

Linköping Science Park

Joakim Hedström

COMMUNITY

COMMUNITY

- så bygger du en gemenskap
där alla vinner



COMMUNITY
BUILDING
COMMUNITY
BUILDING
COMMUNITY
BUILDING

COMMUNITY

– så bygger du en gemenskap
där alla vinner

L I N K Ö P I N G
S C I E N C E
P A R K

fantasi & **FAKTA**

FANTASI & FAKTA
fantasifakta.se

© Eget Förlag Sverige AB och Linköping Science
Park AB, Norrköping 2020

FOTO: Crelle Photography (sid 14, 52, 57, 81,
82, 90), Fotograf Engström (sid 32), Oskar Omne
(sid 6), Pernilla Andersson (sid 57) Niclas
Kindahl (sid 60) Lasse Hejdenberg (sid 37)
Stockbilder/Unsplash (sid 1, 3, 6, 13, 21, 23,
25, 34, 36, 39, 44, 51, 66, 71, 74, 81, 89)

TEXT: Joakim Hedström

OMSLAG, DESIGN & SÄTTNING: Edit & björnen
REDAKTÖRER: Anna Broeders, Fredrik Larsson,
Lena Miranda och Hugo Samuelsson

KORREKTURLÄSNING: Hanna Johansson
Tryckt i Litauen

ISBN: 978-91-88489-16-6

community



Linköping Science Park





CONTENTS





07

01. Den gemensamma resan framåt

22

03. Varför gör du vad du gör?

37

05. Tändstickor för att starta en lägereld

45

07. Platsens betydelse

15

02. En gemenskap med ett större syfte

29

04. Coworking – automatisk korsbefruktnings

42

06. Så skapar du en community

53

08. Om eld-själens försvinner, vad finns kvar?

58

09. Håll community-kitteln kokande

67

11. En befriande syn på världen

75

13. Det större perspektivet

91

15. Till-sammans är nyckelordet

+

61

10. Makers-Link – från hantverk till robotik

72

12. Undvik fallgroparna

83

14. Vems bästa jobbar vi för?

94

16. Lästips

+

Svante Axelsson / Fossilfritt Sverige

ALLA ÄR PÅ HUGGET
OCH VILL BIDRA



01. Den gemensamma resan framåt

När regeringen utsåg Svante Axelsson till nationell samordnare för initiativet Fossilfritt Sverige fanns det tre ledord att följa. Han skulle synliggöra arbetet, utmana och inspirera andra.

”Jag brukar lite provocativt säga att jag har Sveriges lättaste jobb. Att få leva och jobba i det här landet där alla är på hugget och vill bidra till att vi blir världens första fossilfria välfärdsland.”

Svante Axelsson är agronomen och miljöekonomen som i 16 år var generalsekreterare för Naturskyddsföreningen. Nu

har han uppdraget att förena 21 branscher och få dem, och egentligen hela Sverige, att på sikt bli fossilfria. Att samla människor från små och stora företag bakom en gemensam vision och agenda.

Bland de hundratals medlemmarna finns läkemedelsföretag, transportörer, stora matkedjor, elleverantörer – och till och med bensinbolag. Svante Axelsson beskriver dem som ett klimatarbetets Friskis&Svettis. Alla ska kunna vara med på sina egna villkor och utifrån sina förutsättningar.

Många skulle antagligen se det här som ett omöjligt uppdrag, men Svante Axelsson är optimistisk. Och visst följer han regeringens direktiv om att utmana, inte minst när han säger att ”den stora fajten handlar om att reta upp människor. Varför då? För att få dem att inse att det inte är så svårt att gå samman och bli fossilfria.”

Initiativet har funnits i några år och verkar definitivt vara framgångsrikt.

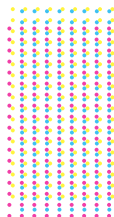
Svante berättar att ledarna på de största företagen i landet plötsligt säger att de upplever sin vardag som mer meningsfull. Det är till och med något de berättar öppet. ”Vi har sålt samma sak i decennier, men tänk om vi nu kan vara med och skapa något stort. Tänk om jag får vara med om det här, att vi blir först i branschen att vara fossilfria.”

Meningsfullheten står i fokus. Inte bara för Svante Axelsson och Fossilfritt Sverige.

”För att kunna samla människor behöver vi ha något större att sikta mot. Vi måste berätta varför vi gör vad vi gör. Folk är inte sugna på att jobba sig trötta, skaffa villa och vovve, och veva runt. De vill ha mening på riktigt.”

Det är därför som Fossilfritt Sverige utbildar företagsledare och politiker i storytelling: konsten att föra vidare en berättelse. Så de kan berätta om vad de gör, hur de gör det, och varför de gör det – utifrån sig själva och med sitt eget språk.

”Du kan stå och snacka om kurvor och fakta hur mycket som helst. Du kommer ändå inte innanför skalet på någon. Jag vill kunna åka ut till en årskurs 8 i Sverige och säga att vi vuxna faktiskt har jobbat lite, och inte bara slöat. Det här är den svenska berättelsen om hur vi ska bli ett av världens första fossilfria välfärdsländer.”





Att lämna allt och starta något nytt

För fem år sedan valde Jean Zagonel och hans fru att flytta 10 000 kilometer för att starta ett nytt liv. Hon skulle skriva sin doktorsavhandling vid Linköpings universitet och han följde med för att läsa masterprogrammet i företagsekonomi.

”Tchau Brasil. Hejsan Sverige!”

Innan de åkte iväg letade de efter användbar information om Sverige. Via sociala medier och vänners vänner försökte de hitta någon som möjligtvis kunde berätta något om landet de skulle flytta till.

Snart visst de åtminstone att det var bra att ha lager på lager av kläder på sig. Men det var inte bara kläderna och maten som var annorlunda, upptäckte de när de landade. Även kulturen och sättet svenskar kommunicerar på var nytt för dem.

”I Brasilien handlar kommunikation mer om relationerna till varandra”, säger Jean Zagonel. ”Där ser vi mer till sammanhanget och gruppens bästa, än bara orden i sig.

I Sverige är det mer individualistiskt och rakt på sak när vi pratar.”



Han säger att människor som – likt hans fru – kommer till Sverige och har ett jobb väntande ofta får ett sammanhang direkt. De får en gemenskap med kollegor som hjälper till med att slussa in dem i det svenska samhället.

Jean Zagonels egen entré i Sverige var till en början tuffare. Han hade inget jobb och inga upparbetade nätverk.

Sedan kom han i kontakt med några av de hundratals brasilianska familjer som bor i Linköping. ”Det arrangerades olika evenemang för oss. Det gjordes av en person på universitetet som också kom från Brasilien. Men när han flyttade försvann det mesta. Kanske finns det kvar några mindre grupper som fortfarande träffas, men det är inte samma sak som tidigare.”

Anledningen till att de större evenemangen föll bort var att det inte längre fanns en tillräckligt stark kraft, en tydlig ledare, som kunde förena de svensk-brasilianska familjerna. Det fanns ingen eldsjäl som orkade driva communityn framåt.

Jean Zagonel hade ändå tur. Han har en naturlig nyfikenhet för att träffa människor och lära sig nya saker. Det var dessa drivkrafter som öppnade samhällsdörren för honom.

Han besökte evenemang på och omkring universitet. Han träffade intressanta människor och blev hembjuden till en person.

Snart fick Jean även en fråga om han ville gå med i Linköping Science Parks studentstyrelse.

”Det var där som snöbollseffekten började på riktigt. Tack vare det uppdraget fick en universitetsanställd upp ögonen för mig. Han sa att eftersom jag var engagerad i styrelsen betydde det att jag gick att lita på. Så även om det jag gjorde var ideellt så blev det en byggsten som gav en plats på universitetet och nu har jag ett fast jobb på ett bolag här i parken.”

Två berättelser utifrån samma kärna

I praktiken fick Svante Axelsson uppdraget att starta en community. Men hur mycket skulle det ha intresserat några av de största företagen i landet att gå med i communityn Fossilfritt Sverige? Ändå blev det en community som nu förenar 21 branscher på vägen mot att göra Sverige fossilfritt – och får företagsledare att känna en ovanlig känsla av meningsfullhet inför det de jobbar med.

För Jean Zagonel var det bristen på ett sammanhang som gjorde att han till en början stod utanför det svenska samhället. Han hade ingen aning om var han kunde hitta människor som värderade samma saker som han. Det var först när han blev inbjuden till studentstyrelsen – och fick entrébiljetten till en första gemenskap – som det svenska samhället öppnade sig.

Så vad är en community? Och varför menar vi att communities kan vara nycklarna till vårt framtida land? Vänd blad så fortsätter berättelsen.





02. En gemenskap med ett större syfte

Tonåringar som har varit på it-läger. Människor som driver coworking-yltor. Eldsjälarna bakom olika innovationsmiljöer. Experter i regeringskansliet. De använder olika ord, men delar i praktiken samma bild.

