





GITTE ANDERSEN, SIGNAL powered by ISS. Gitte er som stifter af SIGNAL grundlægger af SIGNALs tænkning om, hvordan de fysiske rammer kan fremme den måde, mennesker samarbejder, kommunikerer og innoverer på – og at bruge rum som et redskab til bedre performance og øget outcome! At skabe sammenhæng mellem workplace design & service experience. Gitte Andersen er forfatter til flere bøger om sammenhængen mellem rum & performance (*Rum i arbejde*, udgivet på Akademisk Forlag, og *Kloge Kvadratmeter*, udgivet på forlaget Praxis).

Fremtidens bygninger

Scenografi for oplevelser mellem mennesker!

Det kunne lyde som titlen på en B-film, når trendforskere taler om, at “The war of talent” nu er gået ind. Det er det dog langt fra, det er blot et af de mange management-udtryk, der bruges til at italesætte den skinbarlige workplace-virkelighed, vi er midt i. De unge medarbejdere, der søger ind på jobmarkedet i dag, har andre forventninger og krav end dem, jeg havde, da jeg søgte mit første job. Jeg spurgte til løn og jobindhold. I dag kan de fysiske rammer og det rigtige arbejdsmiljø i sig selv være årsagen til valg af arbejdssted – hvordan understøttes det agile arbejde, er der frihed til at vælge imellem mangfoldige faciliteter? Og måske det aller vigtigste: Hvad er det for oplevelser, der tilbydes og serviceres, er der en stærk kultur, og er etik og værdier på dagsordenen?

Tages der hånd om sundhed og work-life balance, og kan jeg sammensætte mit arbejdsliv lige efter mine egne behov, dér hvor jeg er i mit liv? Virksomheder kæmper om at være særlige på alle parametre. Fælles for dem, der er i front, er dog et nyt fokus på de oplevelser, som arbejdsstedet tilbyder, og hvordan de curateres eller serviceres i dagligdagen – først når denne strategi er på plads, tales der om workplace design og hvordan det – eksempelvis sammen med teknologi – skal understøtte den overordnede oplevelsesstrategi.

Digitaliseringen giver mulighed for, at FM kan spille en central rolle i dette ændrede fokus, både i den præliminære indsamling af adfærdsdata om fremtidens medarbejdere og deres behov, såvel som data på måling af succes. For sammen med dette ændrede fokus stiger behovet også for at dokumentere, at man opnår det, man gerne vil – at vi lykkes med en øget produktivitet, tiltrækning og fastholdelse af medarbejdere og et sundere arbejdsliv i balance. Det kræver data – pre & post målinger. At succes er noget, der kan dokumenteres, set i sammenhæng med ledelsens overordnede strategier.

Det vil give FM mulighed for at trække sig fri af det ensidige omkostningsfokus og i stedet være dem, der netop evner at koble topledelsens strategier og værdier med mennesker og oplevelser og som har on-time data på, hvor værdien skabes.

Lad mig starte med lidt data, som måske forklarer, hvorfor en ændring af FM's fokus er under rivende forandring netop nu:

Data på medarbejdernes fokus:

- For 70% af de unge millennials er workplace vigtigere end løn (Accenture, 2016)!
- Millennials er en generation af 'gig'-arbejdere – de vil formodentlig have 18-20 jobs igennem deres arbejdsliv. Succeskriteriet er ikke fast tilknytning til en enkelt arbejdsgiver, men derimod at arbejdslivet bliver en serie af 'gigs', man som frie fugle flyver rundt imellem ift. jobindhold, hvor man kan gøre en forskel, og hvor arbejdet giver mening! Millennials ønsker at være deres egen chef – de er freelancers/frie agenter, der arbejder fleksibelt og i perioder på deltid, afhængigt af andre interesser i deres liv – og de vil være entreprenører.
- Freelancers vil udgøre op til 40% af US workforce i 2020 (Intuit, 2010).
- 47% af arbejdsstyrken siger, at nu er et godt tidspunkt til at finde et kvalitetsjob, og mere end halvdelen (51%) leder allerede efter nye jobs. I den samme survey siger 53%, at work-life balance er meget vigtigt ift. valg af job, og samme andel siger, at de ville skifte job, hvis et nyt job ville tilbyde bedre flextid (Gallup, 2017).
- 88% of millennials søger arbejdspladser, der understøtter netværk og oplevelser, der engagerer dem (Landrum, 2018).
- Sygefravær grundet stress er stadig en kurve, der stiger, og som koster samfundet milliarder!

