



Af Lea Nürnberg og Steen Bosebjerg

DANMARKS **STÆRKESTE** EMPLOYER BRAND

Hvert år bringer Børsen, Berlingske og Ingeniøren alskens hitlister over årets virksomhed, det stærkeste brand, bedste arbejdsplads og så videre. Med en arbejdsløshed på kun 2 % har det at tiltrække og fastholde kvalificeret arbejdskraft et stort fokus i samtlige danske virksomheder, og employer branding er blevet et begreb, der tales om på rigtig mange direktionsgange. Men hvad er et stærkt employer brand egentlig, og hvem gør det rigtig godt? På redaktionen poppede der et brand op, der aldrig har figureret i de andre media, nemlig Roskilde Festivalen.



"MAN KAN LIDT PROVOKERENDE SIGE, AT VI TILBYDER VORES FRIVILLIGE MINIMUM 25 TIMERS ARBEJDSLEJR – OG SÅ ER DER DEM, DER TAGER 'FULL MONTY' OG KUN FÅR SOVET ET PAR TIMER I DØGNET"

Kernen i Nordeuropas største musik event er de 25.000 frivillige medarbejdere, der hvert år stiller op. For uden dette enorme korps af frivillige var der næppe nogen Roskilde Festival. Men hvad får eftertragtede håndværkere, vellønnede funktionærer, IT-nørder og hele familier til at bruge op til to uger af deres hårdt optjente ferie på at arbejde – og så gøre det gratis?

Har man oplevet den energi og glæde, der er på byggepladsen Roskilde Festivalen i dagene op til 'kick off', forstår man, hvorfor dette projekt år efter år kan lade sig gøre. Godt nok er Roskilde Festivalen ikke en virksomhed i traditionel forstand, men der er alligevel mange af festivalens frivillige medhjælpere, der ofte tænker, om man da bare kunne transformere

halvdelen af den energi, der findes på Roskilde Festivalen over på deres arbejdsplads. Hvis man kunne, så ville der formentlig ske mirakler på daglig basis.

Vi har sat Esben Danielsen, der er en af de centrale personer i festivalledelsen, stævne for at nå om bag maskinen og employer brandet Roskilde Festival.

"Jeg tror, at den allervæsentligste forklaring på den særlige kultur, vi har fået skabt på Roskilde Festivalen er, at penge ikke er en motivationskilde overhovedet. Med 25.000 ulønnede opstår der en anden måde at være sammen på. Der eksisterer ikke det samme hierarki, som på en normal arbejdsplads. Skal du have nogen til at gøre noget for dig, er du nødt til at behandle dem ordentligt. Og fordi det

gøres frivilligt, så værdsættes al hjælp på en anden måde. Man kan simpelthen ikke overleve her ved at være et dumt svin".

Organisationen Roskilde Festival består af 30 fuldtidslønninger fordelt på 42 medarbejdere. Hertil kommer en kerne på 400 frivillige, der reelt er aktive hele året. Dette er motorrummet på festivalen, og det er dem, der organiserer de resterende 25.000 frivillige.

"Vi er selvfølgelig godt hjulpet af den foreningskultur, vi har i Danmark. Uden den var Roskilde Festival næppe Nordeuropas største musikfestival. Men det er også vigtigt, at vi fastholder et udviklingsfokus på festivalen og stiller krav til det serviceniveau og

udbud festivalen har. Roskilde Festivalen er jo meget andet end musik. Var det 'copy paste' hvert år, ville det heller ikke være lige så sjovt at arbejde her", forklarer Esben.

Folk, der har prøvet at arbejde på Roskilde Festivalen, opdager hurtigt hvilken velsmurt maskine, de er en del af. Det er ingen let opgave at organisere 25.000 mennesker. Og det vel at mærke frivillige, som du reelt ingen restriktioner har overfor. Eksempelvis arbejder der hvert år 250 IT-folk på at sætte festivalens infrastruktur op. Flere af disse har fået skrevet ind i deres ansættelseskontakt, at de hvert år skal have 8 til 14 dage fri til Roskilde Festival. Og vi taler her om en erhvervsgruppe, der kunne have tjent boksen, hvis de valgte at tage 50 timers overarbejde for deres arbejdsgiver, men i stedet sidder de og arbejder gratis for Roskilde Festivalen.

"Man kan lidt provokerende sige, at vi tilbyder vores frivillige minimum 25 timers arbejdslejr – og så er der dem, der tager 'full monty' og kun får sovet et par timer i døgnnet. Der er pres på i dagene op til åbningen, og der er altid uforudsete problemer. Jeg tror, at det er udfordringen, der tænder mange. Det at få adrenalin-pumpen på max, og efterfølgende vide at du var med til at slukke en ildebrand, er noget, der ryster folk sammen. Du indgår i et team, hvor alle arbejder for hinanden. Der er selvfølgelig et socialt element her, men jeg ved, at mange også får prøvet nogle sider af, som de ikke har mulighed for på deres normale arbejde".

