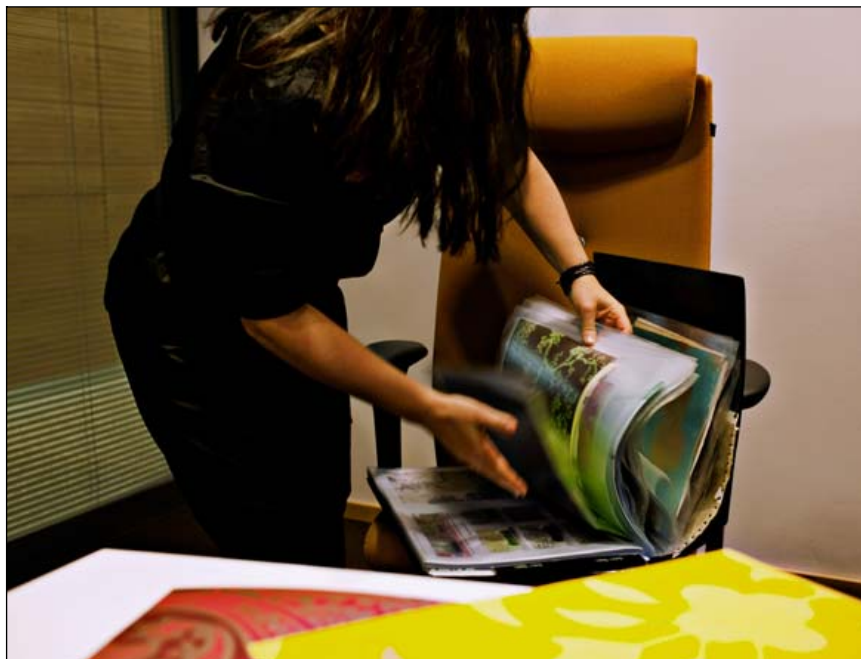


## LEDELSE



»Politikerne bliver nødt til at kigge på, hvor stor en offentlig sektor, vi har råd til, og hvad der kan gøres for at få flere ud på arbejdsmarkedet.«

Nils Smedegaard Andersen, adm. direktør, A.P. Møller - Mærsk



Indretning og farvevalg er afgørende for medarbejdernes trivsel, mener Anette Møller-Jensen.

# Feng shui er også business

**INDRETNING:** Feng shui bliver brugt af firmaer, som prøver at skabe trivsel med indretning, farver og materialer, der ifølge den østerlandske tradition skaber god energi. Det gælder bl.a. Dibs, som sælger betalingssystemer på nettet.



JETTE MEIER CARLSEN  
jette.carlsen@jp.dk

Der er store glaspartier og sterile omgivelser, og medarbejderne sidder på rad og række på en lang kedelig gang. Har du mod på opgaven at få noget ånd og sjæl og nerve ind i det miljø?

Sådan lød det fra HR-direktør Helle Jensen, da hun første gang var i telefonrøret hos Livskompagniet, hvor indehaver Anette Møller-Jensen svarede, at det lød som en spændende udfordring at give virksomheden Dibs en indretningsmæssig ansigtsløftning ved hjælp af feng shui-principperne.

I dag – nogle måneder senere – sidder de to kvinder i et mødelokale i den kontorbygning i Ørestaden ved København, hvor Dibs har til huse, og drøfter detaljer til et indretningsoplæg, der rummer afstemte farver, dristige mønstre og interiør i organiske materialer à la stole, der har form som træstammer,

og skillevægge, der ligner en række siv. Måske ender det hele med at blive suppleret af toiletter med fuglekvidder og et træ malet på væggen, for det kunne være et fristed, som folk forlader med smil på læben, forklarer Anette Møller-Jensen. Eller hvad med en lille såkaldt signaturduft, spørger hun og sender et par sprøjt fra en lille flaske ud i luften.

