

# HVOR SKAL BRANCHENS NYE IDEER KOMME FRA?

I juletræsbranchen er det som hos alle andre: Nye ideer, eksperimenter, risikovillighed og indimellem fejl fører til innovation, nye opfindelser og i sidste ende ny succes. Det er et vilkår, at man aldrig ved hvor den næste gode idé kommer fra. Men man har lov at gætte og sigte. Det prøver denne artikel.



≡ Martin Einfeldt, Kommunikations- og kreativitetsrådgiver

– Hvem skal være den næste til at tænke kreativt i branchen? spurgte vi Steen Sørensen om i Nåledrys 119. Han opfandt nye og afgørende metoder til at regulere og forme juletræs vækst, og hans kreativitet har været milliarder værd for den danske juletræsbranche. Bogstaveligt talt.

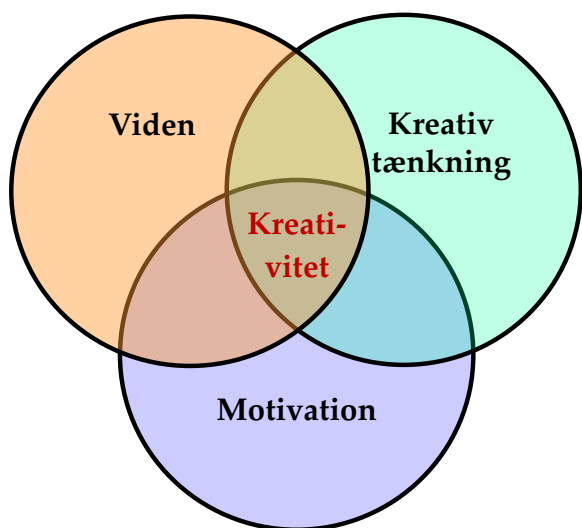
– Find ham. Det kan lade sig gøre, svarede Steen Sørensen. Han selv gik bort en måned efter interviewet.

Denne artikel handler om juletræsbranchen, og hvor den skal lede efter de næste kilder og personer, der kan sætte nye innovationer i gang.

## Kreativitet kommer ikke ud af det blå

Man ved aldrig, hvor den næste gode idé kommer fra, men den er et sted derude, og venter på at blive fanget.

Tre forudsætninger er afgørende for kreativitet, altså at fange mange og gode ideer: Viden, kreativ tænkning og motivation.



Figur 1. Den amerikanske kreativitetsforsker Teresa Amabile (1998) tre komponenter i kreativitet.

## Både at vide og ikke at vide noget er nødvendigt

Nye ideer opstår, når stumper af viden, som ikke før har hængt sammen, bliver sat sammen og skaber ny mening og nye anvendelser. F.eks. som da Steen Sørensen i 2012 fik ideen til vækstreguleringsmidlet ConShape:

– Til at begynde med læste jeg en masse for at forstå, hvad der får cellerne til at strække sig. Og så kom ideen, og den var ret enkel: Når en plante producerer mere stof, end den kan forbruge, bliver noget af den overskydende produktion omdannet til abscisinsyre (ABA). Så når man smører abscisinsyre på topskuddet, tror planten, at den er i gang med at overproducere dér og skruer så ned for cellestrækningen, forklarede han i Nåledrys 119.

Eksemplet viser det vigtige: At man har brug for to slags viden for at få nye ideer.

Dels skal man vide, hvilke problemer man trænger til at løse. Man skal vide, hvad det er, man mangler at vide for derefter at søge ny viden, som giver nye ideer. Steen Sørensen vidste f.eks., at der var brug for et nyt vækstreguleringsmiddel, fordi det hidtidige Pomoxon stod til at blive forbudt i EU. Ofte er det praktikere, som kender mest til de uløste problemer.



Claus Thomsen demonstrerer netop'eren i kombination med hans palle/pakkemaskine.



Bjarke Veierskov (Institut for Plante- og Miljøvidenskab på Københavns Universitet) og Steen Sørensen (selvstændig opfinder) på ConShape-dag 22. september 2016. Der kan være mange kreative fordele ved at forskellige faggrupper, traditioner og institutioner samarbejder.

Dels skal man have en bred og dyb basisviden på det område, hvor man søger en idé. Steen Sørensen fulgte tæt med i forskningen i plantehormoner, og mange af hans ideer stod på skuldrene af den viden. Ofte er det forskere, som har den dybe basisviden.

Når man selv – og uden hjælp fra andre – skal have nye ideer, er det nemmest inden for eget fag og egne interesser, hvor man normalt har bred og dyb viden.

