

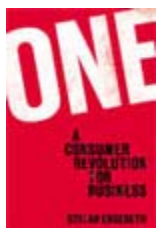
- [> Hemsida](#)
- [> Blogg](#)
- [> Böcker](#)
- [> Konsultation](#)



Stefan Engeseth
 föreläser & bokad i
 New York, Prag,
 Amsterdam,
 Singapore,
 Reykjavik,
 Stockholm etc.

[> Kontakt info](#)

FREE DOWNLOAD



[> Download
 first chapter](#)



[> Download
 trail book](#)

Är Sverige medelmåttornas paradis?

Får man säga så? Om inte så är det ju sant! Men kan det vara sant i ett land som skapat både ABBA och IKEA? Tiderna förändras och så även dess toleranser för det annorlunda.

Alla barn föds som genier sägs det och barn i Sverige utgör inget undantag. Problemet är att vi snabbt lär oss trygghetens stabila gångstil. De flesta företag är så stela i sin gångstil att de mer går bakåt än framåt. Många av de bästa uppfinningarna och uppfinnarna är från Sverige. Dock, har de många år på nacken och det behövs en babyboom av idéer.

Nyligen genomgick en bekant ett personlighetstest på banken där han jobbar. Det visade sig på testet att han var riskbenägen som person, vilket de tyckte var olämpligt på en bank. Han fick då lämna sin tjänst trots att han var rankad som topp fem i landet inom sin funktion. I exempelvis USA söker man chefer inom bankerna som har misslyckats och kan bevisa det på sin CV. Synen på risk och förändring är minst sagt annorlunda, men så har vi också en inhemsk marknad som inom många branscher saknar konkurrens.

Har vi i Sverige lyckats skapa ett klimat som mer gynnar medelmåttorna/lagomgänget än de som vågar trilla för att senare vinna? Vem vill vinna när landets företagshjältar höjs till skyarna som sedan får landa i osynlighetens anonyma landskap. Effekten blir en sällan skådad talangflykt ut ur landet där många entreprenörer tyvärr vandrar vidare utanför medellandets neutrala normer. Resultatet bli ett modernt Duvemåla utan Björns och Bennys ljuva musik, men med tonerna av entreprenörskap vandrar de vidare till gynnsammare förhållanden.

Är det en efterleva ifrån Norrmalmstorgsdramat (de kidnappade bytte sida) som nu fortsätter inom näringslivet? Det vill säga att man hellre byter sida än står kvar vid det som är "Made in Sweden". Det är mycket märkligt med tanke på den enorma innovationshistorien som ligger i historien, och laddningen till det svenska varumärket.

Efterkrigstidens glada dagar fick sin buk fylld av en bred massa med civilingenjörer som försörjde näringslivet. Idag är det lite si och så med konkurrenskraften mot omvärldens billiga och välutbildade arbetskraft, med Asien som ett bra exempel. Om det är något de asiatiska länderna kan bli starkare i är det den kreativa sidan. Det är också orsaken till en ökad efterfrågan på personer i svenskt näringsliv som utmanar och får stela organisationer att dansa och röra sig till tidens musik, och därmed skapa internationell konkurrenskraft. Det är lite som rundpingis, det svänger vem som står på vilken sida. Sverige är en av toppnationerna i världen inom kultsporten bordtennis och när kineserna kom hit för att studera hur unga förmågor skolades in i sporten blev de chockade, man lekte fram talangernas förmåga (de fick ta risker). Samma position borde svenskt näringsliv kunna inta, det vill säga leka fram mera nya innovationer, och liksom en J-O Waldner vinna på att vara unik. Börja med att skapa rörlighet vid konferensbordet med hjälp av rundpingis. Eller varför inte bygga ihop stolarna så att vuxna kan gunga fram besluten precis som barn leker fram sin talang genom att använda hela kroppen. Skapa en infrastruktur för att bygga ett kreativt flöde, jämför arbetsplatsen med en lekplats – var skapas det mest energi?

Kreativitet som genererar resultat behöver bra ledarskap och beslutsunderlag. Det är en stor förlust för svenskt näringsliv om talang flyttar ut ur landet bara för att de inte får plats inom "lagomramarna". Flera superentreprenörer som jag har intervjuat säger samma sak; "vi får inte plats". Men samtidigt är det just dessa personer som kan skapa arbetstillfällen i landet.

Det är dyrt att åka taxi när tåget har gått Vad kostar jantelagen Sverige i kronor per år? Jag har diskuterat det med olika nationalekonomer och en variabel att räkna på är ju de som inte får plats och omsätter miljarder utomlands (de är ju en ren förlust). Integrationens tåg rullar framåt, där både kön och raser skall integreras, men var

är de som ifrågasätter och skapar det ogjorda? Alla styrelser borde ha minst en uttalad ifrågasättare som står för okunskapen och som inte spelar golf med alla runt bordet!

