas sedan också.

### 6.2 ÄVEN DU SOM ÄR ARBETSSÖKANDE SKA TÄNKA PÅ HUMORN

För dig som är på jakt efter nytt jobb kan det vara intressant att veta att undersökningar visat att det förekom fler gemensamma skratt i de intervjuer som ledde till anställning än i de som inte gjorde det. Att du som blir intervjuad försöker skratta ensam hjälper för övrigt inte heller.

Du som är kallad till intervju, hur vet du att du kommit till en arbetsplats där du skulle ha roligt om du blev anställd? Ett sätt är att läsa av den eller de som intervjuar dig (om det är en person som jobbar på företaget och inte en extern rekryteringskonsult). Förbered små skämt och se hur intervjuaren reagerar, speciellt om det är din blivande chef. Om dina

skämt misslyckas är det läge att tacka nej till jobbet då ni inte befinner er på samma humor-nivå. Men möts du av skratt och acceptans är det bara att satsa – du kommer då dessutom ha hjälp av att du inte bara är kompetent utan också en glädjespridare.

### 6.3 HUMOR NÄR DU FÅTT JOBBET

Har du fått ett nytt jobb? Grattis! Men som nyanställd får man känna av sin plats i gruppen på olika sätt. Ett av dem är hur ens skämt bemöts. Det handlar om social struktur och det enklaste sättet för en nyanställd att passa in är att börja använda samma typ av humor som de andra på företaget. De andra känner då att den nye är en av dem och den nyanställda känner sig i sin tur bekväm och välkommen.



Att skratta tillsammans är helt enkelt det bästa sättet att bli en i gänget. Vi har väl alla träffat på personer som egentligen gör allt rätt på sin nya arbetsplats, men ändå inte blir accepterade. De passar helt enkelt inte in i företagshumorn och -kulturen.

Samma sak gäller för nya chefer. Alla sitter som på nålar tills de träffar den nya chefen. Om chefen då använder sig av humor, om så i sin enklaste form, när han eller hon presenterar sig accepterar medarbetarna sin nya ledare direkt.

Humor är helt enkelt en genväg för alla som är nya på en arbetsplats för att bli accepterade. Se därför till att ha det som ett av dina viktigaste vapen för att vinna affärlivets alla »krig«.

## ► 7) HUMOR ÄR EN GENVÄG TILL KREATIVITET

I en arbetsgrupp som präglas av humor främjas och utvecklas kreativiteten genom att humorn ger nya perspektiv. Inkongruensen i två idéer kan bli till någonting helt nytt – det »tokiga« kan leda in deltagarna i nya tankebanor. Den glada och humoristiska stämning som skapas gör det också lättare att ta kritik och resonera vidare.

Dagens näringsliv kräver ständigt nya innovationer och snabba omställningar – långsiktiga planer är ute. Trots detta är »det där har vi aldrig gjort förr« ett vanligt bemötande för den som vill prova någonting nytt, som exempelvis humor som affärsstrategi. Den frasen och inställningen är tuff att vinna över. Det behövs både mod, entusiasm och en mycket god förmåga att tåla kritik för att vinna och hävda nya kreativa idéer. Motståndarna hänvisar till 25 års erfarenhet, men egentligen kanske det handlar om ett års erfarenhet som upprepats 25 gånger? Våga prova något nytt ni som befinner er därute i näringslivet – ni kommer garanterat att vinna på det.

### 7.1 EFFEKTIVARE BRAINSTORMING

- Någon som har en bra idé? Alla föreläsare och seminarieledare vet att när de delar upp människor i grupper för lösa ett problem, blir idéerna bättre ju vildare och galnare instruktioner grupperna fått. Om deltagarnas hjärnor redan från start är inriktade på det absurda ökar deras kreativitet – de blir mycket effektivare än om du bara säger åt dem att lösa problemet.

Faktum är att grupper som har en rolig person med i gruppen i stort sett alltid kommer med bättre lösningar. »Clownen« är ofta inte den som slutligen får den allra bästa idén, men han eller hon spränger gränserna och vidgar sina gruppkamraters tankar. Poängen med brainstorming är ju att få kreativiteten att flöda för att komma med en innovativ lösning.

Humor får med andra ord människor att tänka bättre och den som har utvecklad humor har goda förutsättningar att vara iderik och vidsynt. Och idéer är som alla företagare vet det väsentligaste för framgång i affärlivet.



## 7.2 LITA PÅ DET OVÄNTADE

Det förutsägbara är tråkigt. Äktenskap går i kras för att de blir monotona. Människor lämnar sina jobb av leda. Folk somnar på möten pga av förutsägbarhet och för att det inte finns någonting spännande som får dem att fokusera. Humor är, som sagt, ett naturligt sätt att få och behålla uppmärksamhet, så om du satsar på det oväntade kommer du att uppfattas som sällsynt uppfriskande.

Varför inte tänka på detta nästa gång ni ska komma på en ny bra idé på ditt företag? Att sitta i företagets rektangulära konferensrum vid det rektangulära bordet där ni skriver på den rektangulära whiteboardtavlan kanske inte är den ultimata platsen för att få er att tänka utanför boxen? Bryt rutinerna, prova något oväntat! Varför inte bege er till närmaste grönområde? Eller gå till biblioteket, köpcentret, nöjesfältet – överallt där ni kan få nya och annorlunda intryck.

## 7.3 RES DIG FRÅN KONTORSTOLEN!

När får du dina bästa idéer? När du sitter på din kontorstol och försöker tvinga fram något briljant? Nej, trodde väl inte det. Det är ett välkänt fenomen att människor får sina bästa idéer när de kör bil, duschar, sitter på toaletten osv.

Varför är det så? Är det för att vi befinner oss i ett avslappnat tillstånd? Förknippas vi toaletten med något skojigt? Det är lite lustigt att ett rum med denna utrustning främjar kreativt tänkande. Men kanske får vi den meditation som vi inte får någon annanstans här.

För att främja de kreativa idéerna vore kanske det bästa därför att sätta upp en toalettstol mitt i kontorslandskapet där människor kan sätta sig ner och brainstorma. Fast det skulle ju utgöra ett något märkligt inslag i inredningen förstås ...

Skämt åsido, hur kan du ta tillvara den kreativitet som trots allt kan uppstå när folk t.ex. sitter på toaletten – det enda ställe som alla besöker någon gång varje dag? Varför inte hjälpa dem på traven genom att kontinuerligt sätta upp skämt eller dylikt på insidan av toalettdörrarna? Det både främjar toalettbesökarens egen kreativitet och ger folk något gemensamt att prata om? Det börjar med »Såg du det där ...« och sedan är kreativiteten och idéerna igång. Svårare än så är det inte. Men kom bara ihåg att byta ut roligheterna ofta.

Ett annat förslag är att avsätta ett rum på kontoret till kreativitetsrum och fylla det med roliga böcker och filmer, soffor, bord och bekväma stolar för att skapa en perfekt brainstormingmiljö där kreativiteten härskar. Du som vill dra det riktigt långt kan ju även placera en (icke fungerande) toalettstol i mitten ... Poängen är att om du fokuserar dina tankar på det som är roligt tänker du mer kreativt.

## 7.4 BILDA EN GLÄDJEKOMMITTÉ PÅ ARBETSPLATSEN

På glassföretaget Ben & Jerry's har de ett »Joy Gang« som har som uppgift att se till att »se till att arbetet inte blir alltför slentrianmässigt genom en kombination av organiserade evenemang, speciella inköp och till och med en slags gerillataktik - som en oförberedd attack med en gömd vattenpistol«. Varför inte ta efter dem? Gör några ytterst ansvariga för humoriseringen av företaget. Sätt ihop en grupp av de roligaste och livligaste människorna på arbetsplatsen. De ska sedan träffas med jämna mellanrum för att hitta sätt att få in mer humor och glädje i affärerna. Syftet är att öka försäljningen och produktiviteten genom roliga aktiviteter. Belöna dem när de kommit på något snillrikt.



## ► 8) SLÖSA MED HUMOR - DET GER FLER AFFÄRER

I dagens affärsliv har många företag nått maxpunkten när det gäller kvalitet, service, utbud och värde. De produkter eller tjänster som företag erbjuder är många gånger ganska likartade när det gäller t.ex. innehåll och pris. Ett exempel är att två konsulter erbjuder liknande tjänster inom organisationsutveckling. Du vet att den ene både gör ett bra jobb och är en skojig prick medan den andre bara gör sitt jobb. Vem anlitar du?

