

Q-bullen

Nr 11 - April 1995

Husorgan för Kvalitet i Telias kärnverksamhet

 telia

Alf som kläckte egen äggidé: -Sprätthöns ökar kvaliteten

Alf Johansson på Granö gård har 5.000 sprätthöns. Enligt honom ökar inte bara hörnas livskvalitet, det blir också bättre ägg från höns som får gå fritt. Därför lämnade han den stora organisationen Kronägg, som Q-bullen berättade om inför förra påsken, och kläckte idén om Gullägg AB.

I det stora hönsstallet på Granö gård, inte långt från Hjälmarens norra strand, spatserar tusentals frigående höns omkring på golvet, badar i sand och tar sig upp i redena för att värpa. Och värper gör de, eftersom de trivs.

-Jag har även en liten besättning burhöns, berättar Alf Johansson. Dessa får samma foder som de fria hönorna. Därför kan jag konstatera att äggen från de frigående hönsen är bättre, bland annat blir gulan gulare.

Tanken kommer osökt, att det är lika med oss människor - frigående medarbetare medför ökad kvalitet, och ger dem Telias förslagsbelöning, *Guldägget*.

Alf Johansson är fortfarande med i Kronägg. Men han levererar inte dit.

-Varför ska äggen gå härifrån till någon stor central plats och sedan tillbaka ut i landet igen, säger han - men förklarar sitt steg främst med Kronäggs tidigare svala intresse för fria höns.

Sprätthöns är en annan benämning på sådana. Men den gillar inte Alf Johansson, i hans nya bolag Gullägg AB skall det heta "ägg från fria höns". Annars säger elaka tungor: Sprätter i vad?

Johanssons princip är leverans från gård direkt till butik. Gullägg säljs exakt efter vikt, i affären blir det 28-30 kronor kilot.

På varje äggkartong finns en etikett med hönsriets namn och telefonnummer, samt förstås streckkod och pris samt texten:

"Gullägg - kvalitetskontrollerade ägg från fria höns".

I Q-bullens påsknummer också:

Telias Moment 22

Det är OK att göra fel

Koka ägget en timme

Fortsättningen på Dom små, små detaljerna

Povel Ramels snapsvisa



Alf Johansson, Granö Gård



Moment 22 eller Hönan och Ägget

Det är dags att avslöja Telias eget Moment 22. Så i dessa påsktider ställer vi frågan: Vad kommer först, hönan eller ägget?

Telias ansikte utåt, i form av brev, beskrivningar och övrig skriftlig dokumentation, styrs av tre koncerngemensamma instrument: Anvisningen *Skrivteknik*, broschyren *Kontorstrycksaker & Dokument Profilguide* och de mallar koncernen tillhandahåller för användning av samtliga koncernenheter. I alla dessa tre instrument återfinns en gammal kvarleva från skrivmaskinstiden, en grafisk styggelse i form av rubriker skrivna med versaler. *Skrivteknik* anger, att om fler än två rubriknivåer används, skall de två översta rubriknivåerna skrivas med versaler. *Profilguiden* ger ett flertal exempel på rubriker skrivna med versaler. Dokumentmallarna, även för brev, ger automatiskt versaler om man använder formatmallarna för rubriker.

Detta är ingen stor sak, men Q-bullen har sedan starten försökt medverka till att Telia skall få en modern framtoning, ett IT-företag som inte bara ger sina kunder en effektiv användarmiljö utan även själv har och kan använda kraftfulla verktyg och hjälpmedel. Brev, beskrivningar och trycksaker till våra kunder, påminnande om 50-talets skrivmaskinsstandard, stödjer inte den önskvärda Teliaprofilen. Genom att tala vänligt med de ansvariga har Q-bullen försökt få en ändring till stånd. De ansvariga har vänligt svarat att de andra ansvariga först måste ändra.

I vintras felanmälde Q-bullen skriftligen anvisningen *Skrivteknik*. Det skriftliga svaret blev att versaler i rubriker var bestämt av Telias profil. Eftersom Telias profilguide var på väg att uppdateras (ny utgåva kommer i april 1995) försökte Q-bullen snabbt påverka utformningen, men tyvärr, den nya versionen styrdes av anvisningen *Skrivteknik*. Efter att ha blivit utsatt för detta Telias eget Moment 22 försökte Q-bullen argumentera: "Någonstans måste man ju börja. *Profilguiden* låg i röret för uppdatering. Ansvarig för *Skrivteknik* har lovat att ändra om *Profilguiden* ändras!" Men nej, ändringar i *Profilguiden* skulle påverka det nyframtagna mallpaketet, men till nästa uppdatering nästa år skulle mina synpunkter tas under övervägande. Det faktum att mallpaketet i alla fall måste ändras, eftersom det inte följer anvisningen *Skrivteknik* och *Profilguiden* på andra punkter, trodde man inte på.

Ännu ett exempel på hur vi på ett snyggt sätt kan låta bli att förändra!



Jan-Olof

Det är helt OK att göra fel!