Data på brugen af rum og m²:

- 10-20% af kontorarealerne i større byer står tomme (Lokalebasen, 2018)
- Arbejdsstationer på de enkelte kontorer står typisk tomme ca. 60% af tiden (SIGNAL BENCHMARK, 2000-2018¹)
- SIGNAL BENCHMARK viser, at jo mere en organisation samarbejder, des mindre plads bruger den – og jo mere vi deler vores m², des mere kan vi få plads til på mindre areal – more for less!
- Andre data viser samtidig, at medarbejderne er mere effektive, mere innovative og mere tilfredse med deres arbejde, når de samarbejder (Deloitte, 2013)

Data på topledelsens fokus

SIGNAL BENCHMARK viser, at C-levels er optaget af pres på omkostninger sammen med medarbejdertiltrækning og -fastholdelse. Det udtrykker sig ofte i følgende fokus:

- Krav til optimering af m² og bedre brug af de fysiske rammer.
- Krav til øget produktivitet, effektivitet og performance – men med et øget fokus på outcome fremfor output (75% af top management siger, at der er behov for at forsimpler arbejdsprocesser – at globalisering og digitalisering har skabt overvældede medarbejdere – der er brug for nyt fokus på kerneopgaven)
- Medarbejdertilfredshed – 50% af top managements siger, at den største udfordring lige nu i relation til medarbejdere er; at skabe et meningsfuldt arbejde og at sikre det rette job fit for derigennem at sikre en længere fastholdelse i jobbet.
- Nyt fokus på innovation – 94% af top management siger, at det er essentielt for dem at udvikle og skabe fremtidens organisation (Deloitte, 2017), men kun 56% siger, at de har en plan for det (Deloitte, 2016).

Scenen er sat for et paradigmeskifte i FM

Ovenstående data tegner et billede af et FM i forandring, hvis de fysiske rammer skal leve op til de mange krav og ønsker fra alle stakeholders! De dage, hvor en bygnings

¹ SIGNAL BENCHMARK: Indsamling af kvantitative og kvalitative data fra alle SIGNALS projekter i den private og offentlige sektor gennem de seneste 18 år om sammenhængen mellem rum og adfærd (SIGNAL BENCHMARK 2000-2018)

primære opgave var at skærme for regn og blæst, sikre et godt fysisk indeklima, så træk og dårlig luft var elimineret, og at der var rent og med ergonomisk korrekt inventar, er i dag grundlæggende forudsætninger – det er blevet selvfølgeligheder. Ikke sådan at forstå, at dette ”bare” lige er noget, det er let at lykkes med, for det kræver stadig fokus og de rette kompetencer – men det betragtes hos C-level som en forudsætning for ’den nye snak’ om, hvad bygninger er til for!

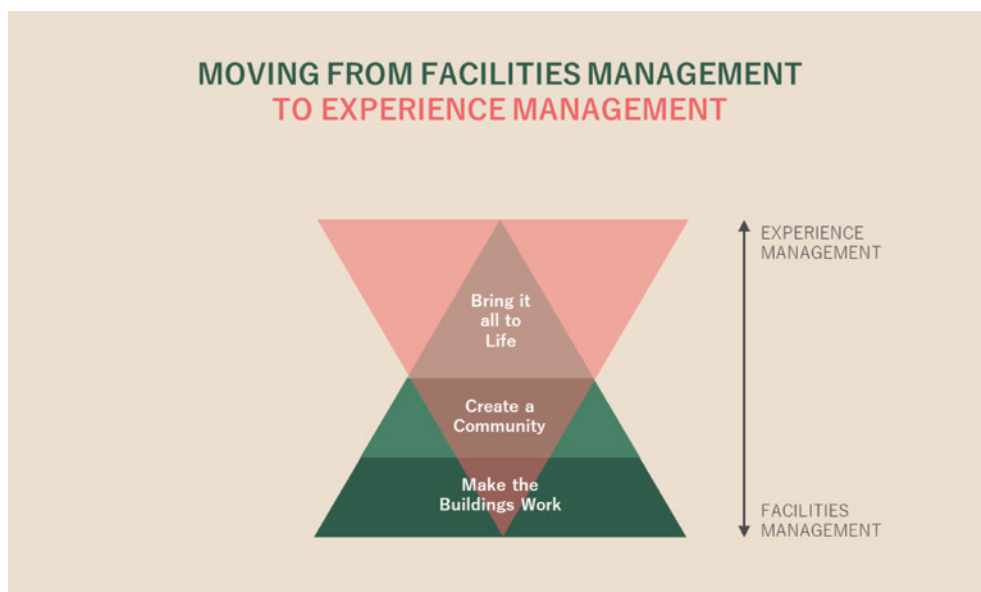
Fokus er flyttet op i fødekæden. Store globale organisationer kæmper indbyrdes om at tiltrække de dygtigste medarbejdere, og i dag ses bygninger som et redskab til at sikre bedre performance. Der investeres i bygninger og workplace design for at sikre, at medarbejdere kan levere på produktivitet og effektivitet. Fastholdelse af medarbejdere er blevet et strategisk outcome, der optræder ligeværdigt med at nedbringe driftsomkostninger, carbon footprint, øget produktivitet og ikke mindst – som et nyt skud på stammen – at udvikle en innovativ praksis til sikring af virksomhedens fortsatte eksistens!