Enligt Svenska Akademiens ordlista är en community "en mötesplats på internet". Med en sådan definition är kommentarsfältet under en tidningsartikel på nätet alltså en community, vilket inte stämmer.

Låt oss därför hitta en bättre förklaring.

En community är en gemenskap. Det är ett sätt att umgås. Det är människor med liknande attityder, inställningar och prioriteringar. Det kan vara familjen och vännerna. Kanske föreningen och gänget på kolonilotten. I bästa fall är det även samhället i stort och Sverige som land.

Det är grupper av människor som delar samma värderingar. Människor som står sida vid sida för att de tror på någonting. För att de har en gemensam berättelse om varför de gör det. De vet vad som är okej och inte – utan att de har läst ett regelhäfte.

En community är något mer än människor som säger hej till varandra i trappuppgången eller i matbutiken. Den innefattar något mer än människor som bara råkar vara på samma plats vid en viss tid.

Enligt Peter Block, författare av boken *Community – The Structure of Belonging*, handlar communities om just det: den mer eller mindre strukturerade gemenskapen och känslan av tillhörighet. Att communities kan vara lösningen och tryggheten för oss i en splittrad värld – där länder, kyrkor, företag och föreningar är uppdelade i egna världar, istället för att vara en del av en större helhet.

En community byggs inte av rädslor eller egon, utan av människor som frågar vad de kan tillföra andra. Det bygger på förtroende och generositet och tron på att det är vi – du, jag och likasinnande – som tillsammans kan skapa någonting större som vi alla tjänar på och mår bra av.



En community byggs av människor som ser bortom sig själva. Personer som är öppna och villiga att dela med sig av kunskap och erfarenhet. Som lyssnar och samarbetar. Människor som är passionerade och glöder, snarare än att de *bara* har ett intresse för något.

Från Linköping till världen

Det här är ingen komplett community-bok. Ingen heltäckande guide som förklarar alla hemligheter. Snarare är det en bok om människor. Ett antal berättelser från tonåringar och äldre människor, från egenföretagare och anställda på regeringskansliet. En samling historier och perspektiv som tillsammans vill förklara vad en community kan vara och vad det är som gör att en community fungerar.

Även om boken inte handlar om Linköping är det härifrån vi tar avstamp. För när det gäller communities cirkulerar de alltid kring en plats – oavsett om den är fysisk, digital eller en blandning. Och det är utifrån dessa platser vi lever våra liv.

Det är också i Linköping avsändaren till den här boken finns – [Linköping Science Park](#). En organisation som startade som en fysisk utvecklingsmiljö, men nu är på väg att ta steget från plats till plattform. En plattform som vill ska-

pa förutsättningar för individer, nätverk, företag och andra organisationer att nå sin fulla potential, där talangattraktion och communitybyggande är givna inslag för att nå framgång.

Talangbristen största tillväxthindret

Tidigare gick vi till det fysiska kontoret när vi skulle jobba. I dag arbetar vi över landsgränser utan att ens tänka på det. Många av oss kan vara på semester på andra sidan jorden och ändå ha tillgång till samma verktyg som hemma. Och kollegorna kan lika gärna finnas i Nepal som i Helsingborg, den stora skillnaden är tiden och möjligtvis språket.

Under de senaste decennierna har vi skapat teknik som tagit bort många av de hinder som tidigare höll oss isolerade. Vi har skapat något fantastiskt – och möjligtvis problematiskt.

Om människor nu kan flytta runt och jobba var de vill, hur ska då Sverige behålla den kompetens vi behöver för att kunna bygga ett starkt land även i framtiden? Och ännu hellre: Hur ska vi skapa så härliga platser, städer och sammanhang så att de även vill bo här?

Verkligheten är faktiskt betydligt mer komplicerad än så. Enligt **Statistiska centralbyrån** behöver vi år 2035 ha hittat 265 000 fler personer att anställa inom teknik, naturvetenskap, samhällsvetenskap och tillverkning. Människor som delvis, eller till stor del, inte finns i Sverige i dag. Och rapporten *It-kompetensbristen* från IT&Telekomföretagen visar att det redan saknas uppåt 70 000 med tillräcklig digital kunskap och kompetens.

Om vi är intresserade av att behålla positionen som ett kunskaps- och innovationsland behöver vi utan tvekan bry oss om att locka hit fler människor. Både unga och äldre som har den kunskap och erfarenhet vi söker och behöver. Så hur gör vi det?

Lämna allt du känner till, ta med din familj och flytta till Sverige kanske inte är argumentet som kommer att fungera. Jean Zagonel släppte allt i Brasilien, flyttade 10 000 kilometer och hamnade i utanförskap i Sverige.

Visst fick han senare en anställning, men ett jobb är fortfarande bara ett jobb. För att må bra behöver alla människor ett sammanhang och känna sig behövda.

Dessutom visar forskning att det inte är så enkelt att locka människor till ett särskilt område, en viss stad eller region. En förklaring är att människor lockas till människor. Därför måste det redan finnas människor, ett liv och en gemenskap på den aktuella platsen.

Communitybyggande och globala ekosystem

Med boken vill vi även prata om det större perspektivet. Hur communities ger människor en känsla av delaktighet, att de får och kan vara med och påverka. Och att communities både kan användas för att locka till sig framtidens arbetskraft, och byggas samman i större ekosystem.

Vi vill visa hur vi i kretsloppet är beroende av varandra som individer och grupper – och förändringarna som är möjliga att genomföra när ekosystem och kluster av företag och organisationer samarbetar.

Det är därför vi i slutet av boken lämnar community-perspektivet för att istället titta på ekosystem för att se vad som händer när en community samverkar med en annan. För om utmaningarna vi möter redan är på en global nivå – och gäller exempelvis miljön och frågan hur vi kan behålla och öka vår konkurrenskraft när människor är fria att flytta mellan länder – är det också där lösningarna behöver finnas.

Vi hoppas att du gillar vad du läser och vill ha mer. I extramaterialet till boken hittar du checklistor och fler tips på vad du kan göra för att skapa en community – och ge den de bästa förutsättningarna för att överleva och växa.

En sista kommentar innan vi går vidare.

Medan den här boken skrivs är vi mitt i en pandemi där ett virus i grunden skakar om och förändrar bland annat hur och var vi umgås och arbetar. Vi har i årtal diskuterat fördelar, nackdelar och om det ens är möjligt att låta människor jobba hemifrån. När sedan viruset slog till visade det sig att stora delar av befolkningen – på ett fåtal veckor – kunde ställa om till att distansarbeta.

Även om exempelvis politiska eller ekonomiska faktorer, eller ett virus, även i framtiden kommer att påverka våra liv är en sak säker. Vårt behov av att träffa andra människor och utbyta idéer med varandra kvarstår.





03. Varför gör du vad du gör?

David Brohede är legitimerad psykolog och har jobbat mycket med beteendeförändring. När han hör ordet community tänker han på mänsklig motivation och tillhörighet. Att vi människor vill skapa saker, och göra det tillsammans.

Han menar att det är anledningen till att operativsystemet Linux har blivit så stort som det är. Och att det är förklaringen till att Wikipedia – en webbplats som i skrivande stund drivs av 138 000 aktiva volontärer – har kunnat slå ut många av de kommersiella uppslagsverk som getts ut av företag med enorma budgetar.

Svaret finns i den inre motivationen

David Brohede säger att den moderna motivationsforskningen kan sammanfattas i två delar – inre och yttre motivation – och att det här kan vara svaret på varför en community formas och hur den överlever.

Enkelt förklarat är den *inre motivationen* drivkraften som kommer av din nyfikenhet, vad du är intresserad av och tycker är roligt och viktigt i livet. Därför kallas också denna typ av motivation för autonom motivation. Drivet kommer inifrån. Den yttre motivationen kommer från utsidan och kan handla om pengar, status, priser, skuld känslor, tvång, erkännande och mycket mer. Detta kallas i forskningen för kontrollerad motivation, för att den styrs utifrån.

Om du vill veta om det du gör utgår från en inre eller yttre motivation kan du ställa dig en enkel fråga: *Varför gör jag det här?* Fundera på om du gör uppgiften av egen fri vilja eller för att någon förväntar sig det.

Låt oss säga att du ska gräva en grop. Eftersom du tycker att det är en tråkig uppgift kommer vi överens om att du får 50 öre per spadtag.

”I just det sammanhanget kan det faktiskt fungera med en yttre motivation i form av en belöning”, säger David Brohede. ”Men så fort du har komplexa arbetsuppgifter funkar inte yttre motivation på det sätt vi kanske tror. Komplexa uppgifter kan exempelvis vara att projektleda, skapa något kreativt eller leda en grupp. Det finns studier som visar att människor i vissa fall faktiskt presterar sämre om du ger dem en yttre motivation i form av högre lön eller

resultatstyrd bonus. Det beror på att du just har tagit bort deras inre motivation och anledningen till att de ville göra jobbet från början.”