Når flere hjælpes ad med at udvikle ideer sammen, bliver den fælles viden mangedoblet. Det øger chancerne for at finde stumper af viden, som kan sættes sammen på nye måder, så de uløste problemer måske kan blive løst. Det er en af flere store fordele for kreativiteten, når f.eks. praktikere og forskere og forskellige faggrupper, traditioner, institutioner, brancher og nationer arbejder sammen om at løse problemer.

1980'ernes store fremskridt i den danske juletræsbranche med f.eks. formklipping, organisering og markedsføring var inspireret af, hvad danske juletræsfolk havde set på rejser i USA.

### Kreativ tænkning kan trænes

Kreativ tænkning er, hvad der sker i hovedet, når to stumper af viden sættes sammen på en ny måde. I Anders And bliver det vist som en lyspære i en tankeboble.

Man kan træne kreativ tænkning: Se f.eks. efter overraskelser, uoverensstemmelser, noget morsomt og alt som kan bryde vanetænkning. Disse *tankeprovokationer* kan skabe nye forbindelser mellem tanker og dermed nye ideer. Langt de fleste af ideerne bliver kasseret straks eller viser sig uduelige længere henne ad vejen. Det er en del af processen frem mod at finde de få og virkelig gode ideer som kan bruges til noget.

Nogle få mennesker tænker kreativt hele tiden. De har for vane at lægge mærke til ting, som andre ikke ser og forbinde tanker på nye måder.

– Steen Sørensen var helt unik, siger seniorforsker Ulrik Braüner Nielsen, Institut for Geovidenskab og Naturressourcer på Københavns Universitet.

– Jeg kan kun komme i tanke om én anden lige så original og kreativ tænker i branchen: Skovfoged Claus Thomsen som opfandt netop'er og palle/pakkemaskine. Den revolutionerede distributionen af juletræer. Ikke mere manuel læsning og omlæsning af hvert eneste træ. Det væltede ud med ideer i Claus Thomsens hoved hele tiden, både gode og dårlige.

Alle brancher, også juletræsbranchen, kan kun drømme om, at der dukker flere kreative genier op, men man ved aldrig hvor og hvornår det sker.

Til gengæld ved man, hvordan man kan fremme den kreative tænkning på tværs af hele brancher:

Sørg for at folk møder hinanden, taler med hinanden, og især mellem mennesker som ved noget forskelligt og måske også vil noget forskelligt.

Lær. Sug ind af basisviden. Lær af andres eksempler. Lær af egne erfaringer.

Vær nysgerrig og åben for indtryk af enhver art. "Open mode" kalder man denne sindstilstand, i modsætning til "closed-mode" hvor hjernen er indstillet på at eksekvere beslutninger, som allerede er taget.

Det går alt sammen ud på at bryde vanetænkning og at søge det ukendte for at få nye ideer.





Lars Geils TopStop-tang. Opfundet for blandt andet at imødegå ønsket om en mekanisk og mere vejruafhængig metode til at regulere topskud.



JUTEKs kegleklipper sat på en portaltraktor. Portaltraktoren som redskabsbærer var også i sig selv et kæmpe fremskridt.

## Lyst, leg og frihed giver den bedste motivation

At søge nye ideer, at arbejde i det ukendte, medfører masser af blindgyder og spildt arbejde. En gylden tommel-

fingerregel siger, at der skal 10 dårlige ideer til 1 god, og 10 gode ideer til den ene ide som skaber gennembruddet.

Derfor er motivation den tredje nødvendige komponent i kreativitet. Man skal blive ved at lede efter gode ideer trods alle tilbageslag, trods ideer som skuffer, og løsninger som ikke er til at finde.

For den enkeltes motivation betyder det, at chancen for at få mange og gode ideer er størst, når man:

- ◉ selv bestemmer eller er enig i, hvad ideerne skal bruges til
- ◉ selv vælger, hvordan man vil lede efter ideerne
- ◉ søger ideer på et område, som man føler sig god til
- ◉ samarbejder med mennesker, som man har det godt med.

Alle mennesker er som regel mest motiverede, også til at være kreative, når de er frie. Meget kreative mennesker føler ofte større behov end andre for frihed og fleksibilitet i forhold til normer og vaner. Kreative mennesker kan også have det sværere end andre med at føle sig bundet af autoriteter og regler. Måske roder de også mere på deres skrivebord? Følelsen af lyst, leg og frihed kan være afgørende for, at man engagerer sig maksimalt i arbejdet.

- Steen lagde sin egen tid til i enorme mængder, fortæller Ulrik Braüner Nielsen.

Det bekræftede Steen Sørensen selv i Nåledrys 119. Han var ikke blevet rig på sine opfindelser. Ingen af de milliarder han tjente til den danske juletræsbranche endte hos ham selv, og det ærgrede ham ikke:

- Nej, det gør det ikke. Det har været nogle sjove år. Hvor mange mennesker har fået lov at lege med så meget kreativt?