De bygninger og arbejdsrum, der indtil dato er blevet tilbudt disse medarbejdere, har konkurreret om alt fra lækkert design og inventar, kost og sundhed og aflastning på dagligdags gøremål (renseri, indkøb, catering osv.). Her er alle de store organisationer verdensmestre, og der tilbydes stort set det samme på hylderne alle steder.

Dér, hvor bygninger og arbejdsrum i dag skal gøre en afgørende forskel, er som scenografi og ramme for oplevelser. Ikke som en kæmpe forlystelsespark – men med oplevelser, der danner rammen om opbygning af autentiske fællesskaber med fokus på åbenhed og nærhed – en følelse af at høre til, hvor vi fejrer den almindelige dagligdag, dog krydret med oplevelser, der rækker udover den enkelte arbejdsplads og de arbejdsopgaver, der her finder sted. De nye fællesskaber er netværksfællesskaber, der rækker udover den enkelte organisation til lokalsamfundet og til uddannelsesinstitutioner og andre erhvervsorganisationer i nærområdet. Man kan sige, at fremtidens bygninger skal kunne indgå i et økosystem af netværk og deraf relaterede oplevelser, hvor den enkelte bygning skal kunne hoste og kuratere en lang række oplevelser over døgnet – ikke kun begrænset til den almindelige ’kontoråbningstid’, hvad den så end er i fremtiden (allerede nu ser vi globale organisationer, hvor kontorarbejdet er sat på tre-holds skift. Det er typisk organisationer, hvor man handler og interagerer med markeder globalt med store tidsforskelle).

Nu indgår bygninger og deres omgivelser som en ressource, som lokalsamfundet også kan trække på, og hvor man netop mødes og interagerer med lokalsamfundet ifm. en lang række aktiviteter som musikarrangementer, madmarkeder med lokale produkter og opskrifter, morgenyoga, løbeklubber, fællesspisning, forelæsninger osv. Man rækker ud til lokalsamfundet og tager del i deres oplevelser, og man inviterer lokalsamfundet til at deltage i dele af organisationens events og venues.

Fokus er med andre ord flyttet fra Facility Management til Experience Management – eller om du vil – til People Management.



Afledt heraf ser vi også, at dialogen med C-level i de største organisationer er flyttet fra en snak om output til outcome. Sagt med andre ord, så er det vigtige, at alle de tiltag, der tages ift. workplace design, facility service, experience service og alt, hvad der tilbydes medarbejderne på arbejdspladsen nu, fremmer organisationens overordnede outcome. Da disse outcomes ofte, som tidligere nævnt, har karakter af nogle meget store dagsordener – som eksempelvis øget fastholdelse af medarbejdere og at nedbringe omkostninger og carbon footprint, bliver det også tilsvarende vigtigt at kunne dokumentere, at de tiltag, man tilbyder, så også flytter på de store dagsordener.

Det stiller krav til en række nye væsentlige datadokumentationer, som FM skal begynde at interessere sig alvorligt for.

Forskellen på leading & lagging data!

Udover at data er kilden til at kunne dokumentere, at man skaber værdi, så er de også en bevægelse fra indsamling af lagging data til leading data!

Mange FM-data har historisk haft karakter af lagging data; data på bruttoarealer og m²-forbrug, men i eksisterende bygninger, hvilket betyder, at man måske allerede sidder med for mange og for dårligt udnyttede m². Indsamling af driftsomkostninger i bygninger, man allerede har en lang lejekontrakt på, og som det derfor kan være svært at optimere driften på.

Når jeg taler om leading data, så tænker jeg på on-time data, der giver os up front viden om sammenhængen mellem rum og performance. Det kunne eksempelvis være:

- At kunne måle og dokumentere, at der flyttes på outcome – med før- og eftermålinger, så man begynder at samle data og evidens på den værdiskabelse, man genererer hos kunderne. Det kræver andre målinger og dataindsamlinger end de traditionelle meget faktuelle data som bruttoarealer, antal medarbejdere, antal kuverter i kantinen, antal personer, der går gennem adgangskontrollen, vedligeholdelsesomkostninger m.m.

Nu skal der måles på medarbejdertilfredshed – for det nytter ikke kun at måle på medarbejderfastholdelse – når først en medarbejder har besluttet sig for at rejse, er beslutningen ofte ikke til at omgøre, og så er det for sent. Vi bliver med andre ord nødt til at kunne se tegn på enten tilfredshed eller utilfredshed på et tidligt stadie, så man hurtigt kan reagere på det og ændre en tendens til det bedre – evt. ved at tilpasse sine experiences og servicetilbud.