När allt annat blivit mer eller mindre homogent är det tur att glädje och humor ändå finns kvar som konkurrensmedel. Vilket annat verktyg kan bättre differentiera dig från dina konkurrenter, skapa lojala kunder, glada kunder, förlåtande kunder? Ingenting. I stort sett alla produkter och tjänster kan differentieras genom humor. Och det bästa av allt är att det tar fokus från priset på dina tjänster ...

### 8.1 DU GÖR HELST AFFÄRER MED FOLK DU HAR KUL MED, ELLER HUR?

Om ditt konkurrensmedel är priset är du i ärlighetens namn inte mycket mer än en handelsvara. Om ditt konkurrensmedel är ditt sortiment är du faktiskt inte bättre än ditt nuvarande produktutbud (och alla i affärslivet gör felbedömningar då och då). Om ditt konkurrensmedel är service har du i och för sig en bättre möjlighet att behålla kunderna än med pris och utbud, men använder du dig av humor kommer de verkligen tycka om dig och därmed återkomma. Slösa med humor när du gör affärer så kommer dina kunder inte bara att tycka om dig, de kommer att berätta om dig för sina vänner också.

Humor är den mest underskattade och förbisedda värdeskapande service du kan ge. Och den kostar dig inte en krona. Skapa inte ett företag som bara är medelmåttigt – se till att ge dina kunder mer än så.

### 8.2 DET TRISTA SÄLJER HELT ENKELT INTE

Varför fungerar humor i reklam? Jo, för att man associerar skratt med att vara bland människor man känner och tycker om. Vi får en positiv känsla för produkten för att vårt undermedvetna inte kan skilja på skratt orsakat av en reklamfilm som vill sälja något till oss och skratt som sker tillsammans med våra närmaste vänner. Hjärnan bryr sig inte om vad som gav upphov till det; skratt som skratt helt enkelt.

Om människor associerar din produkt eller tjänst med något som är roligt, skapas en varaktig och positiv association till den. De varma och härliga känslorna flätas samman med din produkts image. Att det förhåller sig så här blir mer och mer viktigt eftersom ett företags personlighet och framtoning blir alltmer betydelsefull. Konsumenter bedömer mer och mer hur ett företag agerar, vilka de gör affärer med, vilka välgörenhetsorganisationer de stödjer osv. Till och med typsnitten i annonserna och tonen i sälj-texterna vägs in när de skapar sig en bild av ditt företag. En bild som antingen gör dem villiga att göra affärer med dig eller stöter bort dem.

Därför är humor i reklamen och som en positioneringsfaktor så betydande. Men företaget måste också se till att de backar upp känslan de skapat genom att se till att samma positiva känslor genomsyrar resten av företaget också. Det räcker alltså inte med en kul slogan!



### 8.3 DET KRÄVS INTE MYCKET FÖR ATT STICKA UT

I dag lever vi i ett samhälle där inte ens direkt tillfredsställelse är tillräckligt. Vi har en nanosekund på oss att fånga folks intresse innan de går vidare till något annat. De traditionella vägarna för att fånga och behålla folks uppmärksamhet fungerar inte längre. Vi vill ha något annorlunda och det är därför det fungerar så bra att använda sig av humor – det blir en chockerande effekt som fångar oss.

Greppet att använda humor känns annorlunda eftersom ett gäng ordentliga, tråkiga typer som varit med och format näringslivet har talat om för oss att vi inte ska använda den i affärssammanhang. Och det gör det hela så mycket enklare – de här typerna har skapat ett klimat där bara små doser av humor räcker väldigt långt. Dessa strebrar är en ren välsignelse för en rad fritänkande, djärva och lekfulla företagsledare som kan skratta hela vägen till banken. Tänk t.ex. på Apples avslappnade arbetsmiljö och vad den har bidragit till.

### 8.4 SOCIALT SMÖRJMEDEL I AFFÄRSSAMMANHANG

Låt humorn bli den nya gemensamma nämnaren i affärlivet. Genom att använda humor kan den mest välpolerade affärskvinnan eller -mannen få sina kunder och kollegor att trivas och känna sig bekväma. Humor tar dig ur pinsamma situationer, den underlättar det sociala samspelet och, om du hittar någon med samma humor, den skapar riktigt starka band mellan dig och din affärskontakt - du kan säga mycket om en person baserat på vad denne skrattar åt. Humor har kraft. Den är naturlig och billig. Och den bygger professionella och långvariga affärsrelationer.

Humor passar för i stort sett alla situationer. Därför kan du alltid använda dig av den. Nedan följer ett par exempel på situationer:

#### Säljsammanhang

Skämtsamma anekdoter eller vitsar innehåller i många fall ett överraskningsmoment som framkallar leenden och skratt hos människor. Om du när du är ute hos kunder och säljer vet att ett speciellt knivigt moment ofta återkommer kan du förbereda dig genom att placera fram någonting skämtsamt som har att göra med det som du tycker är besvärligt.

#### Förhandlingar

Förhandlingar är ett av de bästa tillfällena att använda sig av humor. För det första: förhandlingar går alltid smidigare om den andra parten gillar dig. Humor är ett sätt att få den andra personen att gilla dig. För det andra: eftersom humor är ett av de bästa sätten att slappna av fungerar den utmärkt i stridens hetta för att minska anspänningen hos båda parterna. Humorn skapar en liten "minisemester", en skön paus, i de ansträngande förhandlingarna – en avväpnande replik underlättar den fortsatta kommunikationen. För det tredje: humor kan släta över ett misslyckat försök att be om mer.

#### Prisförhandlingar

I prisförhandlingar kan du ha stor nytta av humor. Prova t.ex. att småskratta lite nästa gång du förhandlar eller diskuterar priser och någon ger dig ett bud. Det är allt du behöver göra. Personen kommer då antingen höja sitt bud, dra tillbaka det eller tro att de har förolämpat dig. För det mesta kommer de att höja det. Ett annat sätt att skoja till det i prisdiskussioner är att då någon frågar dig vad som är ditt bästa pris, säga ett pris som ligger t.ex. 30 procent högre än det du tänkt dig. När de då säger att det inte kan vara det bästa priset säger du bara "det är det för mig". Förmodligen kommer de då att skratta och du har lyckats distrahera bort dem från prisdiskussionen. Om inte, försök hantera situationen med humor ändå.

#### Spända situationer

Har kommunikationen med affärspartnern havererat? Spända situationer löses upp med hjälp av humor. Tråkiga, utdragna diskussioner tar en ny positivare vändning när någon levererar en skämtsamt replik.

## 8.5 CLOWNKONCEPTET

Nu ska vi prata om clowner. Alltså inte klassens eller kontorets clown, utan en sådan där med vit färg i ansiktet, röd jättemun, röd näsa, stora fötter, tokig hatt – ja med alla tänkbara attribut. Kanske tänker du att nu har den här rapporten sparat ur en gång för alla? Men häng med i resonemanget så kommer du nog se kopplingen till ökade affärer. Har du clownfobi är det bara att hoppa till nästa avsnitt.

Hur känner du dig när du ser en clown? Känner du dig glad? Får du ett leende på läpparna? De flesta får det. Vad beror det på att vi blir glada när vi föreställer oss clownen? Jo, det ger oss en slags frihetskänsla att tänka på någon som uppför sig som vi önskar att vi vågade göra men inte vågar för att andra skulle döma oss. Eller också tar clownen oss tillbaka till barn- domen och alla roliga saker vi kunde göra innan vi blev för gamla för att göra dem.



Får du samma lyckliga känsla när du går till jobbet på dagarna? Jobbar du på rätt ställe får du säkert det, men de flesta av oss kan bara drömma ...

Hur kan då clownkonceptet användas i näringslivet? McDonalds clown Ronald McDonald är en sak, men det är faktiskt aldrig fel att ha en image förknippad med lek och lust – även om det gäller en bank eller ett säkerhetsföretag. Vem gör inte hellre affärer med ett företag som har förmågan att bjuda på sig själva än ett som anser att humor inte hör hemma i affärslivet? Vi vill göra affärer med riktiga människor, inte med stela strebbar. Och vad tror ni låg bakom idén med Ronald McDonald från början – en kul image eller en briljant marknadsplan? Förmodligen båda två.