Här är några saker som kan göras för att skapa modet att förflytta sig framåt utan taxi:

Anti-Jantelagsdagen – har länge funderat på skapa denna dagen där alla skall få visitkort i A4 storlek. Självklart skall de som utmanar jantefjantet få priser. Vilka tycker du skall få priset? Bert Karlsson, Johan Staël von Holstein, Carin Lindahl, Jonas Birgersson. [Maila ditt förslag?](#)

100 misslyckanden – en utställning med de skönaste misslyckande in svensk produkthistoria. Alla dessa sköna produkter som ingen ville ha men som vi behöver få ha, det vill säga att misslyckanden hör ihop med att lyckas. Två exempel är plastcykeln och bakmaskinen. Sponsorerna får betala för att vi tar bort deras företagsnamn från produkterna. [Vilka produkter](#) tycker du skulle vara med?

Stuntklubben – en klubb för alla de vildhjännor i näringslivet som går in och förändrar och gör det vågade liksom en stuntman/kvinna och sedan låter någon annan få en Oscar för jobbet. De finns och det borde finnas mer mod att låta dem synas mer än på akuten där vi brukar träffas. Vilket företag behöver inte en stuntperson för att förflytta och ifrågasätta?

Beslutsunderlag – Med rätt beslutsunderlag fick John Higson politiker att ge [Street](#) det utrymme som förändrade en hel stadsdel. Skapa underlag för kreativa beslut så blir alla mer modiga, det vill säga att man uppfattar risken mindre tack vare att underlaget ger dem berättigande att förändra.

Almedalsveckan året runt - Varför är politiken endast ett med folket (läs opinionsbildare) under en vecka av året? Vad händer under de resterande 51 veckorna på året? [Läs mer.](#)

Konkretisera kostnaderna för Jantelagen - Vi söker en nationalekonom/forskare som är intresserad av att utveckla ett arbete runt i vad Jantelagen kostar Sverige konkret per år! Vi är antagligen de första i landet som bokfört Jantelagen som en kostnad. [Maila oss gärna tips.](#)

??? – en grej som bara du kan göra för att förändra och förflytta saker framåt. [Vad?](#)

“I apologize for writing such a long letter.
I didn't have time to write a short ONE.”

Mark Twain

Vår [Stefan Engeseth](#) höll en föreläsning för [Ung Entreprenörsvecka](#) (230 personer mellan 18-20 år) med en efterföljande tre timmar lång workshop för företag i hur man tar emot unga kreativa personer utan att begränsa dem. Av de unga företagarna var det över 65 % tjejer, det verkar vara en girlpower på gång i näringslivet! Omdöme ifrån deltagarna (99,9%) om föreläsningen **"Den största idéspruta jag sett"** utvärderingsbetyg 5,12 av 6.



Föreläsning/workshops inom kreativitet kopplat till management

Utomlands håller vår Stefan Engeseth många workshops och föreläsningar inom kreativitet, dock inte så mycket i landet lagom. Det som ofta saknas inom kreativitet är kopplingen till management. Vi levererar kopplingen mellan mod och resultat som får företag att skapa nytt och växa. Så att både resultat och nya IKEA och ABBA återigen kan växa fram i det avlånga landet. Därför samarbetar jag med andra personer inom management, till exempel [Jörgen Wahl, AdvisoryBoard.se](#) Som min före detta chef inom Posten fick Jörgen vid flera tillfällen rådet att sparka mig. Modet att inte göra det ledde till både kreativitet och en rejäl skjuts mot vårt miljardmål... Söker du förnyelse och fotfäste för kreativ konkurrenskraft, eller vill veta mer [maila då Stefan](#).

"För att ett företag ska bli framgångsrikt måste de ha kunderna på sin sida. Därför borde ONE finnas i varje företagsledares bokhylla."

Shortcut (Oktober 2006) **Betyg: 9 av 10.**

"ONE är unik. jag har aldrig tidigare läst en marknadsföring/management-bok som är så bra med att varva idéer med praktiska tips och förslag."

Mattias Durnik, [DurnikBlog](#)



Press klipp i PrinfoNytt: [Har du mod att vara kreativ?](#)

Över 200 poster på vår blogg som motmedel mot lagom! [Blog.DetectiveMarketing.com](#)

Detective Marketing™
TURNING OPPORTUNITIES INTO BUSINESS®
Consulting Speeches Research Content
08-651 44 54 | 0704-44 33 54



Vi anlitar Strålfors för elektronisk marknadskommunikation. [Läs mer.](#)

Citera oss gärna, men ange källan [DetectiveMarketing.com](#)

[Avregistrering](#)