

Alf Kirkeberg utdanner "bedriftsøkonomer" på én dag:

Spiller seg til forståelse

Det er mye bedre å få en praktisk tilnærming til stoffet, sier Alf Kirkeberg, gründer og daglig leder i selskapet Learning By Doing. – Skulle jeg holdt vanlige forelesninger om dette temaet, ville halvparten av kursdeltagerne sovnet før lunsj.

Kurset kaller han "Økonomi for ikke-økonomer", og det strekker seg over fem til syv timer. Da får deltagerne en generell innføring i forretnings- og økonomiforståelse, balanse- og resultatregnskap, bruk av nøkkeltall og styringsdata, forståelse av viktige økonomiske sammenhenger, pengeflyt og hvordan forandringer fører til økt lønnsomhet.

Tørt og kjedelig for mange, men Kirkeberg lærer bort ved å engasjere kursdeltagerne gjennom et brettspill, omtrent som Monopol. På plansjen illustreres en bedrift med avdelinger for penger og finans, lager og prosesser og årlige faste kostnader. I tillegg illustrerer spillplaten leverandører og kunder med tilhørende fordringer. Lekepenger blir plassert på de forskjellige postene før spillet begynner.

– Vi kaster deltagerne ut på dypt vann og ber dem gjennomføre en vareopptelling for å få overblikk over bedriftens eiendeler og gjeld. Da får deltagerne mye bedre oversikt over hva balansen virkelig består av, sier Kirkeberg.

– Når balansen er på plass, begynner virksomheten. Gjennom årets fire kvartaler får deltagerne oppgaver og et innblikk i bedriftens pengestrømmer. Ved endt fjerdekvartal setter de opp et resultatregnskap og en ny balanse og gir en uttalelse på hvorvidt de er fornøyd. Det skaper en konstruktiv dialog som vanligvis resulterer i 10 til 20 forbedringsforslag, sier Kirkeberg.

Etter at resultatregnskapet er gjort opp, fortsetter kursdeltagerne å styre bedriften det andre året. Da skal de han-



SPILL DEG TIL ØKONOMIFORSTÅELSE: – Skulle jeg holdt vanlige forelesninger om dette temaet ville halvparten av kursdeltagerne sovnet før lunsj, sier Alf Kirkeberg, gründer og daglig leder i selskapet Learning By Doing.

skes med uforutsette hendelser, og må velge mellom to strategiske løsninger som gir forskjellig utslag på lønnsomheten og overskuddet i bedriften. Det samme gjentar seg tredje året, men da er utfordringene enda mer krevende og de strategiske valgene flere.

– Hvem er kurset rettet mot?

– Først og fremst er det hensiktsmessig for ansatte i posisjoner som påvirker kostnadsnivået i bedriften. Vitsen er å illustrere hvordan bedriften fungerer og hva som trengs av forandringer for at lønnsomheten skal øke. Kurset

strekker seg over kun én dag nettopp på grunn av at tid er penger. Utbyttet de får av denne ene dagen er også veldig bra, ettersom spillet er en pedagogisk riktig tilnærming av stoffet, sier Kirkeberg, som også hevder at kundetilfredsheten er god:

– På en skala fra én til fem, der én er best, ligger de fleste tilbakemeldingene et sted mellom én og to. I fjor var det 2.200 personer som gjennomførte kurset, og det koster fra 1.500 kroner og opp til omtrent 2.500 pr. hode, avhengig av hvor og hvem de tar det hos. Jeg har i dag 25 personer som er kvalifisert til å undervise i Norge. For å bli franchisetager trenger man selvfølgelig grundig opplæring og 4.000 kroner i startkapital til å kjøpe nødvendig materiell, sier gründeren.

Men det er ikke bare bedrifter som sender sine ansatte på lynkurs. En rekke høyskoler har også tatt i bruk brettspillet.

– Institutt for Industriell økonomi og Teknologiledelse ved NTNU og åtte andre høyskoler i Norge bruker det som en del av undervisningen. I tillegg er det mye brukt ved blant annet Institutt for Journalistikk og ved tekniske fagskoler.

– Hva var det som fikk deg til å starte med dette?

– Jeg har jobbet som rådgiver for bedrifter i en rekke år, og en flaskehals for å få gjennomført forbedringsforslag er at mange ansatte forstår for lite grunnleggende økonomiske sammenhenger. Kursvirksomheten går nå bra i Norge etter en rolig oppstart for fire år siden. Neste skritt er lansering i utlandet. Vi jobber også med en e-læringsutgave for å nå et større publikum.

– Hvordan går det med din egen økonomistyring?

– Så langt er overskuddet investert i videreutvikling av produkter og kundegrupper, sier Kirkeberg. ■