Ett företag som förmedlar känslan av att ha en bildlig clownkostym får oss att släppa på våra försvarsmurar och bli mindre hämmade. Denna känsla får oss att släppa på försvarsställningen som vi ofta intar i affärslivet, något som hindrar oss från att visa vår mänskliga sida. Clownkraften minskar de begränsningar i affärssammanhang som t.ex. konflikter, fördomar och misstankar kan orsaka.

Detta betyder naturligtvis inte att du ska springa till Buttericks och köpa en clownkostym, men minskade barriärer och ärligare förhandlingar gynnar vilken affärsrelation som helst. Så nästa gång en förhandling eller försäljning känns spänd och stel, tänk på killen med rödnäsan!

## ► 9) HUMOR TROLLBINDER TALARENS PUBLIK

Behöver du ofta tala i din yrkesroll? Då vet du att det inte är det lättaste att fånga publiken och sedan dessutom hålla kvar genom hela föredraget eller mötet. Men har du laddat humorvapnet ordentligt går det som en dans.

### 9.1 FÅNGA UPPMÄRKSAMHETEN

Frasen "Du lyssnar ju inte!" har du hört ett par gånger, eller hur? Varför händer det så ofta att människor inte lyssnar på vad andra säger? Den första anledningen är att vi bara lyssnar på det vi tycker är underhållande och informativt – annars tappar vi fokus ganska snart.

Människor är ständigt upptagna med att fundera på sina egna bekymmer, ofta på det privata planet, och det krävs att det du säger intresserar lyssnaren för att han eller hon ska glömma sina egna angelägenheter och bli uppmärksam.

Den andra anledningen till att människor inte lyssnar är att det som sägs helt enkelt är tråkigt – det är så trist att man närapå somnar. Vem har inte lyssnat på talare som bara maler och maler och haft problem att hålla ögonen öppna? Men genom att du som talar använder dig av humor kan saker sägas på ett mer lätsamt och underhållande sätt.

Att inleda ett föredrag med något humoristiskt ger många fördelar. Stämningen blir mer avslappnad, anspänningen försvinner, kontakten med publiken blir bättre och du som talare uppfattas som en vanlig människa och inte som någon expert upphöjd på piedestal. Och det bästa av allt är att du smidigt kan glida in i ämnet med hjälp av den roliga episoden. Den är ett utmärkt pedagogiskt hjälpmedel och det är därför värt att lägga tid på att finna den rätta historien. Några knep är att använda följande:

- Egna upplevelser
- Självironi
- Hänvisa till kända personer
- Övriga överraskningsmoment

Det är också viktigt att komma ihåg att förberedelse är viktigt om du talar inför andra i din yrkesroll. Försök att alltid samla på humoristiska idéer och anekdoter – varför inte bära med dig en liten anteckningsbok och göra det till en vana att skriva ner de bra saker du snappar upp? På detta sätt riskerar du inte att behöva ge dig ut på desperat jakt efter skojigheter kvällen innan du ska hålla ett viktigt föredrag. En bra idé är också att fylla bokhyllan med ordspråks-, citat- och skämtböcker.

Naturligtvis finns det andra sätt att göra det du säger intressant för lyssnaren, men att använda humor är det enklaste, billigaste och mest universella sättet – det är ju något som förenar oss människor. Och det är definitivt ett av de mest underutnyttjade verktygen i affärlivet. Ändra på det.



### **VARNING!**

Tänk för allt i världen på att berätta en anekdot som har en tydlig poäng. Dina åhörare får absolut inte hamna i ett tillstånd där de sitter och funderar på varför du valt anekdoten i fråga. Och redan det faktum att de söker efter svar innebär att de inte lyssnar på vad du säger. Dina försök att överföra kunskaper och synpunkter har därmed gått käpprätt åt skogen – lyssnarens tankar har fladdrat iväg någon annanstans.

Samma sak händer om din inledande historia enbart syftar till att få lyssnarna att skratta – din historia måste ge dig möjlighet att på ett naturligt sätt glida in i det ämne du ska behandla. Annars uppstår störningar i kommunikationen redan från början och du har gjort vad skulle kunna kalla ett talarens självmål.

## **9.2 BEHÅLL UPPMÄRKSAMHETEN**

Som föregående avsnitt förklarade, det du säger måste kännas intressant för att du ska få folks uppmärksamhet. Men det svåraste är det som kommer sedan; att hålla kvar dem så att de fortsätter lyssna på det du kommunicerar. Ett effektivt trick är att gå på gång på gång komma med små överraskningsmoment. Och det gör du enklast genom humor.

Humor får alltså även människor att lyssna under en längre stund. Se till att kombinera det sakliga och lärorika med en lättbegriplig framställning och många humoristiska anekdoter som poängterar det väsentliga i innehållet. Humorn fungerar då som "sockret ovanpå", det som får budskapet att fastna.



### 9.3 HJÄLP LYSSNARENS MINNE PÅ TRAVEN

Om du som talar gör det på ett lättsamt och humoristiskt sätt medför det att det som sägs enklare blir ihågkommet av din publik. Gör vad du kan för att underlätta för lyssnarens minne, exempelvis genom att arbeta med den effektiva minnestekniken associationer där människor associerar det nya med något de känner till sedan förut.

Humor är det mest naturliga och kraftfulla sättet att skapa associationer och öka minneskapaciteten. Ju bisarrare associationen är, desto längre kommer man ihåg den. Därför – om du vill förmedla något viktigt, linda in det i en rolig och bra historia. Folk kommer att minnas historien och den poäng som du ville förmedla.

### 9.4 ATT GÖRA DET TRÅKIGA ROLIGT

Om du som chef ska informera dina underordnade om något, varför inte göra det på ett sätt som är lätt att förstå, lätt att komma ihåg och ger dig deras odelade uppmärksamhet. Verkar vettigt, eller hur? Återigen är det humorn som är ditt vapen!

Ett exempel på ett riktigt tråkigt informationstillfälle är säkerhetsinformationen innan en flygning. Hur många är det som verkligen lyssnar och tittar när flygvärdinnorna provar flytvästar och pekar hit och dit? Inte många, informationen är helt enkelt så trist och oengagerande.

Men om flygpersonalen skulle informera på ett roligt och annorlunda sätt så skulle du lyssna, eller hur? För det skulle vara något nytt och spännande. Tänk om du skulle höra repliken »Golvbelysningen tänds om vi tvingas till en nödlandning eller om discoeran oväntat skulle återkomma« när du sitter där i din flygstol. Nog skulle du spetsa öronen!

Tänk på alla tråkiga och monotona arbetsuppgifter som finns på din arbetsplats. Fråga dig sedan – hur kan jag humorisera dessa uppgifter? Det går faktiskt att hitta humor i allt. Försök får du se! Om inte annat – tänk på Mary Poppins klassiska citat »med lite socker i botten så går medicinen ner«.

### 9.5 DU BEHÖVER INTE VARA FÖDD TILL KOMIKER

Den största myten när det gäller humor är att antingen så har du det eller också inte. Visst, vissa har en större talang än andra, men man kan lära sig att vara rolig.



Det viktigaste för att lyckas är att du har koll på de människor du ska kommunicera med, vare sig det sker via brev, reklam eller en presentation. Saker som hur de tänker och vad som frustrerar dem kan vara lämpliga dörröppnare. Därför – lär känna dem du arbetar tillsammans med. Och lär känna dina kunder. Var noga med att samla in bakgrundsfakta om dem innan mötet, presentationen eller vad som nu är på gång så att du kan prata med dem på deras »språk«.

Humor fungerar allra bäst när du känner din publik bättre än de faktiskt känner sig själva. Det är det nämligen det gemensamma som framkallar skrattet. Ge dem därför en dos skraddarsydd humor. Och kom ihåg att dina kollegor inte förväntar sig att du ska vara rolig, därför är pressen på dig mycket mindre än på lustigkurren. Praktiskt, va!

Och som estradören Sammy Davis Jr. sa en gång: »Om man inte ger sig själv svängrum och lite frihet, så kommer man aldrig att göra några upptäckter. Man vet inte om man kan vara rolig förrän man har försökt skoja med publiken, man vet inte om man kan improvisera om man säger samma saker varje kväll«. Så våga använda din humor, vem vet vad det kan leda till! Övervinna din rädsla växer du. Om du i alla situationer försöker vara säker och trygg fördröjer du ju faktiskt din utveckling och mognad.