Det er ofte en række relationsbaserede målinger, soft data, hvor en lang række spørgsmål tilsammen kan give et billede af eksempelvis medarbejdertilfredshed. Det samme gør sig gældende med outcome som eksempelvis øget produktivitet og effektivitet. Det kan eksempelvis måles på reaktionstider i organisationen, på omfanget af interne møder og tiden man bruger på dem, antallet af interne mails man skal bruge tid på at

læse hver dag, skypemøder fremfor mange rejser til fysiske møder osv. osv. – og ikke mindst at kunne benchmarke disse data med andre organisationer.

Med andre ord: De enkelte FM-afdelinger skal til at udarbejde en ny praksis for data-dokumentation og evidens på outcome-baserede succeskriterier.

Nye kompetencer omkring bordet til at levere på strategisk FM experience management

For at kunne skabe sammenhæng mellem kundernes krav til fremtidigt outcome og experience services og workplace design, der skal fremme og supportere dette, kræves et nyt fokus på en tværfaglig FM-organisation, der skaber sammenhæng i hele experience-fødekæden.

I takt med at medarbejdere og experiences på arbejdspladsen er blevet nøglen til virksomhedernes succes, er der kommet et øget behov for samarbejde mellem HR og FM/CRE-funktioner for til fulde at kunne forstå medarbejdernes behov.

Afdelinger som HR, IT og CRE/FM opererer ofte selvstændigt og træffer samtidig beslutninger, hvor de påvirker hinanden. IT vælger for eksempel at investere i højteknologisk udstyr til arbejdspladsen, og HR implementerer mobile arbejds politikker, der begrænser virkningen af IT-afdelingens nyindkøbte udstyr. På samme tid kan CRE/FM-funktioner forlænge lejekontrakten for bygningen, selvom de skal til at flytte i nye lokaler.

Måske kan en Chief of Work Officer hjælpe med at fjerne eksisterende grænser mellem afdelingerne og øge gennemsigtigheden på tværs? Virksomheder som Airbnb, Ericsson og Decker Brands har skabt nye roller og stillinger på arbejdspladsen – fx en Chief Workplace Officer eller en Chief Employee Experience Officer.

Facility Managers, der stræber efter og ønsker at forstå nye roller i fremtidens FM-organisation, bør fokusere på:

- En forståelse af FM's ændrede mandat, mission og rolle.
- En nytænkning af FM-strukturen samt at sikre, at der er nok specialister i FM-teamet.

- En opgradering, der indbefatter databaserede teknologier, som muliggør en bedre forståelse af medarbejder og workplace experiences – med fokus på data!
- En nytænkning af FM's kapacitetsudvikling.

Arbejdspladsen ses ikke længere som epicentret i en organisation. Men den fysiske arbejdsplads er fortsat essentiel for at skabe og understøtte organisationens kultur. En kultur, der understøtter organisationens overordnede strategi og øger performance.

For at gøre det effektivt skal de fysiske rammer – kombineret med personcentreret og kurateret service – give en holistisk experience på arbejdspladsen, hvor slutbrugerne kan være både produktive og trives. Hvis det skal blive en succes, vil organisationer i højere grad have brug for en dedikeret ressource til at orchestrere disse værdiskabende aktiviteter. Det kan realiseres gennem nye roller i FM-organisationen.

I samarbejde med IT, CRE og HR er Facility Managers i den unikke position, at de kan fungere som facilitatorer. Facility Managers kan skabe marginale forøgelse i performance for hver medarbejder ved at facilitere et arbejdspladsmiljø, der får mennesker, workplace og processer til at hænge sammen og gå hånd i hånd. Det giver bedre forretningsmæssige outcomes og sikrer en stærk konkurrencefordel.

De Facility Managers, der sammen med HR, IT og CRE-funktioner både kan afbalancere og levere på disse krav, vil være nøglen til at skabe innovative og højt performerende organisationer med fremragende medarbejder- og kunde-experiences!

Vigtigt er det, at FM kan tilbyde rådgivning, der matcher den strategiske dialog på C-level og ikke kun i organisationens driftsafdeling. Det kræver også, at FM-udbydere har kompetencer, der kan levere på etablering af experience-strategier – og ikke mindst levere på, hvordan disse skal kurteres. Det er kompetencer, der rækker langt udover, at bygningen er ren, at maden er god, og at der i øvrigt hverken er for koldt eller for varmt. Vi taler om nye titler som eksempelvis Strategic Experience Designer eller Event Manager, der evner at skabe netværk og række ud til lokalsamfundet og andre lokale stakeholders.

Men det er ikke kun i den strategiske FM-organisation, vi kommer til at se nye titler. Også de medarbejdere, der i dagligdagen skal levere på de nye kuraterede services, kommer til at se anderledes ud og have nye titler:

- Ud med serviceuniformer og kitler og ind med en cool og trendy dresscode.
- Ud med traditionelle receptionister og ind med Hello Hosts, der leverer service med et stort JA i panden og proaktivt opsøger medarbejderen i øjenhøjde!
- Ud med adgangskort til fitnesscenteret og ind med Personal Fitness Coaches.
- Ud med den usynlige møderumsservicemedarbejder og ind med Meeting Hosts, der udover at kunne klargøre til et møde (room fit to purpose, tools fit to purpose, technology fit to purpose) også kan facilitere et møde, en brainstorm eller hackathon-proces.
- Ud med lange køer i kantinen og ind med en række food stands, hvor man uden kø går direkte hen og bestiller hos kokken, mens han laver lige netop din tallerken, som du i øvrigt betaler over din mobil, så du ikke skal over i en ny kø ved kassen.