Han berättar om dottern som hoppar på sin nya studs-matta från tidig morgon till sen kväll. Det gör hon inte för att han betalar henne, utan för att hon älskar det. Flera gånger om dagen springer hon och hämtar pappa för att visa honom vad hon har lärt sig. Om han däremot hade erbjudit henne ett öre för varje studs skulle hon inte ha studsat lika länge eftersom glädjen – den inre motivationen – till att hoppa har tagits bort.

Fokusera på att inte förstöra

”Istället för att göra motivationshöjande insatser borde företag fokusera på att inte förstöra motivationen som finns. För risken med insatserna är att ledarna tror att skrivna strategier och att åka på kickoffer ska lösa saker.”

Orden är David Brohede. Men det är inga bittra ord eller anklagelser. Vad han menar är att de flesta av oss inte förstår vad forskningen säger om motivation.

Under industrialiseringen började vi se på människor som maskiner. Vi drev fram en ökad effektivitet genom belöning eller bestraffning – en ganska simpel världsbild. Den fungerade också i viss mån, på den tiden. Men i takt med att samhället och våra liv har blivit alltmer komplexa måste vi förändra hur vi ser på vad som motiverar oss.

”Det organisationer behöver inse är att de inte kan betala folk för att bli ambassadörer och brinna för sina arbetsupp-



THE
FORTY
MILLION
FIGHTERS



+



Motivation

gifter. Det är omöjligt. Däremot kan du skapa förutsättningarna för att det ska växa fram naturligt hos människor. Och sedan låta bli att förstöra det. Det är när människor väljer att göra något utifrån sin egen drivkraft som du är något på spåren.”

Bestandsdelarna i en stark community

Enligt den moderna motivationsforskningen finns det tre saker du bör fokusera på om du vill bygga en stark community. Ett recept som för övrigt fungerar lika bra om du vill skapa välmående företag. De tre delarna är självständighet, kompetens och lärande, samt samhörighet och syfte.

Självständighet är när du är med och bestämmer hur saker ska göras.

Vill du göra människor självständiga och delaktiga? Ge dem en tydlig riktning och tydliga mål. Låt dem sedan få bestämma vad som ska göras, när det ska göras, var uppgifterna ska utföras och kanske även med vilka.

Kompetensen och lärandet handlar om att du utmanas, utvecklas, lär dig nya saker och blir bättre på det du gör.

Vill du få fler att känna att de utvecklas? Fråga dem då – en i taget – vad du kan göra för att underlätta deras arbetsuppgifter och dagar. Vad kan du hjälpa dem med? Hur då? Vad är det de vill lära sig och bli bättre på?

Samhörighet och syfte är den tredje delen. Det är inte bara ledarna på landets största företag som vill ha en mer meningsfull jobbdag och vardag. Alla vill ha något större att sikta mot och möjligheten att nå dit tillsammans med andra

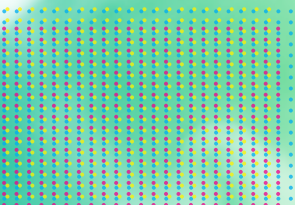
som gillar samma sak som vi.

Förklara varför ni gör det ni gör – förutom att tjäna pengar. Vad är den stora anledningen till att människor ska släpa sig upp på morgonen? Vilken förändring vill din organisation uppnå i världen och varför vill ni det? Vilken berättelse vill du att anställda, kunder och partners ska berätta vidare om er?

De tre delarna ovan passar utmärkt in på operativsystemet Linux och uppslagsverket Wikipedia. De är plattformar som bygger på öppen källkod där vem som helst får, kan och tillåts vara med och förändra innehållet – och dessutom lägga till nytt. Det finns ingen chef som säger vad som ska göras och av vem. Det är upp till dig och alla andra att tillföra det ni tycker behövs, och eftersom inga delar är hemliga är kunskapen fri. Efteråt kan sedan du och flera miljoner andra stolt säga att det är ni som är med och skapar ett av världens största operativsystem och uppslagsverk.



Niclas Söör / Dospace



04. Coworking – automatisk korsbefruktning

När Niclas Söör startade coworking-företaget DoSpace var det för att han såg några trender i samhället.

Den första är att vi står inför en samhällsförändring där varje människa mer och mer vill bestämma själv över sin tid. Vi vill ha något att säga till om när det kommer till vad vi jobbar med, när vi gör det och vilka vi samarbetar med.

Dessutom behöver gemenskapen på jobbet inte längre vara med kollegorna på det stora företaget. Kanske vill du hellre umgås med en grupp människor i dag och en annan i morgon. Och att få göra det utifrån vad du behöver för stunden – både personligen och för det du jobbar med.

Niclas Söör säger att han har sett ett mönster där stora organisationer delas upp i mindre och mer specialiserade företag som jobbar med varandra när de vill och behöver det.

Allt detta klingar bekant utifrån vad motivationsforskningen säger om självbestämmande. För att kunna bli riktigt motiverade vill vi vara med och sätta reglerna.

”En annan sak jag märkte var att de flesta sammanhang är homogena”, säger Niclas Söör. ”Vännerna jag har pluggat med tipsar mig om vissa saker. Sedan ser vi på samma filmer och läser samma böcker. Vi skapar egna kluster som är skyddade från världen. Där kan coworking vara ett häftigt sätt att komma utanför dessa begränsningar.”

Du skulle lite elakt kunna säga att *coworking* bara är ett annat ord för företagshotell. Alltså en kontorsvåning där mängder av enmansföretagare sitter i varsitt rum och delar på ett gemensamt kök, några toaletter och en skrivare.

Du skulle även kunna beskriva en coworking-yta som ett strukturerat och affärsmässigt hippiekollektiv där företag ibland väljer att arbeta tillsammans för att uppnå något större.

Att de glider in i och ut ur sammanhang och skapar samarbeten – communities om du så vill – de har rytm av för stunden.

Verkligheten finns definitivt närmare den senare tolkningen.

Niclas Söör nämner hur människor från olika branscher och företag av alla storlekar träffas och får till affärer som aldrig skulle ha blivit av annars. Anledningen är att de råkar mötas vid kaffemaskinen eller slår sig ner bredvid varandra vid något av de gemensamma arbetsborden.

”Det hade aldrig hänt om psykologen bara åkt på konferenser för att träffa andra psykologer. Det finns en styrka i det okrystade. Här sker kontakterna över lunchlådor en måndag när det regnar. Eller en onsdag vid kaffemaskinen. Det handlar aldrig om att ’nu måste vi ut i världen för att sätta just den här affären eller träffa den och den personen’. Här kan dialogen starta på säkrare mark. Det gör att människor vågar uttrycka sig lite annorlunda än om de träffas medvetet och fokuserat för att diskutera ett projekt.”



På egen hand, men ändå tillsammans

På en coworking-yta kan du dela utrymmen med människor från Örebro, Spanien och Nya Zeeland. Personer som vill jobba med sina egna saker, men inte göra det hemifrån – ensamma. Istället vill de sitta sida vid sida med andra drivna människor som alla arbetar med sin egen sak.

Som anställda har det alltid funnits en struktur för hur vi jobbar, ett sammanhang. När allt fler människor vill verka för sig själva som individer behövs en struktur för att fortfarande kunna ta del av varandras kunskap och erfarenhet – och att hitta varandra. Coworking-ytans uppgift blir där, likt för en science park, att facilitera möjligheter. Att underlätta för människor att hitta likasinnade, energi, inspiration och nya samarbeten.

För Niclas Söör handlar coworking om korsbefruktnings, även om han aldrig använder det ordet själv.

I takt med att världen blir mer komplex så blir även lösningarna det. Därför kommer vi att behöva tänka nytt inte bara kring hur företag samarbetar med andra företag, utan också kring hur vi människor kan samarbeta med andra

människor. Där menar Niclas Söör att en community, oavsett vad den är, är ett perfekt verktyg och ett strukturerat sammanhang för att människor ska kunna träffa varandra och hitta sätt att samarbeta.

Peace, love and profit

Jobbet för den som driver en coworking-yta är att göra allt för att företagen som hyr kontorsrum eller stolar på den gemensamma ytan ska kunna fokusera fullt ut på sina företag. Det ska bara vara att dyka upp och börja jobba.

”Människor ska må bra. De ska känna sig välkomna, sedda och hörda”, säger Niclas Söör. ”De ska känna sig trygga och veta att det inte finns någon risk för att bli nedtryckta eller för ifrågasatta. Vi jobbar väldigt mycket med hur vi bemöter människor och hur vi kan skapa trivsel.”

Niclas övergår till att prata om ledarskap.

Han säger att det gäller att alla vet vad som förväntas av dem. En sådan oskriven regel är att hyresgästerna ska hälsa på varandra när de ses och presentera sig för nya människor. De ska även ta hand om diskmaskinen, oavsett vem som har ställt den smutsiga koppen på bänken och gått därifrån.