## ► 10) HUMOR KAN T.O.M. GÖRA MÖTEN ROLIGA!

Undersökningar har visat att möten och konferenser är de två situationer där humor används mest och med framgång. Och det kan behövas – långdragna möten är ofta inte favoritinslagen i våra yrkesliv.

### 10.1 SUCK, INTE ÄNNU ETT MÖTE

De flesta människor i affärlivet får dagligen sin beskärda del av möten. Det sägs att ledarna i Sveriges större företag sitter i möten minst fyra dagar i veckan och att för chefer på olika nivåer går 25 procent av arbetstiden åt till möten. Ger alla dessa möten verkligen något? De som deltar på t.ex. avdelningsmöten är ofta inte de mest entusiastiska mötesdeltagarna och det är det som är det stora problemet. Under sådana omständigheter är det inte det lättaste att förmedla viktig information som deltagarna dessutom ska minnas efteråt. Mötena behöver intressantare innehåll, mer debatt och mer överraskningar. Inte ljudliga snarkningar.

Den mänskliga hjärnan har en förmåga att minnas känslosamma tankar bäst, vare sig de är positiva eller negativa. Och det är inte många som är uttråkade med passion när de sitter på ett möte ... Trots detta tror ledningen ändå av någon märklig anledning att bara för att de befinner sig på ett möte är de anställda idel öra och ivriga att ta till sig all tänkbar information. Men när människor inte behöver prestera på samma sätt i jobbet, som fallet ju är med möten, har tankarna en tendens att sväva iväg. Under ett möte tävlar du som pratar med lyssnarnas alla andra tankar – speciellt tuffa motspelare är tankar om kvällens middag och helgens begivenheter.

### 10.2 SKAPA ROLIGA MÖTEN OCH ÖKAD LÖNSAMHET

Möten är egentligen som gjorda för att vara roliga och lekfulla. Men varför är de då ofta så tråkiga? Faktum är att ni kan vara precis lika effektiva, oftast mer effektiva, om ni har kul tillsammans. Låt de anställda ha kul så kommer de att vilja delta. Istället för att mötena är en pina där folk ideligen tittar på klockan kommer tiden flyga iväg. Dessutom är humor ett utmärkt sätt att leverera tråkiga fakta till mötesdeltagarna.

Du kanske tänker att ni inte har tid att ha kul, att det faktiskt ingår i medarbetarnas jobb att gå på företagets möten. Kanske det, men vad har deras plikter för betydelse om den negativa attityden bara leder till att företagets lönsamhet påverkas negativt i slutändan? Tänk om att ha roligt faktiskt skulle betyda att de istället tar in informationen och faktiskt minns den efteråt? Får du de anställda att förstå saker slipper du dessutom alla de misstag och fel som annars kan uppstå. Och framför allt kostnaderna de medför. Avdelningsmöten kan vara roliga – skriv upp det nu!



### 10.3 AVDELNINGSMÖTE GOES GAMESHOW

Att lägga upp mötet som exempelvis ett lekprogram är ett bra sätt om du vill att dina medarbetare verkligen ska ta in information och komma ihåg den efter mötet. Det fungerar speciellt bra om arbetsgruppen består av tävlingsmänniskor. Tekniken innebär att du använder ett tävlingsprogramformat som t.ex. »Jeopardy« eller »Vem vill bli miljonär« för att kommunicera den nya informationen.



Människor kommer att vara engagerade på ett helt annat sätt och komma ihåg mycket mer när de får ha roligt och tävla med varandra. Ett enkelt sätt att ordna detta är att använda dig av exempel Powerpoint. Med Microsofts gamla presentationstrotjänare i högform, tävlingsmomentet och din nya humoristiska stil som mötesledare har era möten garanterat sett en halvsovande medarbetare för sista gången. Och du, glöm inte priserna!

### 10.4 HUMOR FÅR FART PÅ KONFERENSEN

Vid konferenser är det vanligt att deltagarna inte känner varandra innan. Då kan humor fungera mycket bra för att få igång gruppen, som en slags startkabel. Ett skämt löser upp den spänning som alltid finns bland människor som inte träffats tidigare och kommunikationen kommer snabbare igång. Känner gänget varandra sedan tidigare och är sammansvetsade kommer humorn nästan automatiskt – det behövs bara att någon fäller en rolig kommentar så är snacket igång.

Värt att lägga på minnet är också att du som mötesdeltagare blir bedömd av de andra som deltar, vare sig du är chef eller inte. Du bedöms av de andra - ditt sätt att vara på mötet blir ett mått på hur kompetent du är. Gillar de din stil framstår du som kompetent. Därför ser mötesexperten till att visa sitt sinne för humor eftersom det tyder på att man är en bra person. En bra och således kompetent person.

### 10.5 ROLIGARE INLÄRNING BETYDER EFFEKTIVARE INLÄRNING

Fantasi är viktigare än kunskap, som Einstein sa. På möten och konferenser förekommer som vi alla vet en hel del inläring och den mest effektiva inläringen sker när du har roligt och skrattar. Därför är det märkligt att så få pedagoger använder sig av humor som teknik. Det är som om det finns en oskriven lag som säger att inläring ska vara tråkigt. Vem har inte suttit på företagsutbildningar och räknat minuterna tills man får gå därifrån? Om du ens orkade hålla dig vaken nog för att kunna räkna ...



Det är ingen synd att ha roligt samtidigt som man lär sig saker. Människor tycker om att bli underhållna samtidigt som de utbildar sig, så är det bara. Dessutom minns de bättre vad de lärt sig efteråt. Så pedagoger, bryt mot de gamla trista traditionerna och fokusera på det faktiska målet: att förmedla kunskap.

Var medveten om att du utkämpar ett krig inne i åhörarnas hjärnor och dina motståndare är tuffa: dagishämtningar, middagsbekymmer och den där rapporten som måste vara färdig imorgon. Men i krig och kärlek är allt tillåtet ...

Frågor på det? Tänkte väl det. Ut och lek och lär!

## ► 11) OLIKA TYPER AV HUMOR

Det finns många sätt att använda sig av humor i näringslivet. Vissa är bättre, andra sämre och i det här avsnittet går vi igenom ett par exempel där vi redogör för vad som kännetecknar de olika typerna av humor och hur de bör användas.

### 11.1 SJÄLVIRONI

Vi är vana vid att skratta åt andra. Men man måste även ha förmågan att skratta åt sig själv. Vi människor har goda sidor och vi har mindre goda. Vi är bra på vissa saker och sämre, rentav dåliga, på andra saker. Så är det bara. Men trots att alla vet att det är så försöker vi i de flesta fall att endast framhålla de positiva sidorna. De negativa döljer vi så mycket vi kan.

Att våga erkänna sina brister och svagheter för sig själv kräver styrka och mognad. Att våga erkänna och visa dem för andra kräver ännu större styrka. Ett knep för att våga är att använda sig av humor. Den person som kommit så långt att han eller hon vågar skratta åt sig själv, sitt jobb, sin livssituation m.m. uppfattas som en trevlig och sympatisk person. Någon som är mänsklig. Att våga visa sina svagheter tyder dessutom på gott självförtroende. Ett framgångstips på jobbet är alltså att bli självironiker.

Humor riktad mot dig själv fyller flera sociala funktioner, bl.a. dessa:

- Den är **utjämnande** – den fyller ut sociala hierarkier
- Den är **försvarande** – du skämtar om dina svagheter innan någon annan gör det
- Den är **deltagande** – du finner likheter mellan dig själv och andra
- Den är **hanterande** – du kan hantera dina svagheter genom att bagatellisera dem

Detta är också den säkraste typen av humor du kan använda dig av eftersom den enda som kan bli stött är du själv. Och de andra får tillfälle att skratta åt dig. Eftersom de är vana vid att skratta åt andra utsätts de inte för något obehagligt. Atmosfären blir trivsamt och du är upphovet till den. Poäng till dig.

Tyvärr är många människor mindre benägna att skratta åt sig själva när de befinner sig i sin yrkesroll, speciellt den yngre generationen. De är i många fall alltför allvarliga och pressade för att vara flexibla, och alltför osäkra på arbetsmarknaden för att våga visa humor. Ett tips till dig som är ung i karriären är att ändra på detta. Du har mycket att vinna.