Det kræver formodentlig multi-skilled personer, der leverer på mange forskellige experiences over dagen, eksempelvis en DJ-tjans, en yoga workshop, en cykeltræning, barista i kaffebaren, en tech-nørd i Tech Baren osv.

Tiden er kommet til, at FM skal arbejde meget mere tværfagligt end hidtil og samle hele fødekæden fra strategiske outcomes til løsninger – hvor experience service afspejler arbejdspladsen/campus og workplace design integreret i et samlet økosystem, der kun har dét højere formål at fremme organisationens strategiske outcomes!

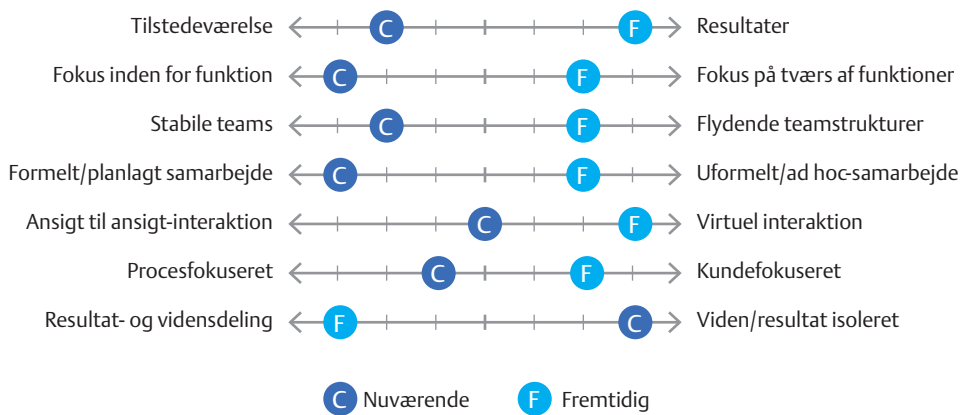
Fremtidens FM-organisation skal have karakter af ”strategiske rådgivnings excellence centers”, der favner data og benchmark, kobler C-levels krav til strategiske outcomes med alle andre FM-tiltag fra experience til service, design og drift & vedligehold – alt sammen koblet sammen med HR, Kommunikation & teknologi! Og så skal dette excellence center kunne dokumentere, at det skaber værdi over for C-level.

Fremtidens FM handler altså om at forstå kunden på nye måder. Hvad er det for en medarbejder/kundeoplevelse, de ønsker at fremme? Hvad er det for strategiske outcomes, kunderne fokuserer på? Hvad er det for en rejse, kunden er på ift. change management, og ift. den måde de ønsker at udfordre medarbejdere til at arbejde på nye måder? Hvordan kan data og teknologi spille en aktiv rolle som forudsætning for at få rummet som ”enabler” til at fremme performance – både ift. data på adfærd og performance, viden om bygningers brug såvel som en aktiv ”enabler” til at drive de

mange experiences over dagen med individuelle til- og fravalg (udvikling af campus apps, campus social media mm.)

Alt dette er noget, de store globale organisationer allerede forventer, at en fremsynet FM-udbyder kan levere på!

Visioner for fremtidige arbejdsformer



Eksempel på den forandringsrejse, en stor global organisation fra banking-sektoren er på – med et deraf afledt nyt fokus på experience, service og workplace design.

Masterplan for generelle experience-retningslinjer

Målet med kundens masterplan er at skabe en række oplevelser og valg, der inspirerer, overrasker og skaber glæde. Disse retningslinjer bør konstant anvendes som referencepunkt, da de har indflydelse på alle aspekter af projektet.

Porøsitet	Mixed-use	Partnerskaber	Åbne miljøer	Autenticitet
<p>Fra uigennemtrængelig til gennemtrængelig</p> <p>Identificer mulighederne i krydsfeltet mellem offentlige og private rum for at skabe et campus-område, der falder i ét med lokalsamfundet og lokalområderne</p>	<p>Fra tilstrækkelig til bæredygtig</p> <p>Understøt et mix af butikker, caféer og serviceforretninger i stueplan for at tiltrække besøgende og skabe liv</p>	<p>Fra inde til ude</p> <p>Overvej at indgå partnerskaber med lokale forretninger og fællesskaber for at skabe de mest attraktive bekvemmeligheder, den bedste service og helt unikke oplevelser</p>	<p>Fra "corporate" til kreativ</p> <p>Skab flere åbne miljøer, der understøtter en fleksibel brug, og som muliggør den rette sammensætning af aktiviteter og rumlig diversitet for at forøge arbejdsstyrken gennem valg</p>	<p>Fra kunstigt til autentisk</p> <p>Skab oplevelser, der ikke føles upersonlige og "corporate". Arkitektur, der både er varm, genkendelig, pragmatisk, mindeværdig og skabt i kontekst med stedets DNA</p>
PLANLÆGNING	PROGRAMMERING	DRIFT	ARBEJDSPLADS	OPLEVELSE

Eksempel på det fokus, en stor global organisation fra banking-sektoren har for sit nye campus – læg mærke til, at experience har sit helt eget fokusområde. Vi er allerede i gang med experience management!