”Det är sådana småsaker som bygger upp något större. Eftersom en community är transparent flödar människor in och ut hela tiden. Det gör att nya personer snabbt måste komma in och känna sig trygga, annars sprider de en osäkerhet till alla. Får du en osäker grupp som inte mår bra kommer människorna i den inte att bidra.”

A photograph of two hands, one from the left and one from the right, holding a large, stylized heart. The heart is white with a thick black outline and a black heart rate line running through its center. The hands are positioned as if they are gently holding the heart. The background is a solid light blue. The image is framed by a white border.

PEACE
LOVE & PRO

Att kräva är att kväva

Han funderar en stund innan han berättar om ”en klassisk grej som är ganska talande”.

”Du har ett möte och någon kommer tio minuter sent. Då finns det vissa på mötet som vill markera att det inte är bra. Och andra som låtsas som ingenting. Samtidigt borde väl syftet med mötet vara att folk ska våga bidra och prestera på topp? Men den som kommer sent skäms, vilket får personen att sitta tyst ett tag eftersom den vill acklimatisera sig. Som ledare för mötet tror jag det är viktigt att du ser personen. Att du säger hej och på något sätt försöker ta udden av personens skam över att ha kommit sent. Annars kan den inte börja leverera direkt.”

Enligt författaren Peter Block handlar ett framgångsrikt community-byggande om att fokusera på möjligheterna. Exempelvis skapas en community alltid utifrån frivillighet. Det är när människor av egen vilja kliver fram – utifrån den inre motivationen – som du får dem att öppna upp sig och vilja diskutera vad de kan och vill bidra med. Att då sätta upp för strikta regelverk förstör deras motivation.

A stylized, hand-drawn graphic of the letters 'FIT' in a teal color. The letters are thick and have a textured, brush-like appearance. The 'F' and 'I' are connected, and the 'T' is separate and slightly taller.

Linn Lichtenmann / Ebbepark



MORGONDAGENS
HÅLLBARA STADSDEL

05. Tändstickor för att starta en lägereld

Ebbepark i Linköping håller just nu på att förvandlas från företagspark till morgondagens hållbara stadsdel. Ett område som enligt deras webb ”lever och sjuder av aktivitet dygnet runt. En dynamisk tillväxtmiljö för affärsidéer, innovationer och företagande samt bostäder, service och allt annat man behöver för att leva sitt liv.”

Bostäder och affärer. Innovation och hållbarhet. Dygnet runt. En av dem som ska se till att den stora visionen blir verklighet är Linn Lichtermann, områdets community manager.

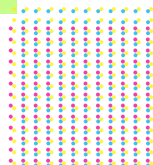
”Jag har aldrig gjort det här tidigare. Så när du frågar hur jag ska lyckas har jag ingen aning. Det bästa vore om du kunde skriva klart boken först, så jag kan läsa den och sedan svara på dina frågor.”

När vi träffas är det hennes andra dag på jobbet. Och visst har hon rätt. **Hon har aldrig byggt en community.** Däremot har hon jobbat som kommunikationsansvarig för olika affärsområden inom Saab och som ansvarig för företagets externa relationer i Östergötland. Roller där Linn Lichtermann agerat rådgivare och knutpunkt för andra människor. Hon vet hur nätverk och gemenskaper skapas.

”Jag ser framför mig att jag ska ha en vattenkanna. Jag ska vattna det som människor försöker bygga och det som spontant vill växa fram. Men jag har också en ask med tändstickor. Med den ska jag tända lägereldar. Eldar i form av konkreta aktiviteter som människor kan samlas kring.”

Hon tittar ut genom fönstret. Överallt reser sig nya byggnader, men det är inte själva byggnaderna hon ser utan det som kommer efteråt.

Kvarteren har under många år varit hemvist åt företag. Samtidigt är området något av en bortglömd del av staden. Därför har Linn Lichtermann funderat mycket på om det



redan finns en community och hur det påverkas nu när hon har uppdraget att bygga en ny.

Det finns mindre grupperingar, men ingenting som naturligt håller dem samman. Det är det som ska formas nu.

”Det vi vill bygga är det stora sammanhanget. När du hör Ebbepark ska du inte tänka på ett visst företag eller kafé här, utan platsen. Du som bor, jobbar eller går omkring här ska känna en tillhörighet. Kanske kan du även känna en kärlek till platsen.”

Många på samma plats lockar talangerna

Linn Lichtermann tänker att jobbet till stor del handlar om att skapa och bygga relationer. Att lyssna till vad människorna och företagen i området vill ha, men lika mycket att vara sann mot den vision som ligger till grund för Ebbepark. Sedan behöver de vara öppna för vilka aktiviteter och evenemang som det mynnar ut i.

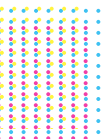
”Det är alltid människorna som är sammanhanget. Det är deras känsla och relation till varandra som är gemenskapen. När det försvinner finns det inte längre någonting kvar. Därför kan du aldrig helt och hållet äga en community. Däremot kan du vara tydlig med vilka förutsättningar och värderingar som gäller för just det du skapar. Som en följd av det kommer du då att locka till dig människor som tror på just det, och skrämma iväg dem som inte gör det.”

Hon säger att de pratar en del om talangattraktion. Om fördelarna som finns med att företag ingår i en community och ett sammanhang som är större än dem själva. Det kan

göra det lättare att locka både medarbetare och även kunder eftersom det blir en draghjälp när alla pratar om en och samma plats.

”Bara genom att ett företag säger att de sitter i exempelvis Mjärdevi, som är ett av Linköping Science Parks områden, så kommer det med en särskild aura. För oss som bor i Linköping säger det något om företaget och ger positiva känslor för deras varumärke. Så hoppas vi att det ska bli i Ebbepark också. Eftersom vi siktar på att få en ganska stor spridning av företag här kanske namnet kan bli en kvalitetsstämpel.”

06. Så skapar du en community



Oavsett om du vill skapa en liten förening eller en hel stadsdel som bygger på en community-filosofi finns det tre saker du kan fundera på.

Vad vill du och initiativtagaren skapa?

Du kan aldrig äga en community, men du kan fortfarande ställa krav på vilket beteende du vill ha från medlemmarna. Genom att vara tydlig med vad communityn ska stå för kommer du att locka till dig likasinnade som vill bidra.

Vad vill människorna i communityn skapa?

När du bjuder in människor och låter dem vara med och bestämma gör du dem engagerade och tändar deras motivation. Vad ser de framför sig? Varför vill de vara med? Vilka förutsättningar tycker de ska gälla?

Vad växer fram spontant och organiskt?

En av de stora skillnaderna mellan en förening och en community är att föreningar är mer konserverande till sin natur. De har nerskrivna stadgar som är svåra att ändra.

En community är mer flyktigt strukturerad. Den följer medlemmarna och deras behov för stunden. Frågan blir hur du kan säkerställa att det finns tillräckligt mycket struktur för att människor ska veta vad som gäller i communityn, medan du lämnar öppningar så att det som vill växa fram vågar göra det.



Fler tips

- **HITTA SYFTET.** Lös ett riktigt behov. Starta inte en community för att starta en community.
- **ENSAM ÄR INTE STARK.** Försök inte plocka duktighetspoäng, våga be om hjälp.
- **LÅGA TRÖSKLAR.** Det ska vara lätt att bli en del av communityn. Se till att välkomna och ta hand om nya medlemmar.
- **VAR TRANSPARENT FRÅN BÖRJAN.** Då får du en större delaktighet och ett bättre förtroende mellan medlemmarna.
- **BÖRJA I RÄTT SKALA.** Pubträffar slår ofta jättemässor det första året. Se till att skapa en kärna som kan bli ambassadörer innan du försöker dig på något stort.



LOCATION



07. Platsens betydelse

Vi sover hemma och har jobbet på jobbet. Möten arrangeras ofta i ett mötesrum. I lunchrummet äter vi lunch. Vi arbetar vid skrivbordet på kontoret eller vid maskinen på industrin. När vi vill ha inspiration och ny kunskap går vi på nätverksträffar och föreläsningar, eller läser en bok.

”Det finns sätt vi *gör* saker på”, säger Linn Lichtermann. ”Sedan finns det sätt vi *skulle kunna göra* saker på. Meningen med Ebbepark är att människor ska kunna befinna sig och mötas inte bara inne, utan även mellan alla hus och byggnader, eftersom de fysiska väggarna ofta är en begränsning i sig.”

Det handlar om att skapa en balans mellan att plocka bort det vi är vana vid och sätta dit någonting nytt.

”Utan att riskera att det blir för mycket hippiestämpel över allting måste vi få människor att göra nya saker. Att de känner så mycket tillit att de kan öppna upp sig på ett mer personligt plan. Om en börjar så följer ofta en till efter. Sedan är vi igång.”