Slutproduktet er fire dages fest. Og hvem vil ikke være med til at arrangere en af verdens fedeste fester, og som man til og med får mulighed for at deltage i? Det er en noget anden hverdag, end den de fleste oplever i deres fuldtidsjob, og det kunne dansk erhvervsliv måske godt blive inspireret af.

"Roskilde Festivalen er afgjort et frirum for mange, og dermed et afbræk fra hverdagen. Men tro ikke, at det er glade fest-tosser, vi beskæftiger. Det er mennesker, der giver deres fritid, og derfor kræver



STEEN

For 4 år siden havde Steen aldrig været på en festival. I dag styrer han sammen med sin kone og en ven et af festivalens mest populære spisesteder, Thai Lanna. Til hverdag arbejder Steen som marketingchef, og hans kone har take away stedet Thai Lanna på Strandvejen i Hellerup.

"Efter det første år på Roskilde sagde jeg 'aldrig mere.' Jeg tror aldrig, at jeg har været så smadret i mit liv. Fredag aften drak jeg en halv øl og faldt

omgående i dyb søvn. Vi havde fået tildelt et stykke græsplæne i Mediebyen, og så var opgaven at lave ordentlig mad i 4 dage, hurtigt, effektivt og på en måde, levedsmiddelmyndighederne kunne acceptere. Vi tjente ingen penge det første år, og det var klart med et 'no go' for næste år, at vi pakkede vores grej sammen om mandagen. Men de følgende uger kom folk og spurgte, om vi ville være med næste år, og at de i så fald var klar til en tur mere. Flere kom med forbedringsforslag og lige pludselig var vi, uden at vide det, i gang med at arrangere næste års Thai Lanna på Roskilde.

Vi har et team på 165 personer og kan faktisk godt bruge flere. Vi ligger i Hellerup, og det er ikke de laveste socialklasser, der præger kvarteret. Vi sætter en seddel op i Thai Lanna, og det er de mest utrolige, der skriver sig på. Vi har i teamet alt lige fra kirurger, IT folk, advokater til studerende og pensionister. Det er hvert år en fantastisk oplevelse at se den stemning og energi, der er her. Vi prøver at skabe en fest i festen. Det skal være sjovt, samtidig med at der skal knokles. Og jeg tror, at vi alle bliver grebet af stemningen. For det er fascinerende at se så mange glade mennesker. Det er jo ikke rationelt at arbejde så meget. Jeg bruger en uges ferie og en masse aftener på dette projekt – og det gør jeg vel kun, fordi jeg er blevet afhængig af det."



HANS

Hans er en af 'the grand old men,' der i 20 år har været fast tilknyttet Roskilde Festivalen. Hans har sit eget reklamegavefirma, Steps APS i Hellerup. Gennem de sidste 10 år har Hans været ansvarlig for festivalens 'back stage' område, Mediebyen, hvor bl.a. sponsorer, medier og andre "prof" festivaldeltagere kan arbejde og hygge sig i nogle lidt mere eksklusive rammer end ude i campingområdet.

"Roskilde Festivalen er mit årlige 'drug.' Nogle hygger sig med fodbold et par aftener om ugen. Jeg hygger

mig med at lave festival i 3 uger hver sommer. Når jeg fortæller mine kunder, at i den periode laver jeg festival, og de her nok ikke kan få fat på mig, så kigger de åndsvagt på mig og har meget svært ved at forstå hvorfor jeg gider... Men det er en super god oplevelse hvert år, og det tilfører mig noget mentalt som er meget værdifuldt i min hverdag på job og privat. Man kan sige, at man bliver lukket ind i en skald, hvor der lukkes mentalt af for alt derhjemme. Fysisk slider man sig fuldstændig ned, men når man efterfølgende er kommet sig og er tilbage på kontoret, er jeg mentalt som genfødt. Motiveret med et friskt perspektiv og en enorm energi.

Det er f.eks. fantastisk at skulle styre 100 totalt forskellige mennesker, som man ikke ville have haft noget sammen med ellers. Det er afgjort de 3 uger om året, jeg arbejder mest – og så tilmed gratis. Det er noget med at løse problemer nu og her. Det er projektet med at lave en græsplæne om til en funktional fest, der driver os. For det er jo yderst begrænset, hvor meget jeg selv deltager i festen. I år blev det til 3 koncerter. Det kan da godt være, at der er nogle, der mener, at jeg er ved at være for gammel til festival. Men jeg synes, det er ret fedt, når min søn stolt fortæller sine venner, at far er på Roskilde og lave festival."



Jens Dige / Rockphoto



IDA

Ida er 18 år, og det er første gang, at hun er frivillig på Roskilde Festivalen – faktisk er det hendes første gang på Roskilde overhovedet. Når hun ikke agerer frivillig og festival-deltager, er hun gymnasieelev i Espergærde.

