

# tankar om trender

FEBR  
2009



## TÄNK VAD ETT LITET LEENDE KAN BETYDA MYCKET!

**”Vad snygga datorer du har och vad tunna de är”. Med beundrande blick inspekterar säkerhetsvakten på flygplatsen mina datorer. Hon känner och fingrar på dem, och hon tar god tid på sig.**

**Jag håller med** om att de är riktigt snygga och smäckra. Jag har sedan ett år tillbaka åkt runt med två stycken Macbook Air, och just dessa datorer är nog bland de mest undersökta datorer som finns. För i jobbet som föreläsare reser man mycket, väldigt mycket. Jag tror att jag snart har sett de allra flesta flygplatserna i landet.

**Men den beundrande** och datorintresserade tjejen i säkerhetskontrollen fanns inte i Sverige, utan på Zürich Flygplats. Jag hade haft en fantastiskt trevlig föreläsning i det vackra Lenzerheide i Schweiz, och jag hade åkt taxi längs alpvägarna ner till Chur för att därefter ta tåget till Zürich flygplats. Det var otroligt vackert, och jag kände att jag verkligen haft en riktigt bra dag på jobbet. Och tänk, jag blev riktigt glad även när jag passerade säkerhetskontrollen. För efter att jag samtalat lite med tjejen som beundrade mina datorer, så ville hon och hennes kollegor även titta på min väska och rota runt lite bland alla kablar och små dataprylar, jag har rätt många sådana. När de var klara så sa den andra tjejen som tittat på min väska: – Have a nice flight, Sir, och så fick jag ytterligare ett leende. Jag gick från en säkerhetskontroll för första gången i mitt liv med ett leende på läpparna. Och jag som nästan utvecklat en säkerhetsvaktsfobi.

**För i Sverige** verkar det som om säkerhetsvakterna har en inbördes tävlan i vem som kan vara mest ovänlig mot de stackars passagerarna. Jag har som sagt rutin från de flesta svenska flygplatser, och det är just nu en målsnöresfight mellan Bromma och Arlanda om vem som är otrevligast i säkerhetskontrollen. De har dock gemensamma drag på de båda flygplatserna. De pratar som i en tidig Tarzanfilm. Du vet när Johnny Weissmüller stötte fram orden: Me Tarzan - you Jane. Här stöter säkerhetsvakterna fram de enstaviga orden när man börjar närma sig bandet där man ska lägga sin jacka, väska, mobil mm. Första ordet de säger är ”dator”, det andra

ordet ”öppna”. Efter de orden känns även de gamla befälen som man hade under grundutbildningen i det militära som småcharmiga mjukisfigurer.

**Jag är lika** fascinerad varje gång de så noggrant undersöker min knappt centimertjocka dator och jag undrar var gång vad de tror att jag döljer i den. Sedan kommer nästa moment, när man går igenom detektorn och det piper till. Då kommer nästa Tarzan-grymt: ”bälte”. Och blicken är inte nådig nu. Man känner sig som en kriminell person som bär bälte. Och för att inte tala om när de ska se innehållet i väskan. Nu börjar det bli hårda tongångar. Nu höjs volymen och de säger ”ÖPPNA”. Du som reser ofta känner säkert igen dig. Jag undrar hur många dagar som blivit förstörda redan i säkerhetskontrollen? Och vad hjälper det då att flygvärdinnorna och alla stewards har gått charmkurser? De börjar i motvind, för en pusselbit fungerar inte. Vad hjälper det att Visit Sweden lägger ner miljoner på att marknadsföra Sverige om intrycket av Sverige förstörs i säkerhetskontrollen?

**Du som läser** det här nyhetsbrevet, försök att le ofta. Visa empati. Och försök att få alla dina medarbetare att förstå hur viktigt det är att kunna le. För vad är det som händer när du ler? Du får ett leende tillbaka. Och plötsligt blir livet så mycket roligare. Det visste tjejen i säkerhetskontrollen på Zürich Flygplats.

**Trevlig läsning och** ett speciellt extra välkommen till alla ni över 400 nyttillkomna prenumeranter sedan förra nyhetsbrevet!