Tankarna påminner om det Niclas Söör pratar om. Att korsbefrukta idéer och kunskap genom att erbjuda människor lite mer avslappnade sätt att mötas. Till stor del ekar även Svante Axelssons ord om meningsfullhet, möjligheter och att tillsammans vilja följa den större visionen.

Workations och gig-ekonomi

För att förstå platsens betydelse räcker det med att du stannar till och funderar på var du själv mår bra och får energi. Om det är i hängmattan på en strand hundra mil söderut kanske du ska jobba mer därifrån? Om din arbetsgivare inte tillåter det – och din arbetsplats mer än något annat tar din energi – kanske du ska hitta ett annat jobb.

Det finns två uttryck som visar att vi börjar se på platser på ett annat sätt.

Workations är en kombination av jobb och semester. Kanske flyttar du till en plats några veckor om året för att jobba och leva. Det kan vara sommarstugan några mil bort eller lägenheten i ett annat land. Kontorsplatsen du hyr i Sverige kanske ingår i ett större nätverk, vilket gör att du utan problem kan jobba från Norge, Italien eller Japan.

Den nya platsen är då inte bara en arbetsplats utan den är även med och påverkar din livsstil. Du träffar andra människor, gör nya saker och utforskar andra sidor hos dig själv och livet.

Gig-ekonomin handlar om trenden som pekar på att fasta anställningar alltmer ersätts av kortare uppdrag för konsulter, frilansare och tillfälligt anställda. Exempelvis visar en undersökning (gjord av Sifo på uppdrag av Bluestep bank) att nästan hälften av alla svenskar någon gång i framtiden vill arbeta under andra former än en vanlig tillsvidareanställning. Människor i åldersgruppen 18–29 år är särskilt intresserade av detta.

Istället för att bosätta oss där det finns jobb vänder vi på det. Först hittar vi en plats där vi vill leva. Därefter hittar eller skapar vi ett arbete utifrån möjligheterna som finns.

Därför blir det alltmer jobben som följer efter människorna
inte tvärtom.

Communityn håller samman platsen

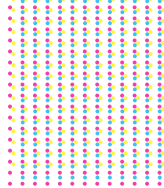
Här kan jag slappna av och vara mig själv. Det är en känsla du kan få var som helst. Där du bor, på jobbet, i föreningen där du är medlem, och när du besöker en vän eller släkting. En känsla av tillhörighet. Att människor omkring dig tror på liknande saker som du, trots era olikheter. Att ni har något gemensamt.

Communityn är verktyget för att både locka till sig – men även behålla – människor kring en plats, fysisk såväl som digital. Platsen och communityn blir hubben och samlingsplatsen där du känner dig bekväm.

”People like us do things like this”, säger marknadsföraren och författaren Seth Godin.

Med det menar han att en community består av människor som delar samma värderingar. De vet i sammanhanget vad som är okej och vad som inte är det – utan att någon har tagit fram en tjock regelsamling.

När det kommer till communities och platser besöker du dem just av den anledningen – *människor som vi gör saker så här*. Du och andra människor tror på och gillar en viss sak, och genom det förenas ni – oavsett om det gäller att sy



dukar eller skapa världsfred.

Det finns även platser på platsen. Några exempel på det kan vara den lilla avdelningen på det stora företaget. Ni blir en plats (avdelningen) på platsen (företaget).

En plats på platsen kan även vara kvarteret i staden där du bor. Eller en viss typ av evenemang.

Låt oss säga att du inte är särskilt intresserad av Helsingborg. Samtidigt arrangeras det där fler konserter med musik du gillar än i någon annan stad i Sverige. Om de övriga förutsättningarna i livet stämmer kanske du därför kan tänka dig att bo där, eller åtminstone besöka staden betydligt oftare.

Musikcommunityn kan vara så stark att den lockar dig att flytta dit. Sedan när eldsjälarna själva flyttar kanske du också gör det, eftersom du inte längre har samma känsla för staden. Communityn var då vad som lockade dit dig och frånvaron av gemenskapen skrämde sedan iväg dig. Eller så har ditt eget engagemang väckts vilket gör att du kliver fram för att bli eldsjäl som hjälper communityn att leva vidare.

Kännetecken för platser som växer

Givetvis lockas människor av olika saker. Om vi däremot pratar om vad som attraherar människor utifrån ett perspektiv som ger ekonomiska avtryck finns det några gemensamma faktorer för platser som växer. Det säger Charlotta Melander, professor i nationalekonomi vid Handelshögskolan i Jönköping, som forskar om regional utveckling.

Enligt henne finns det gemensamma kännetecken för attraktiva platser.

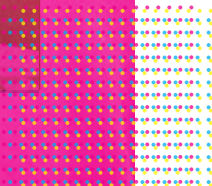
- Utöver att själva producera någonting bör människor även kunna konsumera och använda det som finns på platsen. Därför är det bra om där finns restauranger, kaféer och affärer i närheten och att det arrangeras evenemang.
 - Platsen ska helst ha en estetiskt tilltalande miljö. Varför då? För att vi gärna bor på och besöker vackra platser.
 - För att en mindre plats ska locka till sig människor behöver den kunna erbjuda goda kommunikationer. Det ska vara enkelt att tillfälligt kunna åka till andra platser med ett större utbud.
 - Människor lockar människor. Den starkaste tillväxten sker där det bor många människor. Vi dras till varandra och skapar tillsammans miljöer och platser vi vill bo på, vilket samtidigt stärker arbetsmarknaden i området.
-



GROWING
GROWING



Anna Broeders / Linköping Science Park



08. Om eldsjälens försvinner, vad finns kvar?

Därför erbjuder Linköping Science Park community building as a service. Det innebär att stötta communitybyggare exempelvis genom att utbilda dem, arrangera erfarenhetsutbyten, erbjuda lokaler och stöd för att marknadsföra och bjuda in till evenemang. Under ett år arrangeras det på en av parkens platser, Mjärdevi, ungefär 300 evenemang.

Tack vare infrastrukturen kan communities både få en bättre start och träffas över communitygränserna. Och ibland är det nödvändigt att hjälpa till med att pausa – eller lägga ner – en community för att andra ska kunna leva vidare.

Bland de många initiativen startades East Sweden Tech Girls av två eldsjälar. Ett nätverk för människor som "identifierar sig som kvinnor och arbetar eller studerar inom it- och teknikbranschen". Tanken med nätverket var att dela kunskap, nätverka och utvecklas. Det skulle även uppmuntra barn att intressera sig för de tekniska ämnena.

Anna Broeders, community & employer branding manager vid Linköping Science Park, berättar hur det gick till.

"Som alltid när vi ska dra igång någonting inleder vi med en workshop för att se om det finns något behov. Fanns det ett behov här? Vad ville de intresserade att nätverket skulle innehålla? Den här träffen visade att det helt klart fanns ett engagemang."

Allt som behövdes för att de skulle lyckas fanns på plats. Sedan, efter bara några träffar, fick den ena eldsjälén nytt jobb och den andra fick barn.

"Vi försökte driva nätverket vidare, men det blev väldigt tydligt att eldsjälarna saknades. Det är alltid likadant. Det behövs personer inifrån communityn som driver den framåt. Det är bara de som har förmågan att engagera fler. Så även om alla andra förutsättningar för att det här nätverket ska lyckas finns på plats, så ligger det just nu och slumrar i väntan på människorna som verkligen vill ta täten och utveckla det."

Samma sak hände Jean Zagonel och nätverket för inflyttade brasilianare. Trots att flera hundra människor skulle kunna ha nytta och glädje av communityn hände ingenting när den ansvariga flyttade, eftersom ingen var intresserad av att ta över ledarrollen. Eldsjälen saknades.

Eldsjäl – inte anställd

Det du bör känna till är att det är okej att lägga ner satsningar som inte lyfter. Eller att pausa initiativ när eldsjälen försvinner. För det är tyvärr aldrig så enkelt som att det går att ersätta en eldsjäl med en anställd. Det var precis vad parken försökte med när det kom till East Sweden Tech Girls.

”En förklaring ligger i att vi som anställda inte har samma trovärdighet och förtroende som eldsjälen. Oavsett vilket engagemang vi går in med så får vi faktiskt betalt för att bry oss”, säger Anna Broeders.

Dessutom kan du inte anställa människor för att de ska brinna för sina arbetsuppgifter, som David Brohede sa tidigare i boken. Det du kan göra är att skapa förutsättningar som får människor att frivilligt bli eldsjälar. Och om det inte går, så är det okej.

Bara aktiv

Var går gränsen för en community? När skulle du säga att du är med i en?

Tänk på föräldrarna som står i fotbollskiosken och säljer korv under matcherna. De är engagerade och ställer alltid upp. De finns där oavsett om solen skiner eller regnet vräker

ner. Men trots den gemenskap de antagligen känner med de andra föräldrarna som också engagerar sig, skulle de verkligen säga att de ingår i en community?