”Jeg var campingvagt for Gimle, og det var lidt et tilfælde, at jeg blev det. Min veninde skulle arbejde der, og da de manglede nogen, tænkte jeg ’hvorfor ikke.’ Det har været rigtig sjovt og hårdt. Men der er helt klart flere fordele, end der er ulemper. Du får selvfølgelig gratis indgang og mad, og det er jo den største grund til, at jeg har valgt at være frivillig. Men du får også set festivalen indefra og oplever, hvad det er, der får hjulene til at køre rundt. Derudover er det jo bare fedt at være på festival. Det er vildt hyggeligt med musikken og alle de forskellige mennesker, man møder. Det har faktisk været noget af det bedste – at komme til at tale med mennesker, som jeg normalt ikke ville falde i snak med. Især når vi går rundt som campingvagter – vi får sindssygt mange øl-invitationer!”



Jens Dige / Rockphoto

de også, at tingene fungerer. Fritid er for de fleste mere værd end penge. Det er da korrekt, at vi har et slutprodukt, alle kan identificere sig med og derfor gerne vil være en del af. Men stolthed og identifikation er en væsentlig del af en stærk kultur, og jeg oplever også, at folk er utroligt resultatorienterede. De er her for at løse en opgave, og her finder man sig ikke i tunge systemer. Vi er nødt til at have en meget flad organisationsstruktur. Nogle vil endda betegne den som anarkistisk. Her tror jeg, at mange virksomheder kan lære noget af os. For alle vil gerne leve deres talent ud, og vi mennesker har så mange ressourcer og energi, når vi blot får lov at udfolde os. Roskilde Festivalen vil jeg karakterisere som en hjælpekultur. Det er fantastisk år efter år at se, hvordan der de første dage netværkes og bygges relationer op. For alle ved, at det er det, de kommer til at trække på, når presset i dagene op til torsdag indfinder sig. Rummelighed og respekt oplever jeg som meget essentielle elementer i Roskilde-kulturen”.

Roskilde Festivalen har i 37 år lavet fest for et utal af danskere og andre omkringliggende nationaliteter. Festivalen er om noget et musik brand. Men det er også et employer brand, dog skabt uden de fine ord og fancy processer.

”Vi har da som alle andre virksomheder et værdigrundlag, men vi dyrker det ikke aktivt. Alle har en idé om, hvorfor de er her, og hvad de skal bidrage med. Vi har et mål og nogle succeskriterier, der er synlige for alle. Det er nok det væsentligste, når man skal have 25.000 frivillige til at løbe i den samme retning”.

Roskilde Festivalen '08 blev endnu en succes. Vejrguderne skånede festivalen for den berømte regn i år, hvilket gjorde, at Roskilde Festivalen blev en ren 'walk over' for de hard core. Men under alle omstændigheder skal der soves ud dagene efter. Arbejdsfesten er slut nu, og planlægningen af næste års festival er allerede så småt begyndt.

”ROSKILDE FESTIVALEN ER AFGJORT ET FRIRUM FOR MANGE, OG DERMED ET AFBRÆK FRA HVERDAGEN. MEN TRO IKKE, AT DET ER GLADE FESTTOSSER, VI BESKÆFTIGER. DET ER MENNESKER, DER GIVER DERES FRITID, OG DERFOR KRÆVER DE OGSÅ, AT TINGENE FUNGERER”

CHRISTIAN



Christian har været aktiv på Roskilde Festivalen, siden han var 12 år. I dag er han chef for håndværkersektionen. Til daglig er Christian indehaver af Roskilde Maskinsnedkeri, hvor han har 4 ansatte.

”Det er svært at slippe. Det at lave festival kan ikke sammenlignes med noget andet, for ’på mandag’ dur ikke. Det er nu og her, tingene skal løses, og du kan reelt glemme alt om planklægning. For der er altid uforudsete ting. 2007 var et af de vådeste år i festivalens historie. Her lykkedes det os på mindre end 12 timer at sænke grundvandet med 1 meter i en radius på 5 kilometer omkring festivalen. Vi havde et krisemøde torsdag aften, og jeg kontaktede Roskilde brandvæsen for at høre, hvor meget

pumpekapacitet de kunne trække. Et par timer senere troede jeg, at jeg havde sat 3. verdenskrig i gang, for der holdt 10 køretøjer fra Beredskabsstyrelsen i Næstved med blå blink og 50 mand klar til at hjælpe. I løbet af natten var samtlige brønde i og omkring festivalen tømt, adskillige jernplader flyttet rundt og katastrofen undgået.

At være sektionsleder er ’learning by doing’. Man finder ud af, hvad der fungerer og laver sine små tommelfingerregler. Eksempelvis må man ikke sætte for mange håndværkere på samme team. Altid mange personer på opgaverne, så de kan se, at man bliver hurtigt færdig. Og hele tiden holde et godt humør. Stress dur ikke på Roskilde Festivalen.”