**GÖRAN ADLÉN**

# Tänk vad många saker man kan göra i **REAL LIFE**

## Nästan dagligen ser vi nya tankar om nästa generation på webben, Det är web 3.0 och det är generation C...

Men tänk om nästa stora trend bland ungdomar faktiskt blir att träffas "real life". Att de upptäcker saker som man kan göra fysiskt, och inte bara på nätet. I flera ungdomsmätningar har det börja dyka upp ord som tekniktrötthet, att det är jobbigt att ständigt vara nåbar etc.

### I DEN SENASTE UNGDOMSBAROMETERN ÅTERFANNNS BLAND ANNAT DESSA CITAT:

"När Facebook blivit otrendigt tror jag det kommer bli mer populärt att träffas och umgås i verkligheten istället för på internet. Bio, fika och aktiviteter där man umgås."

"Förhoppningsvis blir det trendigt att stänga av datorn och mobiltelefonen och börja träffa människor i verkligheten igen - att upptäcka naturen och all kultur som finns, att vara med och påverka och skapa nytt."

"Att vara på publika ställen annat än internet. Fler verkar vilja gå någonstans på stan och hänga, inte bara på communities. Ungdomar vill träffa varandra i verkligheten."

"Att göra saker med sina vänner i verkligheten istället för att "umgås" så mycket via msn och facebook. Man kommer inse att det är roligare att åka på äventyr tillsammans, träffas efter skolan, och gå på konserter än att sitta framför datorn och läsa en blogg."

Detta ligger också i linje med den äkthets-trend som vi ser så starkt idag. Det blir nästan tontigt att visa upp att man har 314 vänner på Facebook och skryta om sitt stora kontaktnät. Det finns också en rädsla för att säga vad man tycker på nätet. Flera har exempelvis blivit avskedade på bland annat Virigin Atlantic, efter att ha kritiserat arbetsgivaren på Facebook. Många ungdomar har också insett att deras potentiella arbetsgivare söker information om dem på communities. Och hur roligt tycker ungdomarna det är att föräldrarna lägger ner massor av tid på att vara inne på exempelvis Facebook?

Det var ju det som jeansmärket Levis råkade ut för, för många år sedan när föräldrarna valde att gå likadant klädda som sina barn, och märket snabbt tappade hipfaktorer.

### MYCKET COOLARE ATT VARA YES-LIFER ÄN ATT VARA NO-LIFER!

Min mellanson Felix förklarade för mig varför det idag är mycket coolare att vara yeslifer än att vara nolifer. Nolifer är en riktig tönt som inte har något eget liv utan sitter vid datorn hela tiden och läser bloggar, spelar dataspel och umgås med polare på MSN och Facebook. En yeslifer är däremot cool. Han eller hon har pojkvän eller flickvän, är ute och festar och träffar sina kompisar real life, dvs att helt enkelt kunna möta äkta vänner i riktiga livet. Det är kanske något för alla vuxna att tänka på som nu gör sitt intåg i andra vågen på Facebook och sitter och berättar om exakt allt vad de gör just nu, skickar sina inbjudningar till diverse grupper eller berättar att de är med i en pokerturning. Det är därför jag med envishet säger att Facebook är övergående, och att få, varken ungdomar eller vuxna, vill bli betraktade som nolifers. Det är också därför det personliga mötet kommer att bli allt viktigare.

Jag fick ett sms från Felix som är 16 år, och två av hans polare, som beskrev yeslifer och nolifer för mig. Så här stod det: "Nolifers har inget liv. Dom sitter bara vid datorn framför allt annat. Yeslifer är dom som verkligen vill visa att dom är nåt, festar, hänger mest med folk och är alltid med flickvännen. Dock börjar många bli trötta på detta sättet att se folk, så det är mer okej igen att inte ha något liv. Haha".

## BLI EKOLOGISK, SPARA 20 PROCENT

Nu har det första ekologiska typsnittet kommit som sparar upp till 20 procent av bläckutskrifterna. Fonten heter Ecofont och kommer från holländska Spranq. Ecofont skillnad mot andra typsnitt är att man har pyttesmå håll i varje bokstav, och i mindre storlekar märks knappt någon skillnad. Vill du ladda ner det ekologiska typsnittet så gå in på [www.ecofont.eu](http://www.ecofont.eu). Har du sen en hederlig gammal lupp kan du se de små hålen i typsnittet på utskrifterna.

