

Förord

Hur man gör lysande affärer i Upplevelsesamhället - eller ”surfar på funken”?

Är Du född före 1965 är bara första delen av rubriken begriplig. Mycket tyder på att den eviga evolutionsprocessen åter är inne i ett sällsynt turbulent skede och att det nu är IT (informationstekniken), som skiljer upp generationerna i grupperna BC och AC, vilket alltså vare sig har med det gamla betygssystemet eller med ”före och efter Kristus” att göra. Det står istället för ”before and after computers”. Generationsklyftan är som störst i tider av stor förändring.

”Magiska tomrum”

Mycket handlar om känslor och tro. I vår del av världen handlar det därför om att begrepp som Gud, Livet och Döden är föremål för omvärdering. Kännetecknande för stora förändringar är att värdegrundsfrågor kommer i fokus. När våra symbolsystem ifrågasätts blir det svårare att tolka vad som sker. När tekniken samtidigt gör det möjligt för oss att ta del av all världens symbolfrågor samtidigt, och vissheten dessutom finns att vår art äger förmåga att utrota sig själv och hela jorden, blir bilden av en kaotisk tillvaro ännu tydligare. Det gamla språkbruket och de gamla räknesätten upphör att fungera. Samhällets institutioner känns otillräckliga.



Imi Markos till vänster, här tillsammans med L O Landin

Man har talat om ”en ny ekonomi” i brist på nya ord för att ersätta de gamla. Och eftersom nya tekniska förutsättningar historiskt har visat sig förändra världen, så har det väl egentligen alltid funnits ”en ny ekonomi”. Eller, som **Imi Markos** menar, en ständigt förändrad ”Homo Sapiens”, som därför ständigt hittar ”de nya affärsmöjligheterna” eller ”tomrummen” och

gör dem ”magiska” d.v.s. meningsfulla eller, som vi säger idag - ”lös-samma”.

Vi behöver en ny modell

Kort sagt; läget kräver en ny modell och nya begrepp. Historien är egentligen en lång rad exempel på att människor i alla tider ”hittat nya tomrum och gjort dem magiska”. Men med våra sinnen uppfattar vi inte alltid det som egentligen sker utan vi ser bara resultatet. Därför säger vi fortfarande att ”solen går upp” trots att de flesta av oss idag vet att den inte gör det. Och Imi Markos för på ett spännande sätt denna tankegång vidare och avslöjar i boken mängder av historiska samband och massor av viktiga ”doldisar”, som vi tidigare missat, men som medvetet eller av en tillfällighet förändrat världen. Visste Du t.ex. att det inte var Allende och Pinochet, som hade störst inverkan på Chiles utveckling? På samma sätt var det radion, som startade det första världskriget och faxen som fällde Berlinmuren. televisionens och datorernas inverkan har vi ännu bara sett början på.

Vad är en kreaprenör?

Du ska alltid närma dig det obekanta med hjälp av det välbekanta. Det rådet fick jag som kommunikatör en gång av en kollega. Och samma råd gav jag den kreative journalisten Imi Markos, när han kom till mig på våren 2001. Tillsammans med sin dotter, journalisten *Gabriella Tolsén*, och hennes make konstnären *Staffan Tolsén* hade Imi börjat arbeta med idén att göra en tidning, som skulle heta Leonardo. Inspirationskällan var givetvis renässansmänniskan *Leonardo da Vinci*.

Att Leonardos livstid har kommit att kallas renässansen är egentligen inte så konstigt. När han föddes trodde nämligen de flesta i Västerlandet fortfarande att jorden var platt. När han dog hade man fått veta att den var rund. Visst påminner det om den tid vi själva lever i, när världen håller på att bli ”global”.

”All vår kunskap kommer ur vad vi känner” var det Leonardo-citat

Imi Markos och hans team hade tagit fasta på. Jag ser, alltså finns jag till. Eller hör och känner. Tanken kommer först senare. Hjärnan behöver alla dessa sinnesintryck för att kunna fungera som vårt "sjätte sinne". Leonardos storhet var hans förmåga att med hjälp av sinnen kombinera vetenskapen med konsten. Han blev på så sätt humanteknologins upptäckare. Och det är just det Imi Markos syftar till med sin bok om KREAPRENÖRSKAP. Att ge humanteknologin en renässans.



