

KARIN LARSSON om

Kreatörer och entreprenörer

”” **”Entreprenör”** blev ett modeord i början av 90-talet. Det var entreprenörerna som skulle rädda Sverige ur den ekonomiska krisen. Idag är det IT-entreprenörerna som driver börskurserna.

DET FINNS SKOLOR OCH BÖCKER som tar fram entreprenören i dig. Men precis som andra tidens ord är ”entreprenör” ett urvattnat ord.

På senare år har jag själv blivit betecknad ”entreprenör”, och nu kallar jag mig det själv när det krävs en titel av mig, även om jag ser mig främst som skribent och kreatör. Vad är det då i entreprenörsbegreppet som gör mig obekvämt?

Ett problem är att det är den kreativa sidan hos entreprenören som ofta betonas. Entreprenören blir ett ensamt, dynamiskt geni som knyter slipsen runt pannan och skriker: ”Heureka!” Affärsidén kommer till i ett lyckligt anfall av upplysthet. Och visst kan det vara så för ett litet fåtal, men för den stora massan utkristalliseras affärsidén efter en mer eller mindre noggrann analys av omvärlden och marknaden. Vad är det som saknas på marknaden? Kan två befintliga produkter sättas ihop till ett smartare paket? Kan en gammal idé användas på ett nytt sätt? Finns det nya målgrupper att exploatera?

Visst är det påhittigt, men snarare affärsmässigt. En forskare på läkemedelsfabriken kan få fram nya produkter ur grundforskning, inte genom sin kreativitet utan genom hårt arbete och sin vana att se möjligheter. För nya idéer brukar sällan rosas av marknaden. Däremot gillar marknaden, det vill säga vi, saker som vi kan relatera till och där vi kan förstå varför de är bättre än det gamla.

ATT ODLA KREATIVITET ÄR UTMÄRKT, men det är inte den som skapar nya företag. Affärsnäsan skapar affären. En grundare av en av alla de entreprenörsutbildningar som rosat marknaden det senaste decenniet berättade för mig, att när de flygga ”entreprenörerna” examinerades, var det inte alla som kunde flyga, oavsett hur duktiga elever de varit. I skolans hägn hade de vågat släppa lös sin kreativitet och komma på all sköns intressanta idéer. I verkligheten tappade de sin geist eftersom de saknade förmågan att skapa affären. De behövde någon att hålla i handen. Jag har träffat flera före detta studenter från olika lik-

nande utbildningar, och några har det naturligtvis gått bra för. Frågan är om det inte hade gått bra för dem ändå, utan utbildningen. Det kanske hade varit bättre för affärslivet och samhället om de studerat klassisk grekiska och triathlon istället för lateralt tänkande och yoga; bra nya företag är väl genomtänkta och kräver god kondition; där finns inte rum för misplay.

ETT ANNAT PROBLEM ÄR ATT DET ges en likformig bild över hur en entreprenör ska vara och bete sig. Det finns ett fåtal karikatyrer som jag har svårt att finna samhörighet med. Dels är det den handelshögskole- eller KTH-utbildade, vite, unge mannen som skapar ett snabbväxande företag inom IT och Internet.

Dels är det den manlige invandraren som skapar ett serviceföretag, gärna taxi eller städning. Och så är det ju inte, egentligen. Ett fåtal entreprenörer som inte är av någondera typen börjar uppmärksammas, till exempel Hemfrids Monika Lindstedt, men det är inte tillräckligt för att få bilden att nyanseras. Resultatet blir att man måste klä ut sig för att få vara med i leken.

Ett tredje problem är att det är så inne att vara entreprenör, att det snart säkert är ute igen. Att göra flugor av samhällsförändringar är inget vidare. Undersökningar visar att unga hellre vill ha fast jobb än projektanställningar och egen låda. Det kan faktiskt vara bra med lite motvind för att få engagerade entreprenörer. Jag och många andra som hamnat i entreprenörskapet på en räkmacka kan säkert lockas av en spännande, välbetald anställning på ett större, traditionellt företag när ekonomin börjar svaja igen. För att ekonomin kommer att bli sämre någon gång, det är väl det som är säkert. Frågan är om vi går på myten om entreprenören en gång till.

Vilket blir nästa inneord – ”trygghet”?

Karin Larsson (karin.larsson@msfreckles.com) är skribent och entreprenör.