## NOSTALGILÄSNING PÅ SKÄRMEN

Har du tröttnat på att läsa långa textmassor på skärmen och tycker att det var bättre förr när man läste all text i tidningar, så finns en bra kompromiss i programmet Tofu. Gå in på [www.amarsagoo.info/tofu](http://www.amarsagoo.info/tofu) och ladda ner programmet gratis. Det gör så att du kan läsa word-dokument och pdf-filer på ett mer läsvänligt sätt. Programmet delar upp texten i spalter så att det liknar en tidning. Fungerar dock bara för Mac. Du kan även klistra in text från hemsidor i Tofu.

## DEN MISSTÄNKSAMMA KUNDEN

Studier har visat att upp till 30 procent av allt koffeinfritt kaffe som serveras på restauranger och på coffee-shops inte är koffeinfria, utan faktiskt innehåller en hel del koffein. I vissa fall är det ingen skillnad alls mot det vanliga kaffet med koffein. En ny produkt som heter D+Caf Test Strip är en enkel produkt som inom en minut visar om kaffet innehåller koffein eller inte. Du håller bara ner test-stripen i en sked med kaffe i fem sekunder och inom en minut har du svaret på om det verkligen är ett koffeinfritt kaffe du beställt. Mer om produkten hittar du på [www.discovertesting.com](http://www.discovertesting.com). Denna lilla produkt är en del av en mycket större trend, där kunden blivit mer misstänksam och vill veta sanningen.

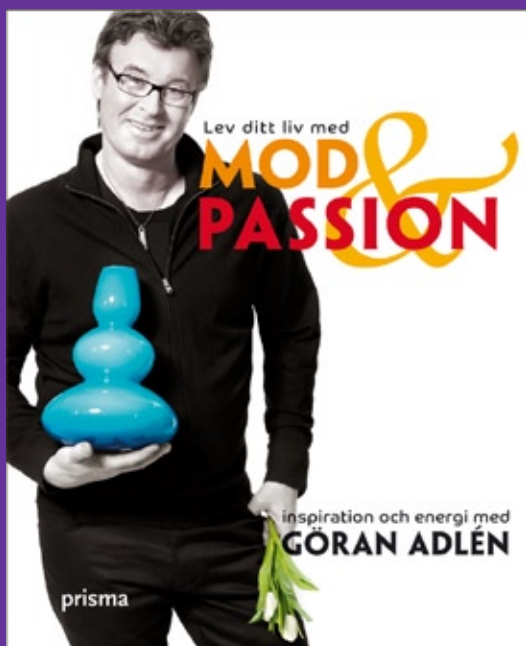
Ett annat exempel är en nystartad amerikansk sajt, Fatburgr. På [www.fatburgr.com](http://www.fatburgr.com) kan du se innehållet på mat du äter på fastfoodrestauranger. Får du för dig att äta en tripple Whopper med ost på Burger King kan du blixtsnabbt se att du får i dig 1250 kalorier, 84 gram fett och 52 gram kolhydrater. Informationen får du dels på deras hemsida och direkt till Iphone. Enkelt och smidigt, som underlättar för konsumenten att få ett snabbt besked. Restauranger som inte vill berätta om innehållet i sina produkter sätter Fatburgr upp på sin Wall of shame. Transparens och ärlighet blir två allt viktigare ord i konkurrensen om kunderna. Vi vill inte bli lurade och blir vi det, kan det vara förödande för företaget.

## MYCKET PASSION i chef

I en stor artikel i tidningen Chef blev jag intervjuad om varför det är så viktigt att vara passionerad som chef.

Deras reporter Fredrik Emdén belyste det på ett mycket bra sätt och artikeln har också blivit flitigt citerad ute på olika nyhetssajter.