At kunne kigge i krystalkuglen bliver en vigtig kompetence

Viden om brugerne og fremtidige megatrends, at kunne spotte trends og tendenser som nogen af de første på markedet, at bruge tid og ressourcer på at samle viden om, hvad der kendetegner "Great place to work" i de enkelte generationer, der er på arbejdsmarkedet nu såvel som dem, der kommer på arbejdsmarkedet i morgen, er allerede et vigtigt fokus i de globale organisationer, der alle kæmper om de samme dygtige medarbejdere.

Vi har tidligere i dette kapitel talt om leading data. Men hvem er det, der kan generere disse data? Også her skal der kigges efter andre kompetencer end den traditionelle FM-profil. Det handler i langt højere grad om at have kultursociologiske og antropologiske kompetencer, der kan afdække adfærdsmæssige tendenser i forskellige kulturer, industrier, generationer, m.m. Det handler også om at have analytiske og teknologiske kompetencer om bord, der kan udvikle nye survey designs, som afdækker disse data, og ikke mindst udlede megatrends fra disse data – samt hvor data dokumenterer den reelle værdiskabelse, man leverer til kunden. Det handler også om at kunne tilbyde arkitekt- og designrådgivning, så det sikres, at programmering af rum såvel som design af rum netop spiller sammen med den øvrige værdikæde fra strategiske outcomes til løsninger.

Trends & tendenser for fremtidens arbejde

På SIGNAL har vi gennem 18 år gennemført mange bruger-surveys og har derfor viden om de trends og tendenser, der rører sig på det aktuelle arbejdsmarked – både blandt dem, der er på arbejdsmarkedet nu, såvel som dem, der kommer på arbejdsmarkedet lige om lidt. Aktuelt kan vi se, at der tegner sig følgende tendenser:

- **Søgen efter mening** – from task to mission: Hvordan bidrager jeg til samfundet, hvor gør jeg en forskel, hvor skaber jeg værdi? Fokus er flyttet fra udelukkende at være på titler, løn og benefits.
- **Kulturel signifikans** – medarbejdere kigger efter organisationer med stærke kulturelle fællesskaber, de kan identificere sig med – a sense of belonging!
- **Medarbejdere forventer fleksibilitet på deres egne betingelser** – som også kan ændre sig alt efter, hvor de er i livet (orlov til jordomrejsen, netop stiftet familie og ønske om deltid, eller dyrke interesser og sport – måske på eliteniveau?)
- **Medarbejdere leder efter organisationer, som fremmer og understøtter kreativitet og innovation** – at gå fra kontrol af medarbejdere til facilitering af innovation og crazy ideas. Arbejdspladsen skal kunne supportere individuelle behov over dagen med helt personlige præferencer.

Vi kan derudover se, at der tegner sig fire større generelle megatrends:

Den aldersløse arbejdsplads – Et "aldersløst" arbejdsmiljø, der gør det muligt for folk at arbejde "for evigt" – ikke fordi de skal, men fordi de vil. Alder er irrelevant, medar-

bejdere ser ikke længere alder som en faktor for arbejdsevnen. Vi taler 60+preneurs. Folk over 50 er bedre 'entrepreneurs'; her holder 70% af start-ups i fem år, mens tallet kun er 28% for yngre selvstændige (Bridge, 2015). Vi vil se et nyt fokus på:

- Aldersløse kantiner – Kantiner vil blive til steder med ernæring med fokus på mad, der er rig på vitaminer og mineraler
- Mental træning – Arbejdsgivere skal hjælpe ældre ansatte med at afværge demens vha. regelmæssige aktiviteter, der træner hjernen og holder dem skarpe
- Kluge netværk – Arbejdsgiver udnytter ældre medarbejders lange erfaring og store viden ved at bruge dem som deltidskonsulenter, der kan formidle viden og erfaring til hele arbejdsstyrken
- Wellness – Kurser og programmer vil gøre det muligt for alle aldre at forebygge de udfordringer og den stress, der følger med et travlt arbejdsliv

Den mindfulde arbejdsplads – En mindful, rolig og opmærksom arbejdsplads, der nærer sundhed og sindets ydeevne. Der gøres op med digitalt overload. Medarbejdere føler sig mere og mere overvældede af behovet for altid at være online og tilgængelige. Der er nu fokus på mentalt helbred, hvor man ikke kun ser på det fysiske helbred, men også på det mentale helbred. Den mindfulde ansatte ønsker fleksibilitet for at imødekomme et afbalanceret liv mellem job og fritid.