Det finns ett begrepp inom kvalitetskonceptet som utvecklats till något som liknar politikens "heliga kor", det vill säga en i övertygelse djupt rotad princip som man inte ifrågasätter. Jag syftar på begreppet "rätt från början", en i kvalitets-sammanhang helig ko som används flitigt i jakten på så kallade bristkostnader.

Jag tänker sticka ut hakan genom att påstå att det i stället är helt okej att göra fel! Jag påstår till och med att det är nödvändigt att göra fel om vi skall kunna utvecklas.

Under ett antal år inom Telia har en stor poäng inom kvalitetsarbetet varit att till personalen förmedla vikten av att "göra rätt från början". Jag har själv deltagit i denna utbildningsprocess, som så kallad Q-handledare under flera år. Ett problem som jag har upplevt med nämnda slagord är att det i gemene mans öron uppfattas som en så kallad truism, en självklarhet. Alla tycker egentligen att det är självklart att göra rätt från början. Det är inte konstigt att man tycker det. Vi västerlänningar har generellt en djupt rotad övertygelse om att vi kan påverka det som sker. Vet vi bara vad vi vill så gör vi vad vi kan för att nå dit, fråga vem som helst - ingen vill göra fel!

Varför blir det fel?

Parallellt med detta är det ju uppenbart att alla inte gör rätt från början. Vad beror det på då, om det nu skulle vara en självklarhet att göra rätt från början?

Anledningen till att fel ändå uppstår är att personalen i vissa fall inte känner till vad som är "rätt" (mål, kundkrav, normer etc) eller att man saknar motivation - det vill säga att målen inte stämmer överens med den egna viljan.

Men har vi ett verksamhets-system som förtydligar och förankrar det som är "rätt" och belönar "rätt" beteende, då kommer kvaliteten av bara farten. Då behöver vi inte övertyga varandra om att det är viktigt att göra "rätt från början".

Nödvändigt göra fel

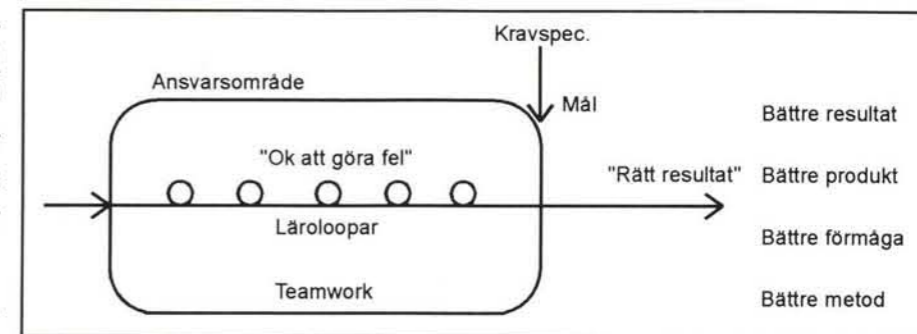
Om "rätt från början" är naturligt, då är "göra fel" desto svårare. Varför är det då nödvändigt att göra fel? Nödvändigheten ligger inte i felet i sig, utan i att våga göra fel och att lära sig av det som sker. Det handlar om att skapa en positiv läroprocess i det dagliga arbetet.

I en allt mer turbulent omvärld måste vi ständigt vara beredda att förändra och förbättra vårt sätt att arbeta. Denna förändring åstadkommer vi inte genom att göra som vi alltid har gjort, eller genom att vara rädda för att misslyckas eller göra fel.

Att söka nya vägar

Nej, utvecklingen skapar vi genom att söka nya vägar och metoder för att uppnå våra mål och genom att reflektera över resultatet av vårt beteende - bra eller dåligt. "Lär av dina misstag" är fortfarande en bra devis och "Lär av andra och varandra" är ur ekonomisk synvinkel ännu bättre.

Vi människor söker oss av naturen till säkra, upptrampade stigar



som vi vet är framkomliga och som leder till förväntat resultat. Svårigheten och utmaningen ligger istället i att övertyga folk om att välja nya stigar eller trampa upp egna. Ibland kommer vi att hamna fel, vilket är fullkomligt okej om vi lär oss av vad som hänt. Men ibland når vi också oanade höjder som vi hade missat om vi vore rädda för att misslyckas!

Både och ...

Jag säger inte att vi skall välja ett västerländskt antingen eller, utan att vi skall utnyttja ett japanskt bå-

de och. Konkret innebär det här resonemanget att vår organisation i högre utsträckning måste präglas av grupperingar (hellre än individer) med tydliga målramar. Inom dessa ramar är "OK att göra fel" den kreativa förändringsstrategin samtidigt som "rätt från början"-strategin leder gruppen mot måluppfyllelse och nöjda kunder.

Ove Kihlström

Q-bullen presenterar Kvalitetsföljetong i två delar:

(forts. från förra numret, slutet)

Dom små, små detaljerna

av Povel Ramel

Och åren gick på och klockan den slog.
Ding Dong Ding Dong Dingdingding
Dingedidong.

Fast båda blev grå och skrynkliga nog,
klarare än någonsin ljud deras kärleks-sång.