## Hvor skal juletræsbranchen lede efter ideer?

Man ved aldrig, hvor den næste gode idé kommer fra. Men for juletræsbranchen er der mange steder, hvor det giver mening at lede efter gode ideer:

Tendenser i efterspørgslen, f.eks. sprøjtefri juletræer, bæredygtighed og dokumentation.

Panik eller i det mindste platforme der brænder. Det er ofte effektivt til at sætte innovation i gang, f.eks. forbuddet mod TopStar og udbruddet af *Neonectria*. Disse akutte problemer førte til at Forskningsenheden blev oprettet for at imødegå fremtidige problemer. Aktuelle problemer kan være plastjuletræer og stigende egenproduktion af nordmannsgran på vores vigtigste eksportmarkeder.

Undersøg hvad ny viden kan, f.eks. om genetik, plantefysiologi, forædling og andre træarter.

Undersøg hvad ny teknologi kan, f.eks. droner, præcisionsjordbrug og kunstig intelligens.

Tænk over hvordan udbredte irritationer kan afværges,





ASMs plantemaskine (og Egedals) overførte teknologi fra planteskoler og en revolution i forhold til plantning med spade.



Tidlig prototype på en kegleklipper fra Niels Kjær Lauersen inklusive hækkesakse og cykelhjul.

f.eks. som fuglepinde, grenrettere og andre nyttige håndredskaber har gjort det.

Fortæl historierne om fortidens succesrige opfindelser i branchen, lige fra vanding som frostbeskyttelse på udsatte lokaliteter til markedsføring af "Original Nordmann". Plus de hundrede andre succesrige ideer, der har været.

Især når det gælder maskiner og håndværktøjer har kreativiteten blomstret, og der er udviklet mange nye redskaber til f.eks. stabklipping, afskærmet sprøjtning og mere præcis udbringning af gødning. Flere er udviklet til brug på en portaltraktor, som i sig selv er udviklet med inspiration fra blandt andet vindyrkning.

Det er et kollektivt projekt. Mange mennesker skal arbejde sammen for at finde gode ideer og udvikle dem til gode opfindelser.

Så spørgsmålet i Nåledrys 119 til Steen Sørensen *Hvem skal være den næste til at tænke kreativt i branchen?* var nok misvisende. For svaret er at hele branchen er nødt til at tænke kreativt og at hjælpe hinanden med det:

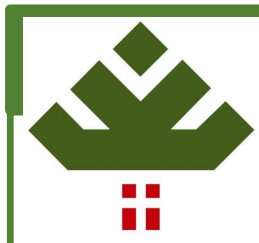
Folk skal møde hinanden og tale med hinanden om de problemer, som det ville være dejligt at finde gode løsninger på. Og folk skal dele den viden og erfaring, som der er i branchens mange vidt forskellige hoveder. Spredt rundt i al den samlede viden og erfaring ligger stumper, som kan sættes sammen til nye geniale ideer til netop de problemer, som det vil være dejligt at finde gode løsninger på.

## Referencer

- Amabile, T. M. (1998). *How to Kill Creativity. Keep doing what you're doing. Or, if you want to spark innovation, rethink how you motivate, reward, and assign work to people.* Harvard Business Review. 76(5), 76-87.
- Einfeldt, M. (2020). *Kreativitet, innovation og humor. De bedste teorier og de bedste råd.* Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Tak for ideer og eksempler til Ulrik Braüner Nielsen, seniorforsker på IGN, og Claus Jerram Christensen, sekretær for Forskningsenheden. 🇩🇰

## Forskningsenheden

- Forskningsenheden er baseret på frivillige bidrag, og vi efterlyser altid ideer hos bidragsyderne. For ikke at begrænse ansøgerfeltet, er Forskningsenheden åben for projekter bredt inden for temaer, siger enhedens sekretær Claus Jerram Christensen.
- Forskningsenhedens få midler bliver i stigende grad brugt som katalysator for større projekter.
- Der har været mange relevante praksisnære projekter. De to, der har fået størst opmærksomhed, er nok proveniensopgørelsen som kan imødekomme ønsket om langsigtet valg af rette genetik (Ulrik Braüner Nielsen, Københavns Universitet) og udvikling af glyphosatfri dyrkning, blandt andet for at imødegå et aktuelt problem med kædebutikker, som ikke ønsker sprøjtning med Roundup (Peter Hartvig, Aarhus Universitet).



## Skadenøglen er din problemløser

Skadenøglen hjælper dig af med dit skadeproblem. En komplet guide med forslag til bekæmpelse af de almindeligste skader og sygdomme på nordmannsgran og nobilis. Find den på [christmastree.dk/dyrkning](http://christmastree.dk/dyrkning)