På ett liknande sätt skulle inte studenter vid ett universitet eller högskola säga att de tillhör en community. De är *bara aktiva i studentlivet*. Och människorna som fyra dagar i veckan flyger modellflygplan gör just det – flyger modellplan med andra som också gillar att göra det. De skulle antagligen inte säga att de är med i en community, trots att de i praktiken är det.

Om en fotbollsförälder slutar att skjutsa finns det troligtvis tillräckligt många kvar som kan tänka sig att göra det. Men om personen som alltid ringer runt för att jaga på andra en dag bestämmer sig för att göra något annat, faller allt till marken.

Nästa år arrangeras det också fester och evenemang på de svenska universiteten, trots att årets studenter har tagit examen och flyttat. Dessa traditioner och communities är så starka att de till och med överlever när väldigt många medlemmar byts ut samtidigt.

Så innan du startar en community, stanna till och reflektera en stund

Finns det ett behov av vad du vill skapa? Finns det en eldsjäl? Vad händer om den nuvarande eldsjälén flyttar eller tröttnar? Är du beredd att åtminstone tillfälligt låta communityn slumra in, eller kommer du att kämpa på ännu hårdare?



+

09. Håll community- kitteln kokande



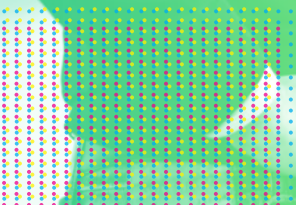
- **HITTA SYFTET.** Lös ett riktigt behov. Starta inte en community för att starta en community.
- **FOKUSERA PÅ ATT GE – INTE FÅ.** Alla kan och vill någonting, frågan är vad. Se till att det finns generositet och en kultur där alla människor vill bidra.
- **UPPMUNTRA ÄRLIGHET OCH ÖPPENHET.** När människor känner sig trygga är det lättare för dem att medverka.
- **SE TILL MÅNGFALDEN.** Olikhet föder nytänkande.
- **DET FINNS INGA FÄRDIGA SVAR.** Testa därför litet och misslyckas snabbt. Låt människor bidra med vad de tror att communityn behöver.



- **VAR NYFIKEN OCH LYHÖRD.** Lyssna till vad människor känner, tycker och vill. Kom ihåg att planer kan ändras. Fortsätt lyssna till vad människor behöver.
- **ALLA HAR MAKTEN.** Vill du att något ska hända bör det vara öppet för vem som helst att ta initiativ.
- **UPPMUNTRA ENGAGEMANG.** Se till att communityn inte är beroende av en enda person. Du behöver många som är villiga att ge och ta.
- **FÅ, MEN BRA.** Fokusera hellre på att arrangera bra evenemang och träffar, än många. Det är okej om det går ett tag mellan träffarna.



Kristofer Skyttner / MakersLink



10. MakersLink – från hantverk till robotik

Kristofer Skyttner hade precis startat sitt eget företag och var fullt upptagen med det. Företaget låter kunderna i ett helt automatiserat system koppla samman hela processen – från tillverkning till e-handel – så att masstillverkning kan ersättas av måttbeställda och skräddarsydda produkter.

”Tack vare att jag startade företaget i en science park och inte i en källare, blev jag exponerad för så mycket mer. Helt plötsligt fick jag i kön till lunchrestaurangen reda på att det skulle skapas ett makerspace i Linköping, och så blev jag

inbjuden till en första träff.”

Du kan säga att det var tur att de träffades just den där dagen. Du kan även säga att det var oundvikligt. De träffades i en science park där tusentals människor arbetar och där det hålls ett öppet evenemang nästan varje dag. Förutsättningarna fanns på plats.

Låt oss pausa berättelsen och återkomma till Kristofer om en stund.

Antagligen känner du redan till vad ett makerspace är. Kanske har du åtminstone hört ordet tidigare. Riksföreningen Makers of Sweden säger att ett makerspace består av ”människor som samlas i verkstadsliknande miljöer som uppmuntrar delning av kunskap, verktyg och idéer”.

På ett makerspace träffas och samsas människor som använder cnc-maskiner, lär ut 3d-skrivning, tävlar med sumorobotar, förvandlar leksaksdockor till synthar, virkar och syr – med eller utan inbyggd elektronik.

Det är en plats, ett sammanhang, där människor som gillar att skapa hittar likasinnade.

Som ett bevis på makerspace-föreningen i Linköpings betydelse blev de – tack vare den stora communityn – i samband med coronapandemin kontaktade av innovations-teamet på Region Östergötland. Frågan de fick var om de kunde hjälpa till att bromsa coronapandemin med hjälp av öppen design.

Resultatet av arbetet blev fritt tillgängliga ritningar och prototyper, design och exempel på skyddsvisir, glasögon, mun- och andningsskydd.

Tillbaka till berättelsen igen.

Fem år efter samtalet i matkönen tittar Kristofer Skyttner tillbaka på vad som blev MakersLink – den ideella makerspace-föreningen i Linköping.

”Det började med en tom och skitig industrilokal utan belysning. Med hjälp av ett 30-tal volontärer och en massa maskiner och möbler som skänktes till oss, kunde vi få ordning på det. I dag har vi en förening med över 250 medlemmar som håller lokalen öppen flera dagar i veckan, där alla är välkomna att skapa. Och allt det här arbetet gjordes med en minimal budget.”



Makerspace: ”människor som samlas i verkstadsliknande miljöer som uppmuntrar delning av kunskap, verktyg och idéer”

Mer inspiration från Friskis&Svettis

Kristofer Skyttner säger flera gånger att det var lokalen som gjorde allt möjligt. Ett modigt kommunalt företag såg till att de fick tillgång till lokalen, som hade stått tom en längre tid. Mot att de skapade en öppen och kreativ mötesplats fick föreningen också relativt fria tyglar.

”Vi fick nycklarna till lokalen vid midsommar 2015. Då hade vi egentligen ingenting. Eftersom kostnaderna var låga kunde vi fokusera på att bygga upp verksamheten. Vi åkte runt till företag och privatpersoner i hela Linköping och samlade in skänkta och trasiga saker. Saker som gick att få tag på och som medlemmarna sa att de ville ha. Det är medlemmarna som har byggt föreningen från grunden och gjort den så framgångsrik.”

I dag finns det makerspace-föreningar av alla möjliga slag utspridda över hela Sverige.

Vissa kommuner startar ett makerspace och anställer personer som ska lära barn använda 3d-skrivare. Andra föreningar genomsyras av politik och filosofi. Sedan har du kommersiella makerspace-föreningar som riktar sig till företag, och föreningar som är gratis och öppna för vem som helst.

När MakersLink grundades sneglade de bland annat på hur Friskis&Svettis har byggt upp sin verksamhet. Med en tillräckligt stark vision och riktning verkade det till och med gå att bygga upp kommersiella verksamheter med hjälp av volontärer och ideella krafter.

Sedan var det den där Friskis-idén med att delta på sina egna villkor och utifrån de egna förutsättningarna, likt Svan-te Axelsson beskrev Fossilfritt Sverige.

”Redan från början sa vi att människor inte kunde köpa in sig i föreningen. Det gick bara att byta till sig tid. Om du kunde tänka dig att hålla lokalen öppen två dagar i månaden fick du en egen nyckel och kunde komma och gå som du ville. Det gjorde att vi hela tiden hade någon på plats som kunde öppna dörren för nyfikna och förklara åtminstone lite av vad vi gjorde.”

De första medlemmarna kom från alla möjliga bakgrunder och var allt från lärare till konstnärer, men det fanns ett överskott av 25–35-åriga ingenjörer. Personer som på dagarna jobbade med kryptoteknik, 5G och att bygga gasturbiner – och nu var på jakt efter en meningsfull fritid.

”De kommer hit efter jobbet, ofta utan att ha något konkret projekt att jobba med. De tar en kaffe, skapar lite och utbyter tankar med vänner. Om vi får Linköpings kreativa människor att träffas, utvecklas och skapa tillsammans flera gånger i veckan, tänk vad som kan komma av det. Jag

tror att det kommer dyka upp nya idéer och lösningar som vi sa bra att de präglar morgondagens samhälle och näringsliv.”



11. En befriande syn på världen

”Folk i it- och företagsvärlden borde sluta att se på yngre människor som om vår poäng inte är lika viktig som deras, just för att vi är unga och inte välutbildade”, säger Selma Rosenbaum.

Linn Källström håller med och säger att om man vill få fler högutbildade i Sverige så behöver man rikta sig till de yngre. ”Jag tror att nyckeln till att få in mycket folk i it-världen är att prata med de yngre. Att få dem intresserade så de inser att det finns en marknad för dem. Om inte företagen visar det så kommer ingen annan att göra det heller.”