Åren gick, klockan slog,
åren gick, klockan slog.
Tick Tack Tick Tack,
Tick Tack Tick tack.

Han (som gubbe): Säger du gediget arbete en gång till, kärring, så skjuter jag mig på fläcken!

Hon (som gumma): Va sa du?

Han: Säger du gediget arbete en gång till så skjuter jag mig!

Hon: Hä, hä, det törs du inte!

Han: Försök får du se!

Hon: Gediget arbete, gediget arbete, gediget arbete!

Han: Näj! Nu tar jag fram min revolver och skjuter mig på fläcken! (Kort paus)

Hon: Jag tror du glömt en liten detalj.

Han: Vad då för detalj?

Hon: Revolvern är inte laddad. Hä, hä, hä!

Båda: Det är dom små, små detaljerna som gör 'et, vart litet kugghjul är viktigt i maskinerit.

Det är ens eget fel i fall man själv förstör 'et, så var aktsam, ja, var aktsam om varenda liten bit!

Koka ägget en timme!

Men det är köttet som gör strutsen populär

Strutsen (*Strutio camelus*) har i nuvarande form funnits på jorden i omkring två miljoner år. Den är världens största, nu levande fågel.

Vild lever den bara i Afrika, anpassad till ökenklimat och därmed tålig för såväl hetta som kyla. Som framgått av media har på sistone intresset för strutsfarmande ökat, även i vår del av världen. "Odlad"



Gunnar Sahlin, Svedens Gård, Borlänge, med en av sina strutskycklingar.

finns strutsen nu över hela klotet, även i gamla Sveden - utanför Borlänge.

Strutsfarmare Gunnar Sahlin bor i Sveden. Så heter hans gård utanför Borlänge. Där stolpar än så länge mest kycklingar omkring. Men de växer till sig. Fågeln växer en centimeter om dagen och når vid 12-14 månaders ålder en längd på drygt 2 meter.

I Sverige kostar en 3-4 månaders kyckling omkring 17.000 kronor, en vuxen struts cirka 70.000 kronor.

Ett ton kött per hona

Honan lägger 50-60 ägg under en säsong. Normalt klarar då 20 kycklingar att leva tre månader och längre. På ett år ungefär har kycklingen växt från ett, till ungefär 100 kilo.

Det betyder att en strutsfarmare räknar med en produktion av ett ton kött per hona och år. Och då är det kött för gourmeter. Köttet

är mörkt rött och påminner om nötkött, om oxfilé. Det är extremt fettfattigt (0,5 procent).

Dessutom säljer strutsfarmaren hudarna från de slaktade djuren.

Vissa länders producenter säljer också strutsplymer. Fjädrarna är fettfria och kan användas för att damma i speciellt känsliga sammanhang, som inom dataindustrin.

Men äggen då?

Men äggen då, undrar svensken i påsktider, går de att äta?

-Jodå, svarar Gunnar Sahlin.

I Sydafrika säljs bland annat urblåsta strutsägg dyrt till urblåsta turister. Men den fasta befolkningen handlar strutsägg i livsmedelsbutikerna mycket billigare, för 6-7 rand per styck.

-Dom bör koka en timme ungefär, berättar Gunnar Sahlin.

Blir det hård- eller löskokt då?

-Man får väl prova sig fram....

En Povel-visa till påsknapsen?

Till påskäggen hör inte sällan en sillbit, gärna med snaps. Om Povel Ramel tar en sådan, då skall det helst vara norsk sprit. Och gärna en sång till snapsen, berättar han för Q-bullen.

Då tar ni Din visa "Man röker för mycket"?

-Ja, den började jag med som en trestegs nubbevisa, man ska ha ett fyllt glas och så här är den första versen:

"Man cyklar för lite, man röker för mycke, och man är fasan så liberal när det gäller maten och spriten!"

Jag borde slutat för länge sedan, men denna sup är så liten - Vad tjänar att hyckla? Tids nog får man cykla."

Därpå dricker man en tredjedel.

Och så fortsätter man:

"Man badar för lite, man röker för mycke, och man är fasan så liberal när det gäller maten och spriten!"

Jag borde slutat för länge sedan, men denna sup är så liten - den kan inte skada, tids nog får man bada."

När det är en tredjedel kvar kommer sista versen:

"Man sover för lite, man röker för mycke, och man är fasan så liberal när det gäller maten och spriten!"

Jag borde slutat för länge sedan, men denna sup är så liten - Njut var gudagäva..."

Så dricker man, och så sjunger alla: "Tids nog får man sova".

Quality...
...go for it

Q-bulleN

Utges av:
Division Nättjänsters kvalitetsaktion
Ansvarig utgivare:
Christer Boije af Gennäs
I redaktionen:
Christina Almqvist, Jan-Olof Rosén
Producent: HLT

Q-bulleN

utkommer månadsvis, när ni minst anar det!

Bidrag och synpunkter sändes under adress

Q-bulleN

rum 111:62, Telia AB,
123 86 FARSTA
Tel 08-713 12 84 Fax 08-713 10 21