### 11.2 INKLUDERANDE HUMOR

Den här termen betyder att man alltid ska inkludera människor när det handlar om skämtande på arbetsplatserna. Vi kan väl alla hålla med om att det känns rätt jobbigt när en grupp människor omkring en skrattar tillsammans, men man själv inte har en aning om vad de skrattar åt. Se därför till att alla på arbetsplatsen känner sig delaktiga.

### 11.3 ÖVERDRIFTER

Det här är en grundteknik när det gäller att använda sig av humor och går ut på att göra någonting helt orimligt. När vi överdriver t.ex. storlek eller tidslängd så mycket att det når en nivå som blir komisk, skapas en humoristisk situation som genererar skratt.

### 11.4 IMITATIONER

Ett sätt att starta ett möte, som i och för sig kräver en rejäl satsning, men som ger dina anställda ett gott skratt och får dem i rätt stämning är att hyra in en skådespelare som imiterar dig eller någon annan i ledande position. Att kunna bjuda på sig själv och kunna tåla att folk skrattar på din bekostnad får dig att framstå som sympatisk.



### 11.5 PRACTICAL JOKES

Det som kännetecknar ett practical joke är att man utsätter en person för skämt som är av mer praktiskt natur än vanliga verbala skämt. Gamla klassiker i genren är t.ex. att bädda säck eller att lägga en plånbok på gatan, binda fast den i en fiskelina, gömma sig i buskarna och sedan snabbt som ögat dra undan den när någon försöker plocka upp den. Är detta roligt eller bara billig humor? Om detta tvista de lärde ... Vissa practical jokes är elaka, andra mer oskyldiga – men syftet med dem är alltid att få sig ett skratt på någon annans bekostnad.

Och just faktumet att man gör sig rolig på andras bekostnad gör att man egentligen bryter mot en av huvudreglerna för hur man blir framgångsrik i både affärs- och privatlivet med hjälp av humor. Men eftersom practical jokes i de flesta fall är en på förhand uttänkt handling har du möjlighet att bedöma risken – hur mogen är personen du planerar utsätta för skämtet och har vederbörande

tillräckligt med humor för att kunna ta det? Klarar ditt »offer« att ta skämtet så kan ett practical joke bli en succé, ett sätt att hålla humöret uppe i en arbetsgrupp.

Men som sagt, det finns gränser för den här typen av skämt. När det gäller arbetslivet är det lättare att sätta gränserna om man känt varandra under många år och jobbat tillsammans länge. Då kan det t.o.m. finnas utrymme att tänja gränserna lite. I de fall då du inte känner någon väl bör du se upp, ett practical joke är som sagt förenat med en risk.

### 11.6 »RÄDDNINGEN«

Det här ska du använda dig av om du dragit ett skämt som inte gått hem. Om ditt skämt fallit platt, säg något i stil med »*jag tyckte att det var kul när Gunnar berättade det för mig*«. Om nu denne Gunnar kanske är känd för att dra dåliga skämt – annars får du fundera ut något annat. Tekniken innebär hursomhelst att du bekräftar att din lustighet inte fungerat, men genom att kasta in lite självavväpnade humor ror du ändå skämtet i hamn.

Förmågan att omtolka en händelse kan vara ett kraftfullt redskap och med humorns hjälp är det ofta enklare; att kunna skratta åt sig själv och sina misstag är förmodligen en egenkap som de flesta människor uppskattar.

## 11.7 TABBAR

Har du haft ett kundmöte där du råkade göra bort dig riktigt ordentligt? Sådant kan skapa riktiga panikkänslor, men användandet av humor kan hjälpa dig att rätta till misstaget. Istället för att dölja det, erkänn klavertrampet på ett humoristiskt sätt och lova bättring. Du kommer framstå som en kul – och framför allt ärlig och modig – person. Vips har misstaget vänts till din fördel.

## ► 12) HUMOR MED BITTER EFTERSMAK

Humor är som en magnet – den positiva drar till sig, den negativa stöter bort. Humor föder känslor från skratt till gråt beroende av i vilken båt man sitter - i sin sämsta form kan den vara ett mycket effektivt mobbningsinstrument. Därför måste vi människor ha tillräcklig empati för att veta var, när, hur och i vilket sammanhang man kan använda viss slags humor.

### 12.1 ETT VASST, MEN TVEEGGAT VAPEN

Humorn är som sagt ett effektivt vapen i arbetslivet, men vi får inte glömma att den är ett tveeggat redskap med både en konstruktiv och destruktiv sida. Positiv är den när den får oss att slappna av, minskar stressen och ökar tankeförmågan och kreativiteten. Men den kan också bidra till att bagatellisera allvarliga frågor, som när någon tar upp en fråga till diskussion och den skämtas bort. Och människor skrattar inte åt samma saker beroende på att deras bakgrunder, referensramar och intellektuella kapacitet varierar.

### 12.2 EXKLUDERANDE HUMOR

Ofta är avsikten god men humor kan uppfattas fel och då istället skapa konflikter. Det finns en typ av utestängande »vi-och-dom-humor« där man skrattar på någon annans bekostnad. Detta är exempel på negativ och dålig humor som fungerar som härskarteknik. Ett gemensamt skratt ska istället fungera som ett socialt lim. Kan vi skratta kan vi också jobba tillsammans. Humor ska skapa en stämning där det finns utrymme för alla och vara ett sätt att locka in flera för att skapa en god gemenskap. Man bör alltså undvika att skratta åt varandra utan i stället i ömsesidig respekt skratta med varandra. Empati och etik är viktiga egenskaper hos den som har en utvecklad humor.

Dessvärre har människor ofta roligt på andras bekostnad, man skämtar om människor som är annorlunda. Vi känner alla till de klassiska stereotyperna: judar, afrikaner, amerikaner, norrmän, feta människor, smala människor, kvinnor, män, äldre, ungdomar, korkade och så vidare i all oändlighet. Är dessa skämt roliga? Ja, för vissa – men absolut inte för alla. Negativ humor sårar. Någon kommer alltid bli förolämpad.

Kränkningar sker ofta i humorns namn och då är det svårt för den som utsätts att försvara sig – man vill ju inte framstå som humorbefriad. Och som kollega hamnar man ofta i en situation där man inte vill skratta med och göra sig rolig på någons bekostnad, men samtidigt inte heller vill bli betraktad som en humorbefriad träkmåns. Man vill vara på rätt sida om vi:et när det skapas en vi-och-dom-känsla, man vill vara på rätt sida om skrattet.



Och det kan vara svårt att avgöra vilken humor som går hem på en arbetsplats – det är inte lätt att läsa av företagskulturer, attityder och arbetsmiljöer. Naturligtvis är humor både situations- och relationsberoende - ett skämt som gör dig förbannad när du ena dagen befinner dig i ett nedstämt och stressat stämningsläge kan nästa dag göra att du viker dig dubbel av skratt.

### 12.3 DRABBAR LÖNSAMHETEN NEGATIVT

Anställda som blir förolämpade kommer att fokusera mer på att de är blir förolämpade än på att vara produktiva. Denna typ av humor är bara en annan form av trakasserier och de flesta trakasserier börjar med ett hånande skämt. Tänk bara på vad som rör sig i huvudet på någon som blivit förolämpad på jobbet: »Jag förtjänar inte den här skiten«, »Vad gör jag egentligen här« osv.

Negativ humor kan kosta företaget pengar, tänk på det. Vad som är politiskt korrekt och inte är oviktigt i sammanhanget – den här rapporten handlar om att tjäna pengar med hjälp av humor och negativ humor kan vara en farlig och onödig risk. Eliminera därför uttryck som »dom där människorna« från arbetsplatsen och tryck aldrig ner någon, det kommer bara att fjärma personer från resten av arbetsgruppen och på så sätt påverka arbetsmiljön negativt.

### 12.4 SKOJA OM MÄNNISKORS BETEENDE - INTE DERAS PERSONLIGHET

Men betyder detta att vi inte kan skämta om något? Naturligtvis inte. Det finns hur mycket som helst att skoja om utan att för den sakens skull trycka ner människor. Men ett tips är att försöka skämta om småsaker och sådant som är frustrerande snarare än om människor - om personers beteende snarare än om deras personlighet.