Just passion är huvudtemat i min senaste bok "Lev ditt liv med mod och passion". En bok som ger råd, tips och hjälp för att ta fram DIN passion, och framför allt att du ska våga göra det du helst vill. Är du intresserad av att läsa boken så finns den att beställa på [www.adlibris.se](http://www.adlibris.se)



LÄS MER OM ALLA MINA BÖCKER PÅ [www.adlen.nu](http://www.adlen.nu)

# FETT RÄTT

**Aldrig har jag fått mer respons på ett nyhetsbrev än det förra. Jag har fått mängder av tackmail, sms och positiva telefonsamtal. En person tyckte dock att jag inte skulle uttala mig i frågor som jag inte hade djup kunskap om. Jag vill gärna förtydliga att allt jag skriver om utgår från trendperspektivet och jag har inte sett som min uppgift att ge djup fackkunskap inom alla områden. Just i fallet med LCHF har jag däremot valt att testa själv. I drygt ett halvår har jag följt principen. Resultat är hittills minus 13 kg och jag tror aldrig jag ätit godare mat, eller känt mig piggare och starkare. Viktigt, eftersom jag alltid tyckt om att träna.**



Foto: Anna-Lena Ahlström

**Jag skrev i min ledare** om det alltmer uppblussande fettkriget och om diskussionen mellan de kända bantningsprofessorerna och en allt större mängd anhängare av LCHF (lite kolhydrater och mycket naturligt fett). Tanken med min ledare var att påvisa varför trender är så långsamma och varför nya rön alltid möts med massivt motstånd till en början. Egentligen var det inte första gången som jag skrev om LCHF, utan även i min **tendrapport 2008** hade jag det som ett exempel på vad som händer i motståndsrörelsen mot allt nytt. Tydligare än så här kan det inte bli, och jag kan säga att jag fått fett rätt hittills. Det är därför jag skriver om det här igen, och jag tycker att alla som är intresserade av trender ska följa utvecklingen i fettkriget.

**Jag skrev i min tendrapport** att det som kommer att hända är att myndigheter och de stora livsmedelsföretagen snabbt kommer att peka på forskning som visar att fettrik kost är skadlig och de kommer att "ignorera" studier som visar motsatsen. I januari 2009 kom mycket riktigt ett utspel från Livsmedelsverket, där de gick ut och varnade för de långsiktiga konsekvenserna med fettrik kost och lite kolhydrater. Om man ska döma av folkets uppfattning utifrån en webbenkät på Aftonbladet så tror dock 82 procent inte på Livsmedelsverket. Men livsmedelsverket fortsätter med oförminskad kraft att varna. De skyddar sin ståndpunkt genom att påvisa eventuella faror längre fram i livet, och det som är intressant är nu att den sanning som gällt under många år, inte gäller längre. Läkare har nämligen sagt att en mans midjemått inte bör överstiga 94-102 centimeter och för en kvinna, 80-88 centimeter. För kvinnor gäller dessutom att midjemåttet bör vara mindre än höfternas omfång medan det för män gäller att höftomfånget kan vara lika stort som midjemåttet. De har varnat för den farliga bukfetman. Men om man nu ska tro Livsmedelsverket så gäller inte det längre, utan allt beror på hur man gått ner i vikt. Visst är det lite konstigt!

**Ja, som sagt följ utvecklingen** i det här kriget. Läs på bloggar om LCHF och se hur en allt större grupp bygger upp sitt motstånd mot myndigheterna och de kända bantningsprofessorerna. Se hur myndigheterna kommer att idogt försvara sin ståndpunkt. Se hur den del av livsmedelsindustrin som drabbas om LCHF slår igenom stort, kommer att fokusera på forskningsrapporter som visar på skadeverkningar av liknande typ av kost, samtidigt som de ignorerar de andra forskningsrönen som visar stora hälsofördelar. Man förstår plötsligt varför trender är så långsamma och motstånd mot allt nytt är så stort!

# Från världsmedborgaren till **LOKALPATRIOT**

**Många har lyssnat på föreläsare de senaste åren som pratat om världsmedborgaren, och att länder kommer att ersättas av städer. Vi har hört att vi har mer gemensamt med den som bor i London, Köpenhamn och New York om vi själva bor i Stockholm, än med människor i Sunne eller i Långträsk utanför Piteå. Vi har samtidigt sett drömmar om ett EU, där alla ska vara som en enda stor familj. I Sverige pratar vi om större regionala satsningar där vi ska skapa storregioner. Men är det verkligen så det kommer att bli? Jag tror inte det!**

**Samtidigt** som detta sker så ser vi allt mer av lokalproducerade livsmedel i dagligvaruhandeln. I mitt nyhetsbrev i mars 2006 skrev jag om att "himma är bäst" (som man säger som skåning) och att det lokalproducerade kommer att växa sig starkt. Resultatet ser vi idag på hyllorna runt om i våra butiker. Nya lokala initiativ startar upp, och många har en utpräglad passion och dedikation till att skapa unika produkter. Det finns också en nostalgi i de här produkterna och en känsla av att det var bättre förr.