- Afbryd forbindelsen – Mindfulde ansatte begynder at vende sig væk fra den travle, altid-online og digitale livsstil
- Regelmæssige pauser – Det er vigtigt at tage regelmæssige pauser, hvor man søger nye steder hen for at øge produktiviteten – nye rum og rammer og naturen ind på arbejdspladsen.
- Dagdrømmeri – Organisationer vil i fremtiden opfordre ansatte til at bruge pauser til at 'dagdrømme' for at fremme problemløsning og produktivitet – at kunne være i en tankeproces gennem et langt stræk af tid for at finde de rigtige idéer frem.

Den intuitive arbejdsplads – En arbejdsplads, der holder styr på de ansattes arbejdsmiljø, humør, ønsker og behov for at skabe et altomfattende, intelligent og intuitivt arbejdsmiljø. Dataindsamling vil stige – også grundet stigning i den personlige teknologi. Vi vil generere mere information om, hvordan vi arbejder. Omnichannel marketing eller data-drevne, skræddersyede løsninger, der giver den enkelte medarbejder en personlig oplevelse tilpasset netop vedkommendes specifikke behov, vil se dagens lys.

Close-proximity services, hvor vores vaner kan spores og måles, og lokationsbaseret teknologi, der bygger bro mellem digitale og fysiske interaktioner.

- Produktive adfærdsmønstre – Ansatte vil i højere grad bruge deres mobile enheder til at overvåge deres vaner, så arbejdsgivere nemmere kan forstå produktive og adfærdsmæssige mønstre og levere på den enkelte medarbejders behov.
- Orkestrerede arbejdsmiljøer – Arbejdspladser vil analysere oplysninger om ansattes interaktion og bruge dem til at skabe nye 'collision' points, der skal fremme nye idéer, innovation og kreativitet.
- Big data-kontorer – Organisationer vil udvikle big data-planer vha. analyser og computere til at identificere skjulte mønstre, der sætter dem i stand til at skabe endnu bedre sammenhæng mellem rum og adfærd – at forbinde mennesker med rum og teknologi.
- Kognitive bygninger – Ejendomme vil blive 'smarte' i betydningen intelligente, hvor de vil være i stand til at fortælle en hel masse om, hvad de oplever. Data til dette bliver skaffet vha. de omsiggribende 'Internet of Things'-løsninger. Mest intuitivt vil det kunne bruges til at finjustere en række services på arbejdspladsen – indstillet netop til dig! Men det vil også kunne oplyse medarbejderen om, hvor der er aktiviteter her og nu, som det kunne være spændende at deltage i – eller undgå, hvor sidder dine nærmeste kolleger i dag, og endelig vil det også give mulighed for en bedre m²-udnyttelse, da det bliver synligt, hvilke m² der IKKE bruges over dagen.

De mange nye teknologier vil forandre den måde, vi arbejder på. Flere og flere mennesker udfører deres arbejde virtuelt og mobilt og på alle mulige steder og tidspunkter over dagen end udelukkende mellem 8-16. Gallup har eksempelvis målt, at fra 2012-2016 er andelen af mennesker, der arbejder "remotely", steget fra 39 til 43% (Gallup, 2016) – og de medarbejdere, der gør dette, bruger også mere tid på det end tidligere – hvilket kræver et øget fokus på den agile arbejdsplads.

Den samarbejdende arbejdsplads – vi ser et nyt fokus på etablering af en arbejdsplads, der er samarbejdsvillig, selskabelig og samlet i den måde, den fungerer på. Øget samvær – den moderne ansatte vil deltage aktivt i mindst fem forskellige ad hoc-teams på samme tid; "kvindens tid" kunne man kalde det. I en stadig mere social, gennemsigtig og indbyrdes afhængig verden er de karaktertræk, der traditionelt anses for at være maskuline, ikke længere effektive – vi vil se et nyt fokus på:

- Ansatte, der ønsker et samarbejdsorienteret arbejdsmiljø, der booster kreativitet. De foretrækker hot-desking fremfor de traditionelle, fastlåste strukturer.
- De ansatte ønsker et åbent, transparent miljø, hvor de gensidigt og trygt kan dele oplysninger.
- Sociale medier – samarbejdsvillige ansatte er bevidste om deres online omdømme og samtidig åbne for at bruge udstyr til at spore vaner på arbejdspladsen for at måle deres præstationer.