Positivt är att undersökningar visat att etniska och sexuella skämt har minskat, en bidragande orsak till det är lagstiftning mot diskriminering. Vad som dock är tragiskt är att när dessa skämt inte får förekomma har humorn i arbetslivet minskat totalt sett. Har människor inte förmågan att ersätta dessa lågvattenmärken med intellektuell och slagkraftig humor? Det hoppas vi.

### 12.5 DET HANDLAR OM TILLHÖRIGHET

På en arbetsplats kan folk ofta vara sårbara och slåss på liv och död om sådant som det bästa kontorsrummet. Det kan tyckas vara fåniga saker, men egentligen handlar det om grundläggande frågor som »får jag finnas här?«, »är jag värd något?« etc. Man ska då försöka se vilken känsla som egentligen ligger bakom – både hos sig själv och hos arbetskamraterna. Den här känslan ska man ta på allvar och göra något åt den. Är man omedveten om sina känslor, kan det hända att de i och för sig styr en mot det tjugigaste kontoret, men dessvärre tar de också bort glädjen och gemenskapen med arbetskamraterna.

Ibland sägs det att vissa inte kan ta ett skämt. Kom då ihåg att den som inte tycker att något är roligt har rätt till sin upplevelse – den egna känslan är alltid sann. Det betyder också att man måste ta ansvar och säga till om man känner så och vara konstruktiv i kritiken. När man fått uttrycka sin känsla kommer skrattet och lättnaden. En humoristisk miljö kräver trygghet – den som är sedd vågar visa sitt rätta jag.



## ► 13) NÄR HUMOR MÖTS MED MOTSTÅND

»Vissa sprider glädje vart de än går, vissa när de går.«  
- Oscar Wilde

De finns på varje arbetsplats, du känner till typen. De som säger »Det där är inte roligt« och »Var inte så barnslig«. De suger livsgnistan ur varenda situation genom att kväva humorn i den. Ibland är det synd att det finns regler mot att ge sina arbetskamrater en knäpp på näsan ...

De här typerna är riktiga hejare på att kväva kreativiteten på arbetsplatsen. Hur värdefull är den idén ni aldrig kom fram till? Bara för partydödaren dök upp. De här människorna beklagar sig över att saker kommer att gå illa och varje gång något dåligt händer får de tillfälle att säga »vad var det jag sa«. Det är deras egen självuppfyllande profetia, att saker går dåligt ger dem en kick.

### 13.1 HUR BLIR MAN AV MED PARTYDÖDARNA

Hur ska du då handskas med dessa glädjens utsugare? För det första, erkänn att de är dem de är. För det andra talar du om för dem vilka partydödare de är – har du tur medför det att de undviker dig i fortsättningen. Fungerar inte det, undvik dem (även om du måste springa och gömma dig). Och stick till dem ett exemplar av den här rapporten. Då kanske de fattar piken.

Allvarligt talat, om du har sådana här partydödare i din organisation kommer de att påverka företagets resultat genom att stegvis påverka arbetsmoralen negativt hos resten av personalen - din viktigaste resurs. När kreativiteten (som är en direkt bi-produkt av humor) kvävs, går varje medarbetare miste om möjligheten att skapa ökad tillväxt i företaget. Så låt för allt i världen inte dessa personer kväva humorn!



De flesta människor stannar inte längre kvar på jobb som inte är roliga. Dagarna då vi stannade i ett och samma företag tills pensionen är över. Folk är villiga att offra lön till förmån för en bättre arbetsmiljö, därför har dagens företag inte råd att anställa partydödare. Och innan du med säkerhet kan säga att ditt företag inte har några surpupporna, ta dig en titt i spegeln också ...

### 13.2 VÄLJ RÄTT MÄNNISKOR RUNTOMKRING DIG

En människa blir den han eller hon är i samvaron med andra. Därför måste vi se till att det inte är slumpen som avgör vilka som finns i vår närhet. Är det hjälpare eller stjälpare, närande eller tärande personer du har runtomkring dig? Detta är självklart i privatlivet och det är lika självklart i arbetslivet. Vi måste alla söka en bra omgivning att utveckla och spegla oss i.

Men tyvärr är det inte alltid så lätt. Ingen gillar dem, men de finns på varje arbetsplats: surpupporna. Förutom att dra ner stämningen är de också människor som kan göra att företaget förlorar affärer om de hamnat i en roll som innebär kundkontakt. Visst, de får

säkert till en försäljning då och då, men vad kostar det i långa loppet? Människor köper från – och bygger långvariga affärsrelationer med – trevliga människor. Arroganta och otrevliga människor behöver därför mer än några andra se till att humorisera sin arbets-tillvaro för att bli uppfattade som mänskliga.

Kom ihåg detta: en person som gör allt rätt **och** har sinne för humor slår enkelt ut en person som gör allt rätt men är humorbefriad. Och vi bör alla fråga oss själva hur vi är som arbetsmiljö för andra. Är du en stjälpare eller tärande person i ditt umgänge med andra måste du göra något åt det.

## ► 14) HUMOR I KRISTIDER

Att skratta är mer inne än någonsin. Det kan vi till stor del tacka lågkonjunkturen för. I svåra tider längtar människor mer än annars efter det goda skrattet – ett bevis på det är t.ex. att pilsnerfilmerna slog igenom under depressionsåren på 1930-talet. Dessa filmer kanske inte höll den högsta kulturella nivån, men i tuffa tider fanns det behov av lättsamheter för att stå ut. Humor är också ett billigt nöje när plånboken gapar tommare än vanligt.

### 14.1 INKLUDERA INTE HUMORN I BESPARINGSÅTGÄRDERNA

Vi befinner oss nu i besvärliga tider och företag sparar in på det mesta. Förhoppningsvis inte på humorn. I dåliga tider är det tvärtom perfekt att humorisera organisationen eftersom de anställda och deras kraft och förmågor får större betydelse vid nedskärningar och besparingar. Sådana här tråkiga åtgärder skapar en givande och produktiv miljö för användandet av humor som ett hjälpverktyg när förändringarnas vindar blåser.

En gnutta humor gör det lättare att leverera – och ta emot – bistra sanningar eftersom den verkar förmildrande. När folk sägs upp ökar också ansvaret och de moraliska svårigheterna för de som får stanna och humor kan då hjälpa dem att ta itu med bekymren på ett mer lättsamt och produktivt sätt.



I dagens osäkra arbetsliv är humor egentligen inte ett val - det är en nödvändighet för att stärka arbetsmoralen. När anställda »tramsar« slänger de inte bort värdefull tid, tvärtom, de använder ett av de få verktyg de har för att behålla och öka sin kämparanda i kärva tider. Skatt kanske inte förändrar den bistra verkligheten, men glädjen kan sannoligen hjälpa människor att klara sig igenom den.

### 14.2 OMTOLKA SITUATIONEN TILL NÅGOT POSITIVT

När det gäller »lättsammare« tråkigheter än uppsägningar kan det ibland vara så att det som gör oss arga och upprörda i själva verket har att göra med den betydelse vi ger händelserna, dvs det sätt på vilket vi tolkat situationen. Ett sätt att bli av med en betungande »allvarlig« händelse kan därför bli att omdefiniera hela situationen till något komiskt istället.

Det händer ju då och då att du hamnar i en situation där man känner att du gjort bort dig – något som ju faktiskt beror på det kulturella sammanhanget. Om du då har sinne för humor kan du enklare förankra dig i känslan av vilka som är de verkliga värdena - du har förmågan att skilja ut det viktiga och skratta åt det andra. Därigenom blir du mindre utsatt för stress och förbrukar mindre energi på bagateller – du kan ägna dig åt det som förtjänar att tas på allvar.

### 14.3 FÖRSÖK ATT ALLTID VÄLJA SKRATTET

Det är viktigt att försöka bryta vanan att ständigt gå runt och prata om det negativa i tillvaron. Försök att tänka bort problem, arbetslöshet, sjukdomar och annat elände och fokusera på det som är positivt och roligt i tillvaron. Det kan uträtta stordåd för ditt välbefinnande.