**Precis** den utveckling som vi ser i livsmedelshyllorna ser jag också mer och mer även på makroplanet. Vi blir helt enkelt mer och mer lokala i vårt agerande. Om vi har köpt en lägenhet i Västra Hamnen i Malmö, så säger vi inte att vi bor i Malmö, utan att vi bor i Västra Hamnen. Varumärket Västra Hamnen är plötsligt starkare och mer positivt laddat än varumärket Malmö. I Stockholm säger man att man bor exempelvis i Birkastan, Vasastan eller i SOFO (söder om Folkungagatan). Vi skapar små lokalpatriotiska öar. Runt dessa små öar kommer det att skapas mikroföretag som har som sin primära målgrupp just invånarna på "ön". Det kan vara mikrobryggerier, bagerier, lokala livsmedelsproducenter, lokala designers etc. Det blir ett nytt näringsliv som bygger på de starka lokala värderingarna. Många av dessa företag har inte ambitionen att växa sig stora, utan vill behålla sin ytterst lokala position.

**Det** är en stor utmaning för landets samtliga kommuner, att kunna möta denna utveckling. Alla kommuner i landet har ett mål, tillväxt. En vision som de delar med världens bilföretag. Några mer djupgående resonemang tror jag knappast att jag behöver göra. Du förstår vad jag menar. Och det är inte bara kommuner som kommer att känna av denna utveckling. Vi kommer att se fler lokala sparbanker och fler lokala försäkringsbolag växa fram. Samtidigt som vi som en mottrend kommer att se fler fusioner med ännu större aktörer. Alltså riktigt smått och lokalt, eller riktigt stort och globalt.

**På** landsnivå ser vi också en ökad patriotism. Minoritetsspråken blir till exempel allt mer populära, som exem-

pelvis samiska eller korniska. Man återupplivar till och med utdöda språk som manx. Manx räknades som utdött år 1974, då den siste infödde talaren av manx avled. Sedan dess har stora åtgärder vidtagits för att återuppliva språket, och idag växer barn på nytt upp med språket som modersmål, och därför räknas manx som ett återupplivat språk. Manx ingår i slakten gaeliska språk. Runt om i världen ser vi att minoritetsspråken får en renässans.

**Allt** detta pekar mot att vi blir allt mer lokala i vårt agerande, och att tanken om världsmedborgaren blir en isolerad företeelse till en liten klick teoretiska tänkare.



**Med  
hälsningar  
från ännu  
en underbar  
vinterdag i  
min favoritstad,  
vackra Strängnäs!**



OM DU  
KOMMER TILL  
EN SKILJEVÄG,  
TA DEN

Yogi Berra

### PREMIÄR FÖR MIN NYA FÖRELÄSNING LÄNGE LEVE LÅGKONJUNKTUREN PÅ TAMMSVIK

Den 9 mars har jag premiär för min nya föreläsning – Länge leve lågkonjunktoren på Tammsvik. En föreläsning som kommer att visa på att alla förändringar sker under lågkonjunktur. Det är nu chansen finns till en förändring, och jag tar också upp mina tankar om varför just denna lågkonjunktur kan skapa en riktigt stark superekonomi. Vill du veta mer om denna föreläsning gå in på

[www.tammsvik.se](http://www.tammsvik.se)

# LÅGKONJUNKTURSINSPIRATION

Det är nu det ska ske. Alla förändringar som sker på marknaden, sker under tuffare tider. Det gäller att våga satsa. Men vänta inte på nästa högkonjunktur, utan gör det nu. Ge din organisation massor av inspiration och framför allt fokusera på försäljningen. Här kommer mina två nyheter för att hjälpa er:

## BOOSTCAMP

Ett intensivt halvdygn där all kraft och energi läggs på att skapa de bästa förutsättningarna för att nå säljresultat. Vårt mål är att deltagarna efter denna halvdag ska känna sig motiverade, stärkta och ha fått tankar och idéer om hur de kan skilja ut sig bland mängden säljare i konkurrerande bolag. För att lyckas krävs det att:

Du måste bli älskad, inte bara respekterad. Du måste ha ett erbjudande som gör att du skiljer ut dig från mängden, och du måste som säljare arbeta mot "rätt" kunder och prospekts. Och så det allra viktigaste för att lyckas som säljare, att ha rätt attityd i allt som du gör. Att lyckas är helt beroende på vilken aktivitetsnivå du lägger dig på, vilken kvalitet du når på dina bokningar och besök. Det är detta som till slut blir ditt resultat. Under dagen får du möta framgångsformeln  $A \times K = R$  många gånger. Denna halvdag genomförs tillsammans med Hasse Olsson, en mycket uppskattad föreläsare och coach inom försäljning. Mer om Hasse kan du läsa om på [www.revenuefactory.se](http://www.revenuefactory.se). Mer om Boostcamp kan du läsa om på [www.adlen.nu](http://www.adlen.nu) under föreläsningar.

## INSPIRATIONSFÖRELÄSNING - LÄNGE LEVE LÅGKONJUNKTUREN

På Wikipedia står det så här om den mest klassiska av alla cykeltävlingar – Tour de France: "Det går inte att vinna Tour de France utan att köra bra i bergen". Du har sett bilderna från de djävulska Alpe d'Huez, Col de Madeleine och Col du Tourmalet. Alla har fruktansvärd mjölksyra i de kraftigt stigande uppförsbackarna, men så har någon extrakrafter att ta till. Rycket kommer. Ett ryck som kan avgöra en hel tävling. En lågkonjunktur är som en bergsetapp. Det gäller att satsa när det är som svårast. Det är nu chansen finns att ta marknadsandelar och vinna positioner på marknaden. I förra lågkonjunktoren lanserade Apple Ipod, och den indiska stålkoncernen Mittal Steel offensiva satsning ledde till stora framgångar. Alla kan lyckas i högkonjunktur, men det är i svårare tider som agnarna skiljs från vetet. Det är nu chansen finns att lyckas! Men det krävs mod, det krävs satsningar, och det krävs att hela företaget ser möjligheter istället för problem. Det här är en optimistisk föreläsning som visar hur man kan lyckas i lågkonjunktoren och bli en vinnare. Budskapet är enkelt – trotsa lågkonjunktoren! Denna föreläsning kan också fördjupas mer för chefer och när och hur man motiverar, kommunicerar och inspirerar sina medarbetare under tuffare tider.

Tid: 30 minuter – 2 timmar

[www.adlen.nu](http://www.adlen.nu)

# DOKUMENTERAT SEXLIV FÖR EXCELFANTASTER

Nej, det är inte Microsoft som lanserar den här tjänsten och som gjort ett tillägg till Excel. Sajten heter [www.bedposted.com](http://www.bedposted.com) och är en sajt där du kan logga alla dina sexuella aktiviteter (helt för eget bruk). Jag hittade det här på Trendanalysföretaget Springwise sajt, och man tar upp det som exempel på fenomenet, att man nu i princip kan logga allt man gör på olika sajter. Allt från din vikt, väder, dina hushållsutgifter, och du kan som nybliven mamma föra amningsdagbok etc. På sajten bedpost går man ut med budskapet att allt är strikt konfidentiellt, och man inte har någon avsikt att starta upp en community. Ja, vad ska nästa steg i att försöka katalogisera våra liv bli?

## REFLEKTION

600 personer lyssnade i början av februari på Chris Anderson, författaren till *The Long Tail*, men också Wireds chefredaktör, som nu kommer med en ny bok som heter *Free*. Chris Andersons budskap är att allt går mot en gratiskultur. Han säger att allt som går att göra digitalt blir gratis, och man måste hitta nya sätt att ta betalt för tjänsterna. Uppenbart rör det inte hans egen verksamhet då han på traditionellt sätt tog ut ett vanligt föreläsararvode. Ja, vanligt och vanligt, förresten. Hans prislapp lär ha legat kring en halv miljon, och biljetterna á 695:- såldes på traditionellt sätt. Det är en rätt spännande detalj med tanke på att temat var *Free*. Men är det verkligen så enkelt som Chris Anderson säger, att allt blir gratis? Är det inte snarare så att det alltid finns ett sug efter det unika? Precis så unik som han själv kanske är, vilket skulle förklara hans höga arvode. Eller kommer det kanske istället att utvecklas en liten elitistiskt bestsellerkultur som kan ta riktigt mycket betalt, medan den stora massan får allt svårare att tjäna pengar.