Linn är 16 år och går i nian. Selma är 17 år och går första året på gymnasiet. För dem finns inte livet och framtiden i ett kvarter eller en stad. Eller åtminstone inte bara där.

De säger att de flesta människor i princip redan har tillgång till hela världen via nätet, så varför begränsa sig? Nästan oavsett vad vi behöver kan vi hitta det där i form av människor och gemenskap.

Selma och Linn har vänner från Nederländerna och USA, personer de har lärt känna utan att någonsin ha träffat dem. För dem är en community varken digital eller fysisk. Den mest är. För dem är det självklart att människor kan hänga samman med och förstå varandra, och dela liknande intressen oavsett var på planeten de befinner sig.

När de besökte Code Summer Camp – ett teknikläger under en vecka för 7–17-åringar – hade de inget teknikintresse alls. Det var en av deras föräldrar, som jobbar som programmerare, som föreslog att tjejerna skulle gå dit för att kolla vad det var för något.

”Varken jag eller Selma visste vad som väntade oss”, säger Linn. ”Jag mer hängde på Selma. Sedan upptäckte vi det roliga med att få skapa. Att programmera, göra grafisk form och utveckla spel. Sättet de lärde ut på där var också roligare än vad vi är vana vid från skolan. Här fanns det mycket mer frihet och vi kunde välja vad vi ville göra. Och det blev mycket mer gemenskap.”

Självständigheten och att få vara med och bestämma. Att lära sig nya saker och utvecklas. Och att få göra det med andra människor som gillar liknande saker.

Återigen en fullträff när det kommer till vad forskningen säger om det som motiverar oss.



En större person

För både Linn Källström och Selma Rosenbaum är det självklart vilka ingredienser som ingår i en bra community. Öppenhet för det nya och för människor som är olika dig. Människor med andra tankar, synsätt och traditioner.

I nästa andetag drar de paralleller till vad som behövs för att få livet i stort att fungera.

”Jag tror det gäller att alltid försöka vara en större person. Att försöka få ett förhållande, eller en grupp eller ett samarbete att funka. Att alltid försöka. Och inte hänga upp sig på småsaker och därför inte vilja samarbeta”, säger Selma.

Linn håller med och säger att mänskligheten som ras har utvecklats genom samarbete.

”Vi skulle inte ha kommit i närheten av vad vi har i dag utan just samarbete. Visst klarar vi oss ganska bra själva i dag, men för att kunna utvecklas måste vi samarbeta. Oavsett våra förutsättningar. För att dela inspiration och kunskap, och hjälpa varandra.”

Och snart har de lyft blicken ytterligare.

”Det finns så mycket konflikter och problem i världen som enkelt hade kunnat lösas om folk bara tagit ett djupt andetag och satt sig ner för att prata med varandra.”

Selma Rosenbaum fortsätter: ”Jag kanske bara vill göra min del för att få världen till en lite bättre plats där vi väljer att prata istället för att slåss.”

Platsen allt och inget

På ett sätt är platsen irrelevant för Selma Rosenbaum och Linn Källström. Avstånden och relationerna i deras värld räknas inte i kilometer utan i millisekunder.

Samtidigt var det just den fysiska platsen som behövdes för att få dem att hitta sina vägar i livet och välja tekniska utbildningar.

Det är människor likt dem, sådana som ser helheten och det gemensamma målet, vi vill ha kvar och hålla motiverade. Vi – som stad, region och land. Vi behöver fortsätta bjuda in dem så att de känner gemenskapen med likasinnade lokalt och nationellt. Ge dem utrymme och uppmärksamhet så de känner att de får bidra – och att deras åsikter definitivt betyder något.

Utmaningen blir att få dem att stanna kvar, eller åtminstone återvända hit efter sina utbildningar och strövtåg i världen. Hit, till en fysisk plats någonstans i Sverige.



12. Undvik fallgroparna

- **HITTA SYFTET.** Lös ett riktigt behov. Starta inte en community för att starta en community.
- **INGEN ORKAR MED** dåliga kommunikationsverktyg eller plattformar som är tomma på innehåll. Fundera på hur ni kommunicerar med varandra – innan ni börjar göra det.
- **UTAN ELDSJÄLAR INGEN COMMUNITY.** Någon behöver ha passionen att driva den. Och det är alltid bättre om någon är några. Fler är bättre.
- **BLANDA HELST INTE IN PENGAR.** Det är lättare att bygga på människors inre motivation.
- **UNDVIK ATT GÖRA VAD SOM KÄNNES RÄTT.** Se till att du hela tiden vet och förstår vad människor vill ha och behöver.



- **VILL DU HA STADGAR OCH DOKUMENT?** Då kanske en förening passar bättre.
- **INGEN GILLAR NÄR DET SVÄNGER FÖR SNABBT.** Förändra i små steg. Och se till att medlemmarna i communityn är med på vad som behöver förändras – och varför.
- **SLAPPNA INTE AV NÄR DET RULLAR.** Behov och människor förändras. En community är flyktig och kräver konstant närvaro och eviga justeringar.
- **KÄMPA INTE LÄNGRE ÄN NÖDVÄNDIGT.** Var beredd på att lägga ner communityn när behovet eller engagemanget inte längre finns.





SAMARBETEN DÄR
ALLA VINNER

13. Det större perspektivet

I de första delarna av boken har vi fokuserat på hur communityn byggs, erfarenheter och exempel från det, och människors drivkrafter. De enskilda och ofta isolerade krafterna som poppar upp här och där.

Nu är det dags att gå tillbaka till initiativet Fossilfritt Sverige, eller snarare det större perspektivet. För vems roll och ansvar är det egentligen att bygga Sverige? Politikernas? Kommunernas? Eller är det så att du och jag redan har både möjlighet och mandat att skapa det land vi vill bo i, utan att fråga dem i toppen?

Som vi redan har visat är det omöjligt att betala människor för att brinna för någonting. Däremot kan vi skapa förutsätt-

ningarna för att det ska växa fram naturligt hos människor – och sedan låta bli att förstöra det.

Utifrån den här logiken, borde det inte gå att sätta samman olika communities med varandra för att se vad som händer? Det var precis vad som skedde när Region Östergötland frågade den lokala makerspace-föreningen om de ville vara med och rädda liv. Föreningen frågade i sin tur andra makerspace-föreningar i landet och tillsammans var de alla med och bidrog till lösningen.

Det är även den här filosofin som företag likt Volvo och AstraZeneca använder. Att koppla samman många små och specialiserade organisationer med varandra, och utifrån dessa bygga ekosystem där alla vinner på samarbetet.

En till en, två till många och alla till alla. Men det kommer att kräva stora förändringar.





Nyckeln finns i de många små

”Hittills har fokus kring arbetet med företagsetableringar legat på stora investeringar. Det är för att vi inte har beaktat hur små företag kan samarbeta med de stora och bidra med viktig kompetens, både regionalt och nationellt. Nyckeln till Sveriges konkurrenskraft finns i dag i allt högre grad i många små innovativa växande företag, snarare än några få, stora och etablerade.”

Marie Wall är startupansvarig på Näringsdepartementet och fungerar som en länk – och kanske tolk – mellan unga innovativa företag och politiken. Med egen erfarenhet av att jobba inom startup-världen, investerare av riskkapital och arbeta med att stötta innovationer på Vinnova känner hon till hur de olika världarna fungerar.

För att vara konkurrenskraftiga i framtiden behöver regioner samverka, specialisera sig och bygga en kritisk massa av företag inom specifika områden. Då syns regionerna på kartan, vilket gör att de kan attrahera ytterligare företag och kompetens. Starka attraktiva noder är en del av vad hon ser behövs för att bygga ett välmående Sverige.

Marie Wall är energisk, pratar lika snabbt som hon tänker och säger att hon är inblandad i många processer. Bland annat är hon projektledare för *Samverkansprogrammet för kompetensförsörjning och livslångt lärande*. Ett program som ska bidra till att individer ska vilja och kunna lära om och kontinuerligt utvecklas, så att de är attraktiva på en arbetsmarknad i förändring. Svenska företag ska även kunna växa och locka till sig rätt arbetskraft för att vara konkurrenskraftiga på en global marknad och bedriva världsledande forskning.

Det märks att hon menar att framtiden är allas ansvar. När hon tar upp några konkreta exempel för att visa sin poäng så är det ofta med ordet vi – inte de.

”En anledning till att vi har ett starkt Volvo som fortsätter verka i Sverige, är att vi har många starka underleverantörer. Underleverantörer som i allt högre grad även är partners för att utveckla framtidens bilar. Volvo drar nytta av närheten till de små företagens specialistkunskaper och de små företagen kan utvecklas och växa genom nära samarbete med Volvo. En win-win. När vi nu går från bensindrivna till eldrivna bilar behövs däremot delvis andra partners och underleverantörer. Kommer alla dessa ’nya’ partners startas i Sverige? Nej. Då blir frågan hur vi kan locka hit företagen, för att säkerställa ett starkt underleverantörskluster även framöver. Det här är en nyckelfråga för hela Sverige, inte bara Volvo.”