Ett riktigt dramatiskt exempel som belyser humorns betydelse är den judiska humorn som har kunnat hjälpa människor genom horribla upplevelser. Det har t.ex. berättats att en grupp judar i Auschwitz satte upp varietéer för att framkalla skratt hos de andra fångarna i lägret – att skämta var det enda sättet för dem att rädda sig själva från en djup depression. På något sätt lyckades dessa människor, som ju stod inför en rätt säker död, inse att deras överlevnad var beroende av att de lyckades behålla förmågan att kunna skratta. Som grupp uppbyggde de både tiden och energin som krävdes för att klara det.

Även om ingenting naturligtvis kan vara så fruktansvärt som Auschwitz, kan människor på nästan alla arbetsplatser lära från detta exempel. Ta er tid och lägg energi på att skämta med varandra. Dessa modiga koncentrationslägerfångar bevisade att humor är ett val, att hur mycket motgångar man än drabbas av, privat eller i arbetslivet, kan man ändå välja skrattet. Det är faktiskt så att ju värre en situation är, ju viktigare blir det att försöka göra det valet.

## ► 15) HUMOR ÄR KONTORETS VIKTIGASTE INTERIÖR

Varför måste kontor och receptioner vara så tråkiga? Liva upp dem med klara färger och avkopplande saker att göra. Varför inte en tv som visar klassiska komediserier? Den som ska ha ett möte med dig kommer både att njuta av väntetiden och vara på gott humör när mötet väl sätter igång.

### 15.1 DINA KUNDERS VÄNTAN KAN LEDA TILL BÄTTRE AFFÄRER FÖR DIG

Folk hatar att vänta! Således är bra kundservice att förkorta väntetiderna. Den allra bästa servicen är naturligtvis att inte ha någon väntetid alls, men det är förmodligen inte särskilt kostnadseffektivt att anställa så mycket personal som då skulle krävas. Du måste göra en avvägning vad som är acceptabelt.

Förmodligen kommer du fram till att viss väntetid är oundviklig och då måste du göra det bästa av den tiden. Hur gör du det? Jo, genom att använda humor förstås! Humor kan t.o.m. få folk att gilla väntandet. Den kan få människor att inte vilja sluta vänta, att bara vilja fortsätta att njuta av den avkoppling som underhållningen ger dem. Underhållning får tiden att gå fortare, men framför allt omvandlar den tråkig tid till rolig tid. Plus att den kommunicerar att ditt företag bryr sig om sina kunder.



*Förhoppningsvis ser inte ditt väntrummet eller receptionen på ditt jobb ut så här!*

Ta en titt på ditt »väntrum«. Vad ser du? Naturligtvis måste du framstå som professionell i slutändan, men nog finns det något att göra? Kanske har du färgkritor och papper till de små barnen, men vad har du till de stora barnen – de vuxna? De genomstressade människorna som kommer till dig och välkomnas med ett »sitt ner och vänta, det dröjer bara en stund«? Kanske har du några dags-tidningar? Ja, att läsa om en massa elände får dem säkert att slappna av inför ert möte ...

Många företag anstränger sig inte speciellt mycket när det gäller de utrymmen där deras kunder väntar. Det är dags att förändra detta! För ingen kan ju ärligt påstå att de är mån om sina kunder när de inte ens bryr sig om att lindra den irriterande väntetiden. Om du kan ge folk en positiv attityd redan innan ni ens har träffats kan det leda till fördelar. Om de t.ex. är där för att sälja något till dig kanske du får ett bättre pris – vi gör ju mer för folk vi gillar, eller hur?

Låt dina kunder märka att du bryr dig om dem och vill göra deras väntetid så trevlig som möjligt. Ge dem en wow-upplevelse. Tv-spel, tv-apparater med komediserier – det finns mycket du kan hitta på. Mycket som är bra mycket roligare än en dagstidning eller en tv som visar nyheterna. Tänk på att om dina kunder måste vänta hos dig så måste de säkert göra detsamma hos dina konkurrenter. Då är det ett utmärkt tillfälle att differentiera dig genom att erbjuda kunderna en mycket trevligare väntrumsmiljö.

### TIPS!



Om du inte ska sända humoristiska program »live« från någon tv-kanal inriktad på sådant (t.ex. Comedy Central, TV4 Komedi och Canal + Comedy), tänk på att visning av film eller tv-program från dvd:er är skyddat enligt upphovsrättslagen. Visning i offentliga miljöer är därför ofta förknippat med en kostnad. Respektive programbolag (SVT, Viasat etc.) har rättigheter till sina sändningar så hör med dem vad som gäller. För att avtala om rättigheter till spelfilm kan du kontakta distributören i fråga, t.ex. Swedish Film.

## 15.2 HUMORISERA VÄNTETIDEN I TELEFONKÖER



Du kan lika gärna applicera tänket ovan på telefonväntetider. Tvingas dina kunder ofta vänta i telefonköer innan de kommer fram till dig? Se då till att underhålla dem medan de väntar. Låt dem höra något humoristiskt istället för trist information om ditt företag, en uppmaning att gå in på er hemsida eller dålig hissmusik. Gör du detta kommer folk att bli på bra humör trots att de tvingas vänta och de kommer garanterat att prata om ditt trevliga företag med vänner och bekanta. Ett enkelt sätt att skapa mun-till-mun-marknadsföring.

## 15.3 OCH HUMORISERA VÄNTETIDEN I VANLIGA KÖER

Det finns få saker som är så trista som att köa i en butik eller dylikt. Har du en verksamhet där dina kunder ofta måste stå i kö, se till att ge dem underhållning medan de kör. Du kommer att vinna på det.

## ► 16) YTTERLIGARE 21 SÄTT ATT HUMORISERA NÄRINGSLIVET

Humor är som sagt användbart i de allra flesta situationer som kan uppstå i affärlivet. Många av dem har vi redan behandlat tidigare i rapporten. Nedan följer ytterligare 21 konkreta tips att använda sig av. Samtliga tips kanske inte är lämpliga eller applicerbara på din arbetsituation, men välj då ut dem som passar dig. Alla praliner i en chokladask passar inte heller din smak, eller hur ...

### 1. Accessorier

Även kallad fula-slipsen-tekniken. Det här är en djärv teknik, som du måste känna dig bekväm med och den passar absolut inte i alla sammanhang. Den innebär att du bär en uppseendeväckande accessoar, t.ex. en ful slips, i syfte att användas som isbrytare när du träffar andra människor eftersom chansen är stor att de kommenterar din slips. För att

inte bli stämplad som den med sämst smak i rummet kan du säga att du egentligen avskyr slipsen i fråga, men att du använder den för att främja nätverkande.

## 2. Affärsbrev

Ha kul när du skriver dina affärsbrev. Bara för att det är ett affärsbrev och inte ett privat brev behöver det inte osa tråkighet. Var annorlunda, skriv det människor egentligen tänker, använd korta roliga formuleringar och använd alltid ett lustigt PS på slutet. Du kommer få en helt annan respons.

## 3. Bilder

Använd bilder, det behöver inte nödvändigtvis vara humoristiska sådana, i dina brev och mejl. Bilder, foton och färg livar upp och skapar en positiv stämning hos mottagaren.

## 4. Bollplank

Ha en kompis som du delar skämt och roliga historier med – någon som berättar för dig när ett skämt fungerar att använda och när det bör förpassas till kyrkogården för dåliga vitsar. En sådan vän är också bra när du behöver hjälp med en slutkläm eller bara ett förslag på det rätta ordet att använda i en viss situation. Visst kan vem som helst hitta humor i situationer där andra går bet, men en riktig kompis är mycket värdefullare då denne känner till din humorstil.

## 5. Enkelt språk

Använd ett enkelt språk när du ska kommunicera ett budskap. Skriv rakt på sak – ha talspråket i åtanke och skriv som du pratar (utan att vara slarvig givetvis). När ditt språk är enkelt och lätt att förstå är det användarvänligt. Om du uttrycker dig enkelt och dina konkurrenter pratar »konsultiska« – vem kommer folk att lyssna på tror du?



## 6. E-post

Samma tänk som för affärsbrev gäller, men e-postmeddelandet är ju oftast kortare. Leta efter områden där du kan använda en humoristisk twist. Du kan leka med ord eller göra en association till en aktuell händelse. Du kan även experimentera med t.ex. färg och typsnitt. Gå bara inte i fällan att använda Comic Sans eller något annat »skojigt« typsnitt som får dig att framstå som oseriös.