## Rum og balance

»Det er en ret fantastisk ny duft af "det er lige før, jeg skal åbne julegaver"-typen. Tænk at blive mødt af den en mandag morgen. Og så måske en lille melodi. 80 pct. af det, som vi oplever, når vi træder ind i et rum, foregår i vores underbevidsthed. Kun 20 pct. er konkrete oplevelser, som at væggene er hvide og lamperne gule. Det vil sige, at hvis en virksomhed skal vælge mellem Dibs og et andet firma, som har samme varer og samme priser, vælger kunden selvfølgelig ud fra sine følelser, hvilket er interessant, når en virksomhed skal overveje, hvad den får

ud af at bruge feng shui,« forklarer hun med blød stemme.

For den østerlandske indretningstradition går ud på at skabe rum med harmoni, balance og god energi, og det er bl.a., hvad Dibs er ude efter.

Ideerne er i mindre målestok foldet ud i virksomhedens norske afdeling, og nu gælder det hovedkontoret og en samlet indretningsplan, der kan løbe som en rød tråd gennem alle afdelinger af Dibs, der står med foden på dørtrinnet til den store verden.

»Dibs er vækstet utroligt hurtigt på kort tid, og indretningen bærer præg af, at forskellige receptionister har købt forskellige dimser, der stilmæssigt stritter i alle retninger. Vi er en vækstvirksomhed, der sker meget, men der er også brug for ro. Man skal føle sig *groundet*. Jeg har været i nogle af de rum, som Anette har indrettet, og kunne lide den energi, enkelhed og renhed, der var. Man blev klar i hovedet af det, og derfor ringede jeg til hende,«



Anette Møller-Jensen fra Livskompagniet (t.h.) på besøg hos HR-direktør Helle Jensen, Dibs i Ørestaden ved København, for at præsentere et indretningsoplæg efter feng shui-principperne med afstemte farver, dristige mønstre og interiør i organiske materialer. Fotos: Nanna Kreutzmann

forklarer Helle Jensen inden de tos hoveder et øjeblik efter er fordybet i store tapetbøger og en diskussion om, hvorvidt noget bliver for hippieagtigt, noget andet for tuset.

Det er en balancegang, og den bedste løsning er et godt miks, pointerer Anette Møller-Jensen og peger på et tapet med træstammer.

»Naturmaterialer er med til at *grounde*, og det er en vigtig energi, når man skal vækste. Hvad siger du til en skov på endevæggen, Helle? Og se de her tekstfelter. Det er lidt flabet, og det kan man kun, hvis det er på en bund af seriøsitet. Så signalerer det til gengæld overskud og kreativitet.«

Hun går ikke til yderpunkter ved at placere folk efter fødselsdag, som andre feng shui-tilhængere, men bruger tankesættet som en skabelon, der tilpasses situationen, der i stigende omfang er forretningsmæssig, idet virksomhederne har fået øjnene op for, at indretning kan skabe bedre trivsel.

»Mange firmaer har uden at vide det placeret deres che-

fer forkert, for de skal altid sidde bagerst i lokalet eller øverst i bygningen. Hvis dette mødelokale var et chefkontor, var der grund til at blive bekymret. Her er ingen luksus overhovedet. Et chefkontor skal afspejle, hvad man har af indtjeningsforventninger, det skal udstråle luksus og overflod. Med gode materialer og orden. Orden, orden. Fysisk rod skaber rod i hovedet og tiltrækker lige-sindede. Men man kan bare købe en dejlig stor sivbakke, hvor man lægger sit rod, så opfatter sindet det anderledes,« forklarer hun og fortsætter:

»Feng shui er ikke et *quick fix*, der automatisk giver succes i ens business. Men du kender det selv. Du har været hjemme hos nogen og mærket en fed stemning, og det er ikke, fordi de har lækre møbler. Vi kan alle sammen mærke det, men vi ved bare ikke, *hvad* det er vi mærker. Det er den gode stemning. Følelsen af gode værdier og af, at mennesker kan slappe af, være sig selv og yde deres bedste. Fordi de trives.«