Data til at skabe sammenhæng mellem Corporate, People og Facility Performance

Der skal tænkes i nye målemetoder: Hvordan kvalificerer og dokumenterer vi værdi og succes? Hvordan måler vi eksempelvis på de fire trends, jeg tidligere i dette kapitel har listet op? Der skal samles data på, hvad brugerne mener om de workplace & service experiences, de bliver tilbudt. Fremmer de deres effektivitet og generelle tilfredshed med det aktuelle arbejdssted? Adfærdsdata bliver det nye guld! Og on-time data bliver det, der sætter os i stand til at handle i nuet på de data, vi får, så vi kan sikre, at der successivt leveres på C-levels krav til fremtidige strategiske outcomes – det, der sikrer, at virksomheden bliver ved med at være på stjernehimmelen.

Teknologi forandrer – også FM

Teknologiudvikling, digitalisering og automatisering vil påvirke alle forretningsområder og arbejdsmarkedet. De giver mulighed for nye og mere effektive måder at samarbejde på, de driver mere fleksible måder at arbejde på, og de bidrager til en mere effektiv måde at indsamle data på og omdanne dem til handlingsrettede indsigter, der driver brugernes performance.

Organisationer bruger teknologi til at:

1. Forbedre organisatoriske strukturer ved at:
 - a. Forbedre traditionelle forretningsmodeller og skabe nye
 - b. Forbedre indbyrdes kompatibilitet imellem netværk
 - c. Effektivisere organisationens strukturer og processer

2. Forøge produktuddannelsens relevans ved at:
 - a. Øge performance for produkt og service
 - b. Muliggøre komplementære produkter og servicesystemer

3. Drive oplevelsen for slutbrugeren ved at:
 - a. Skabe services, der forstærker værdien hos kunderne
 - b. Forbedre tilfredsheden hos slutbrugerne med relevante og gode experiences og touch points
 - c. Drive kundernes engagement og brand value

På grund af de kumulative effekter af teknologiudvikling og forretningsdrift vil teknologien påvirke arbejdspladsen og medarbejderne. Den kommende bølge af automatisering vil blive båret af fremskridt på flere teknologiske områder – med kunstig intelligens som fællesnævner. Da kunstig intelligens konstant udvikles og bliver mere udbredt, vil højtuddannet viden blive automatiseret, og Facility Managerens opgaver vil grundlæggende blive omdannet.

Kedeligt bliver det ikke! Men FM-organisationerne skal komme ind i kampen – det er her, de store forandringer skal finde sted, hvis de vil sidde med omkring bordet i morgen! Jeg lover, det bliver sjovt!

Kilder

- Accenture (2016): Accenture Strategy 2016 U.S. College Graduate Employment Study, p. 3. Lokaliseret den 2. juli 2018 på: https://www.accenture.com/t20160512T073844Z__w_/us-en/_acnmedia/PDF-18/Accenture-Strategy-2016-Grad-Research-Gig-Experience-Unleash-Talent.pdf#zoom=50
- Bridge, Rachel (2015), The rise of the olderpreneurs, The Telegraph, 2. oktober 2015. Lokaliseret den 28. maj på:
<https://www.telegraph.co.uk/business/sme-library/managing-your-business/rise-of-the-olderpreneurs/>
- Intuit (2010): The Intuit Report – Twenty trends that will shape the next decade, p. 21. Lokaliseret den 2. juli 2018 på: https://http-download.intuit.com/http.intuit/CMO/intuit/futureofsmallbusiness/intuit_2020_report.pdf

- Gallup (2017): State of the American Workplace Report. Lokaliseret den 2. juli 2018 på: https://news.gallup.com/opinion/gallup/223304/thinking-flexibly-flexible-work-arrangements.aspx?utm_source=alert&utm_medium=email&utm_content=morelink&utm_campaign=syndication
- Landrum (2018): Millennials Are Happiest When They Feel Connected to Their Co-Workers in Forbes.com. Lokaliseret den 2. juli 2018 på: <https://www.forbes.com/sites/sarahlandrum/2018/01/19/millennials-are-happiest-when-they-feel-connected-to-their-co-workers/>
- Lokalebasen (2018): Tomgangsstatistik for danske erhvervslejemaal. Lokaliseret den 30. maj 2018 på: <https://www.lokalebasen.dk/statistik/tomgang>
- Deloitte (2013): It's (almost) all about me. Workplace 2030: Built for us. Lokaliseret den 29. maj 2018 på: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/au/Documents/human-capital/deloitte-au-hc-diversity-future-work-amp-2013.pdf>
- Deloitte (2016), Introduction—The new organization. Lokaliseret den 28. maj 2018 på: <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/human-capital-trends/2016/human-capital-trends-introduction.html>
- Deloitte (2017), The organization of the future: Arriving now. Lokaliseret den 28. maj 2018 på: <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/human-capital-trends/2017/organization-of-the-future.html>
- Gallup (2016), State of the American workplace report. Lokaliseret den 28. maj 2018 på: <http://news.gallup.com/reports/199961/7.aspx>
- SIGNAL Benchmark (2000-2018), <http://signal.issworld.com/research-analyse/>