’Adfærdsledelse og Antropologi’ - artikel af Judy Hermansen i magasinet Ledelse i Udvikling 2/2020 om Brandbase projekt, hvor antropologer hjælper robotvirksomheder med at udvikle ny adfærd og innovativ ledelse.

Den teknologiske udvikling og automatiseringen af mange arbejdsprocesser betyder, at værdiskabelsen i stigende grad er et resultat af menneskelige egenskaber og kompetencer. For det er her ’den lille forskel’ gemmer sig, der kan differentiere virksomheden og dens produkter eller services. Derfor er adfærd - og ikke mindst ledelse af adfærd - i dag omdrejningspunktet for næsten alle virksomhedens aktiviteter.

Brandbase ([www.brandbase.dk](http://www.brandbase.dk)), som er en formidlingsenhed ved Institut for Marketing & Management, gennemførte i samarbejde med Innovationsnetværket RoboCluster et projekt, der anvendte antropologiske metoder til at belyse nogle af de centrale udfordringer