Vad tror du?

## GÖRAN ADLÉN

Trendanalytiker, författare och en av Sveriges mest anlitade föreläsare, arbetar som rådgivare till både mindre och större företag med framtidsfrågor. Göran genomför också skraddarsydda utbildningar. Han har tre år i rad nominerats till årets talare av Eventakademin. Han är också författare, och har skrivit tre böcker. Hans första bok kom ut 2005, "Framtiden är inte vad den brukade vara" (som blev utsedd till årets ledarskapsbok). 2007 kom han ut med boken "Konsten att bli något utöver det vanliga", en bok som handlar om det personliga varumärket. Görans nya bok, *LEV DITT LIV MED MOD & PASSION*, dök upp i bokhandeln i oktober 2008. I den kan du bli läsa om hur du ska lyssna lite mer på dig själv och vad du själv vill. Sedan 2002 ger han ut en mycket uppmärksammad trendrapport - tio tankar om trender.

KONTAKT: Göran Adlén mobilfn 0708-56 02 93 [goran@adlen.nu](mailto:goran@adlen.nu) [www.adlen.nu](http://www.adlen.nu)

# SENASTE TIDEN

## Spännande uppdrag

**Sedan mitt förra nyhetsbrev i december har jag först haft en fantastiskt skön vila på nästan fyra veckor, och sedan startat det nya året med en riktig burnout.**

**Så många spännande uppdrag, och jag är faktiskt glatt överraskad över hur optimistiskt mina kunder ser på konjunkturen. Det verkar som många har bestämt sig för att verkligen trotsa lågkonjunkturen. Bland alla roliga uppdrag vill jag nämna:**

### Bergendahlsgruppen

Detta fantastiska familjeföretag som funnits i 87 år hade sin årliga kickoff i Hässleholm, och jag hade nöjet att få föreläsa om bland annat konsumtionstrender och varför passionen är så viktig för att lyckas.

### Vinge Advokatbyrå

I vackra Lenzerheide i Schweiz hade jag nöjet att få föreläsa för hela advokatbyrån om mina tankar hur man ska stärka sitt varumärke ytterligare, och möta framtidens klienter.

### Ballingslöv

I samband med företagets nordiska kickoff fick jag föreläsa i Båstad om bland annat framtidens konsumenter, och de trender som man kan se när det gäller kök och inredning.

### Lunds tekniska högskola

Jag var avslutningstalare inför ett hundratal personer i administrationen på Lunds tekniska högskola. Mitt tema för dagen var hur man ska attrahera framtidens studenter.

## Borås tidning

I samband med Borås tidnings årliga annons-tävling hade jag det stora nöjet att få föreläsa om framtidens marknadsföring. Platsen var en av mina favoritställen att föreläsa på, Åhaga, och jag måste säga att det kändes verkligen som riktigt feststämning den här kvällen.

## Carlsberg

Inför ett tjugotal personer på Carlsberg marknadsavdelning pratade jag en tidig fredagsmorgon om framtidens trender gällande bland annat mat och dryck. Ett mycket spännande uppdrag, och som gåva fick jag en pryl jag inte trodde fanns. En manick som skapar en perfekt skumkrona på Guinness öl. Och jag lovar, den funkar!

## Forma Books

Inför en mycket entusiastisk grupp pratade jag i tre timmar om mina tankar om hur man ska konkurrera som förlag i framtiden. Mycket spännande diskussioner!

” ETT LEENDE SKER  
I ETT ÖGONBLICK,  
MEN MINNET AV  
DET KAN FINNAS  
KVAR EN LIVSTID

Greta Garbo

# NÄSTA NUMMER KOMMER UT I MARS 2009

Vill du att fler skall få mitt kostnadsfria nyhetsbrev är det bara att anmäla sig på [www.adlen.nu](http://www.adlen.nu)