Imi Markos besök hos mig våren 2001 har satt igång en process i vilken jag fått nöjet att vara delaktig. Den går ut på att utveckla och stimulera renässansmänniskorna i vår tid. Och vi gav dem namnet

"kreaprenörer". Och trots att detta ord inte har funnits förrän nu, inser vi genast vad det kan betyda. Det är min förhoppning att Du i likhet med mig, med bokens hjälp, själv ska stimuleras att närmar dig det obekanta med hjälp av det välbekanta.

*Leonardo da Vinci (1452-1519)
här porträtterad av Staffan Tolsén.
Det är f.ö. Staffans bilder, som
gör att Du som läser boken också
kommer att kunna läsa "mellan
raderna".*

Om att leva och verka i Upplevelsesamhället

Det är vad Imi Markos bok om handlar om. Det intressanta med Imi är nämligen att han inte nöjer sig med att enbart redogöra för historiska samband. Han stannar inte, som många moderna företagsekonomer ofta gör, med att räkna upp fler och fler paradoxala exempel på hur utvecklingen tvingar institutioner och företag att förändra sig i en allt snabbare och till slut orimlig takt. Hans ambition är att tränga under ytan på det som synes ske och ge oss praktiska råd och handgripliga exempel på hur vi själva ska kunna leva och göra lysande affärer i framtiden, i det han väljer att kalla Upplevelsesamhället (*the Experience Economy*). I boken finns återkommande vilopunkter i form av praktiska råd och i slutet av

varje kapitel får vi intresseväckande frågeställningar ”hur vi själva kan bli kreaprenörer”.

Vinnare och förlorare med den nya modellen

Du som efterlyser stora kollektiva lösningar kommer dock att bli besviken. De saknas nämligen. Men det borde ha varit väntat. Du som har läst din historia är naturligtvis medveten om att varje paradigmskifte har både vinnare och förlorare. När jordbrukssamhället ”besegrades” av industrisamhället fick vi tre stora förlorare; bönderna, adeln och prästerskapet. Och vinnarna var den storskaliga produktionen och dess kapitalägare, fackföreningarna, de politiska partierna och nationalstaterna.

Upplevelsesamhällets förlorare, vilket de än så länge vägrar att erkänna, är gårdagens, d.v.s. industrisamhällets segerherrar med sina hittills framgångsrika kollektiva lösningar. Och vinnarna blir ”kreaprenörerna”, de gränslösa ”glokalisterna”, de flexibla entreprenörer och penningplacerarna, de intellektuella kapitalisterna, men också de kunniga hantverkarna och de originella konstnärerna samt de karismatiska soloartisterna, som kreativt (!) anpassar sig till de snabba förändringarna. Alltså, individer, som tar egna initiativ genom att fördjupa sina känslor och att förlänga sina hjärnor - för egen eller för mindre gruppers räkning. Och de politiska besluten tvingas till slut att möta alla dessa ”kreaprenörers” skilda önskemål, som är dikterade av inre förändringar. Annars uteblir det positiva resultatet. Ja, även sådana gigantiska projekt som EU måste ta hänsyn till de små, men mäktiga individerna.

”Kreaprenörer” vet att de grundläggande motsättningarna mellan förändring utifrån (=kollektiva lösningar) och förändring inifrån (=individuella lösningar) kommer att kvarstå ett bra tag till. Kanske för evigt. Vi vet också att det behövs en syntes - syntesen mellan kollektivt och individuellt - trots att denna syntes aldrig har uppnåtts hittills.

Modell-N utgör därför ett idealiskt mellanled. En slags lovande kompromiss, som inom sig vårdar fröet till den efterlängtdade syntesen. Den

nya generationens attityd pendlar nämligen mellan två motstridiga poler
- **individ och relation.**

Just det, hos den går individ, identitet och integritet hand i hand med hänsyn, empati och engagemang - utan att göra anspråk på konsekvens och renlärighet. Här hittar du säkert både egoister utan empati och kollektivisterna med diktatorstendenser, men majoriteten har en outtalad vision, som är värd att bygga på.

Känn dig därmed varmt välkommen att låta Imi Markos ”förlänga din hjärna, fördjupa dina känslor och förlösa din fantasi”. Följ med på en hissnande färd in i historien om framtiden och lär dig ”surfa på funken”.

Mälarhöjden i oktober 2002

Lars-Olof Landin

Dialogkonsult och medresenär