## 7. Färg

Det här gäller inte bara inom kommunikation utan inom alla områden! Svart, brunt och mörkblått är inte roliga färger. Gult, rött och klarblå är roliga färger. Människor lockas av färg – färgglatt skapar en känsla av att någonting är roligt.

## 8. Företagspolicy

Samma princip som för tråkig information gäller. Skriv företagets policy och regler med humor. För all sorts trist och torr information behöver faktiskt lite livlighet – om du vill få folk att förstå, ta till sig budskapet och lyssna alltså.

## 9. Humorkurs

Lär dina medarbetare hur de kan bli mer humoristiska genom att ta med dem på komediklubb. Eller hyr en komiker som delar med sig av sina hemligheter kring det här med att vara rolig. Det behöver inte bli speciellt kostsamt och blir en upplevelse att minnas. Och tänk vad det kommer gynna organisationen i framtiden.

## 10. Hälsningsfraser

Vi vet alla att en positiv hälsningsfras är bra, men försök att ha ett intressant och roligt svar redo när någon frågar hur det står till. Både på telefon och personligen. Är du sportintresserad kan du t.ex. säga »Fantastiskt, Gnaget vann ju igår« (eller »Fruktansvärt« om de förlorade). Att bli personen som alltid svarar något roligt är ett bra sätt att profilera sig på.

## 11. Högtider

Varför inte göra en kalender där du markerar knasiga högtidsdagar och födelsedagar. Listan kan antingen användas för att skicka ut till dina affärskontakter som en rolig hälsning eller för internt firande på ditt företag. Exempel kan vara »Dumpa din hopplöse karl-dagen« eller Torbern Bergmans, mannen som uppfann läskedrycken, födelsedag. På glassföretaget Ben & Jerry's har de t.ex. en »Sämst klädd i landet dag« och en »Barry Manilow Appreciation-dag«. Inspireras av detta till din egen verksamhet - bara fantasin sätter gränser.

## 12. Inbjudningar

Emellanåt kanske du har förmånen att få bjuda in ett trevligt event på din arbetsplats. Tänk då på att det ibland inte är vad du skriver i inbjudningarna som är det viktiga utan vad du skriver dem på. Vill du få ett välbesökt arrangemang så kan det alltså vara läge att lägga krut på inbjudningens förpackning. Varför inte skriva på en lunchpåse om du ska bjuda in till ett lunchmöte eller på en kaffemugg om det är ett frukostmöte som står på agendan?

## 13. Klädsel

Det här tipset kan tyckas lite för kontroversiellt för oss försiktiga svenskar, men en totalt oväntad klädsel kan göra ett möte till något helt annat än det brukar vara. Föreställ dig att en vd har kallat till ett möte där han eller hon ska entusiasmera medarbetarna. Tänk om denne vd då gör entré iklädd en superhjälteklädsel och manar till kamp för företagets överlevnad. Precis som på bilden här till höger. Det skulle garanterat få positiva effekter på de anställda.



## 14. Lyssna och titta på humor

Lyssna på humorinslag och titta på roliga YouTube-klipp för att få hjälp i att tänka humoristiskt. Internet är en outtömlig källa av roligheter. Ofta kan du inte använda materialet rakt av, men ha det som inspirationskälla för att hitta den typ av humor som passar just dig. Och alltid finns det väl något skämt du kan stjäla ... När du lyssnat på ett klipp, lyssna igen. Den första gången är till för att få dig att skratta medan den andra gången istället är till för att du ska komma underfund

med varför du skrattar. Detta är värdefull information att ha eftersom det kan finnas saker som du inte alls skrattar åt, men som resten av världen tycker är hysteriskt roliga.

## 15. Maskot

Att ha en maskot är ett bra sätt om ditt företag vill dra nytta av word of mouth, mun-till-mun-marknadsföring. Om du vill att folk ska prata om ditt företag ge dem något att prata om! En maskot passar givetvis inte alla verksamheter, men där det är lämpligt kan det fungera mycket bra. Fråga McDonalds och GB ...

## 16. Nyhetsbrev

Varför inte skapa en rutin där du t.ex. månadsvis skickar ut ett roligt nyhetsbrev till dina kunder, leverantörer och andra affärskontakter. En trevlig hälsning där du kan lista månadens högtider, en underhållande seriestripp, ett par roliga citat, kul skämt och längst ner placera en liten annons för ditt företag. Annonsen behöver inte gälla något säljfrämjande utan du kan bara tala om att det är ditt bolag som ligger bakom hälsningen. Det här är ett bra sätt att hålla kontakten med affärsbekanta och sköter du det här rätt kommer de att se fram emot att få ditt brev varje månad.

## 17. Reklam

Använd humor i dina reklam-budskap, det fångar människors uppmärksamhet och vad kan vara bättre än att ditt företag associeras med ett leende? Se bara upp så du inte framstår som oseriös – gränsen är hårfin.



## 18. Smeknamn

Att ge folk smeknamn gör arbetsplatsen personligare. Och då menar vi roliga och trevliga smeknamn, inte öknamn. Den som får smeknamnet ska känna sig bekväm – gör han eller hon det kommer du som myntat smeknamnet dessutom framstå som en rolig prick. Och det ultimata när det gäller affärskontakter måste ju vara att du vågar ge personen i fråga ett smeknamn - då har ni verkligen funnit varandra.



## 19. Tackgåvor

Detta kan vara vilken present som helst som får folk att le. Om någon affärskontakt hjälpt dig kan du skicka en trevlig present till honom eller henne, chokladpraliner eller kakor i vackra boxar t.ex. Det uppskattas garanterat. Eller varför inte – om du vill få ett par humorpoäng – skicka en värktablett i jätteformat till en kund som beklagat sig över spänningshuvudvärk.

## 20. Telefonsamtal

Varför inte passa på att använda lite humor när du ringer dina affärssamtal. Skämta lite med personen i växeln innan du frågar efter den du söker. Var en motpol till det vanliga torra snacket. Sådana småsaker gör affärslivet mycket trevligare.

## 21. Telefonsvararmeddelanden

Att lämna en telefonsvararmeddelande som lämnar ett intryck efter sig kan vara skillnaden mellan att bli uppringd eller inte. Om en person har varit frånvarande en dag och har 20 meddelanden när han eller hon återvänder, då gäller det att sticka ut i den mängden. Det gör du garanterat om du använt humor i ditt meddelande.



Ha kul och låt dessa idéer sporra dina egna! Och utforska effekterna av de olika medier som bär fram humorn. Vad är till exempel roligast, att läsa en historia på anslagstavlan eller att få ett e-postbrev med samma historia?

## ► 17) BONUS: HUMORISTISK SNABBKUR FÖR DIG SOM HAR ONT OM TID

Har du för tillfället ont om tid för några omvälvande humoristiska förändringar i organisationen kommer här ett snabbt trick. Om man vill arbeta aktivt och medvetet med humor så är korrespondens (brev, e-post etc) och roliga anslag det enklaste sättet. Det krävdes egentligen ingen ansträngning för att fixa ett par lustiga anslag och ber och det visar hur enkelt det är att tillföra lite glädje och humor på en arbetsplats. Sätt exempelvis upp något kul vid kopianern.



Sedan ska vi komma ihåg att människor är olika och om du upplever svårigheter med att skämta verbalt med arbetskamraterna, eller om du vill göra något utöver det, så är det inte mer än ovanstående som krävs.

## ► AVSLUTNING

Nu har du läst den här rapporten. Förhoppningsvis har du fått bra idéer hur du kan förändra din verksamhet och sättet du gör affärer på. För har du väl insett det fina i humorns kråksång blir mycket i din tillvaro lättare. Du uppmärksammar oftare humoristiska inslag på tv, radio, internet etc. Du utvecklar din egen humor samtidigt som du har roligt på kuppen. Och du har hittat ett verktyg som både berikar din tillvaro och fungerar som vapen i affärlivet.



*Humorisera näringslivet och gör fler affärer.  
Dessutom kommer du ha mycket roligare!*

Men det är du som känner till ditt företag och om du väljer att inte ändra någonting, hoppas vi i alla fall att rapporten var underhållande att läsa. För dig som tycker att mer humor i näringslivet låter som ett lysande koncept – agera redan i dag. Sätt igång att göra affärlivet – och världen – lite roligare. Se även till att sprida tankarna till alla runtomkring dig. Låt oss tillsammans fylla näringslivet med glädjespridare!