Ekosystem – samarbeten där alla vinner

Marie Wall verkar hålla med om det som många communitybyggare upplever. Vi behöver tänka i nya banor kring hur vi kan och bör samarbeta. De som förstår det kommer att bli vinnarna – oavsett om det gäller att bygga en förening, ett företag, en stad eller region, eller kanske ett helt land.

”En community kan samla rätt människor utifrån ett syfte, och få dem att lära känna varandra för att skapa starkare band. Men om du inte känner till det större perspektivet och vet vad du vill bygga så händer ingenting.”

Det hon pratar om är ekosystemen. Det som uppstår när företag eller communities börjar samarbeta med varandra mot gemensamma mål.

”AstraZeneca är ett bra exempel på ekosystembyggare. De har aktivt agerat för att stimulera utvecklingen av ett ekosystem runt sig, ett system som bidrar till deras egen innovationskraft och kompetens. Närheten gagnar inte bara AstraZeneca utan bidrar även till att de små företagen växer snabbare och mer effektivt.”

AstraZeneca bekräftar bilden. I tidningsintervjuer säger talespersoner för företaget att ekosystemen inte bara ska stärka deras egen konkurrenskraft, utan också Mölndal och hela den svenska life science-industrin. De ser tydligt hur det lönar sig att vara öppen och dela kunskap och erfarenhet med varandra.

Eftersom det inte finns någon mall för hur ett stort företag som AstraZeneca ska samarbeta med mindre företag, så att alla känner sig som vinnare, baseras allting på förtroende.

Kanske har Sverige en unik position här tack vare svenskarnas höga förtroende för både staten och varandra. En framgångsfaktor som andra länder inte bara kan ha svårt att kopiera – det kan till och med vara omöjligt.

Samarbetet inom BioVentureHub som just nu har ett 30-tal medlemmar presenteras till och med som "a community of trust" och med uttryck som "no strings attached". Den stora jätten har ingen plan på att suga ut kunskapen från de mindre företagen för att sedan köpa upp och lägga ner dem. Poängen med samarbetet är den direkt motsatta. Alla vill existera sida vid sida och samarbeta för att nå en betydligt större nytta än vad någon av dem hade kunnat uppnå på egen hand.

En människa med en annan människa. En community med en annan. Ett ekosystem med ett annat ekosystem. Den automatiska korsbefruktningen som uppstår när vi träffas och arbetar över gränserna.





Catharina Sandberg / Lead

14. Vems bästa jobbar vi för?

Catharina Sandberg är vd för Lead, som är en av de omkring 40 företagsinkubatorer som finns i Sverige. Inkubatorernas uppgift är att skapa miljöer där nystartade företag med innovativa affärsidéer, tjänster och produkter utvecklas i snabb takt.

”När du bygger en startup är du ofta ganska ensam. Om du kan dela upplevelsen med andra, få ett sammanhang och krocka nya företag med äldre företag kan vi dela erfarenheter. Och alla slipper gå i samma fälla. Dessutom kanske vi även upptäcker att om vi går ihop med grannen får vi ett ännu starkare erbjudande. Det är en stor del av community-delen. Att du inte blir ensam och att lärandet blir större och snabbare.”

Catharina Sandberg pratar om att det behöver finnas en samlingsplats. En yta där människor kan träffas och säga: *Ah, just det. Du har gjort det där. Hur gjorde du? Hur gick det?* Och att det behövs en miljö och kultur som får människor att öppna upp sig och lita på varandra.

”Du ska kunna dela med dig av misslyckanden, istället för att gömma dem under kudden. Jag vill att du ska kunna stå framför andra och berätta: ’Jag lärde mig det här och det här. Gör inte samma misstag. Sväng till vänster där borta.’ Det måste vara okej att misslyckas, vilket gör det superviktigt att vi anställer människor som tror på det.”

Hon pratar om de samarbeten som finns mellan innovationsmiljöerna i Östergötland och fördelarna med dem. Att varje organisation kan vara nischad och specialiserad på sin sak. Att de alla har sin community och kultur, sitt eget sammanhang, och att de sedan kan välja att samarbeta för att uppnå någonting större.

För att locka till sig talanger och framtida anställda menar Catharina Sandberg att community-byggande är ett klockrent verktyg.

”Vi har ett program vi kallar för Sommarmatchen. Det handlar om att forskare och våra medlemsbolag kan få hjälp med sin utveckling av ett gäng drivna högskolestudenter. Sett till arbetets komplexitet och resultatet efteråt får sommarjobbarna väldigt lite betalt. Trots det har över hundra personer sökt till de tjugo platserna. De söker för att få vara en del av oss och någonting större.”

Lika nöjd som hon är med de lokala och regionala sam-

arbetena är hon frustrerad över att regelverken på nationell nivå hämmar dem.

”Låt oss säga att vi har ett företag hos oss som är specialiserade på textillösningar. Då borde det vara självklart att kunna sätta dem i kontakt med organisationer i Borås, eftersom de är bäst i Sverige på området. Men som inkubatorprogrammen är uppsatta får vi ingen guldstjärna i kanten för att vi skickar iväg dem dit. Vi måste faktiskt betala för det, vilket är konstigt eftersom ett sådant initiativ skulle gynna Sverige AB.”

Hon menar att det på nationell nivå behövs ett annat synsätt kring vems bästa vi – Lead och andra organisationer – egentligen jobbar för. Ska vi enbart se till vårt eget bästa eller arbeta för att Sveriges många små delar tillsammans ska bygga någonting större?

Tänka horisontellt för att förstå varandra

Lena Miranda ser ett liknande inbyggt motstånd och ett stort behov av ett nytt synsätt. Hon är vd för Linköping Science Park.

Hon säger att det finns många genomgripande förändringar i samhället som kräver nya former av samverkan. Att vi behöver ta oss förbi lokal och regional konkurrens, riva alla barriärer och hinder för samverkan, och samla krafterna för att nå en varaktig förändring jorden över.

”Med de globala målen har FN identifierat ett antal områden som är utmaningar som rör hela planeten. Men utmaningarna är så komplexa att du behöver dela upp dem i

mindre bitar och lösa problemen var för sig, innan du bygger ihop allt igen. Dessutom finns det ingen enskild människa, företag, organisation eller sektor som kan lösa de stora problemen som går på tvärsen. Vi måste tänka horisontellt och blanda kompetenser för att förstå varandra över gränserna och komma på de där riktigt smarta lösningarna.”

Motsatsen, säger hon, skulle vara att fortsätta bygga små bubblor, isolerade från varandra och att förädla kunskapen inom dem. Det kommer alltid att vara mer bekvämt att fortsätta i det kända. Lena Miranda säger att vi historiskt sett har byggt länder, regioner och städer som fristående enheter med egna och unika hierarkiska strukturer.

Och om vi låter Linn Källström och Selma Rosenbaum representera den kommande generationen så är de små bubblorna inte intressanta – varken för dem eller samhället i stort.

De menar att vi har kommit dit vi är i dag tack vare våra samarbeten. Därför är det även samarbete som gäller framöver. Det handlar om att vara den större personen. Att inte hänga upp sig på detaljerna utan att alltid försöka komma framåt.

”Jag tror att det är för att vi i grunden är lata”, säger Selma Rosenbaum. ”Vi vill ta den enkla vägen. Och den enkla vägen är sällan samarbete. Vi kan klara oss ensamma i dag på många sätt. Så istället för att erkänna att vi inte vill eller orkar samarbeta hittar vi på hinder som religion, bakgrund och etnicitet.”

”Det kan också vara så att vi tror att vi genom att behålla

saker för oss själva kan tjäna på det”, säger Linn Källström. ”Visst kan vi två också vara lata. Men man kommer till en punkt när det finns något som blir viktigare än att bara göra det som är lätt. När det handlar om att göra det som är *rätt*.”

Holistiska dealmakers

Slutsatsen från Catharina Sandberg, Lena Miranda och Marie Wall är densamma.

Det är tydligt att ekosystemen vi bygger är kaotiska. De består av många företag och ännu fler människor och oändliga möjligheter. Lägg därtill hur snabbt tekniken går framåt så inser du att ingen kan förväntas förstå eller ens ha en överblick över hur delarna hänger samman. Och samtidigt behöver vi samarbeta mer än någonsin, på alla nivåer.

De menar att framtidens yrkesroll kommer vara den som dealmaker. En intermediär. Någon som är bryggan, tolken och sambandscentralen. Människor som sätter rätt människor i kontakt med varandra. *Om du söker kapital ska du prata med ... Om du är ute efter sådan teknik bör du antagligen vända dig till ...*

Sådana som lyssnar och förstår. Personer som ser värdet av det lilla, men aldrig tappar bort det stora perspektivet och hur delarna hänger samman genom ett ömsesidigt beroende.

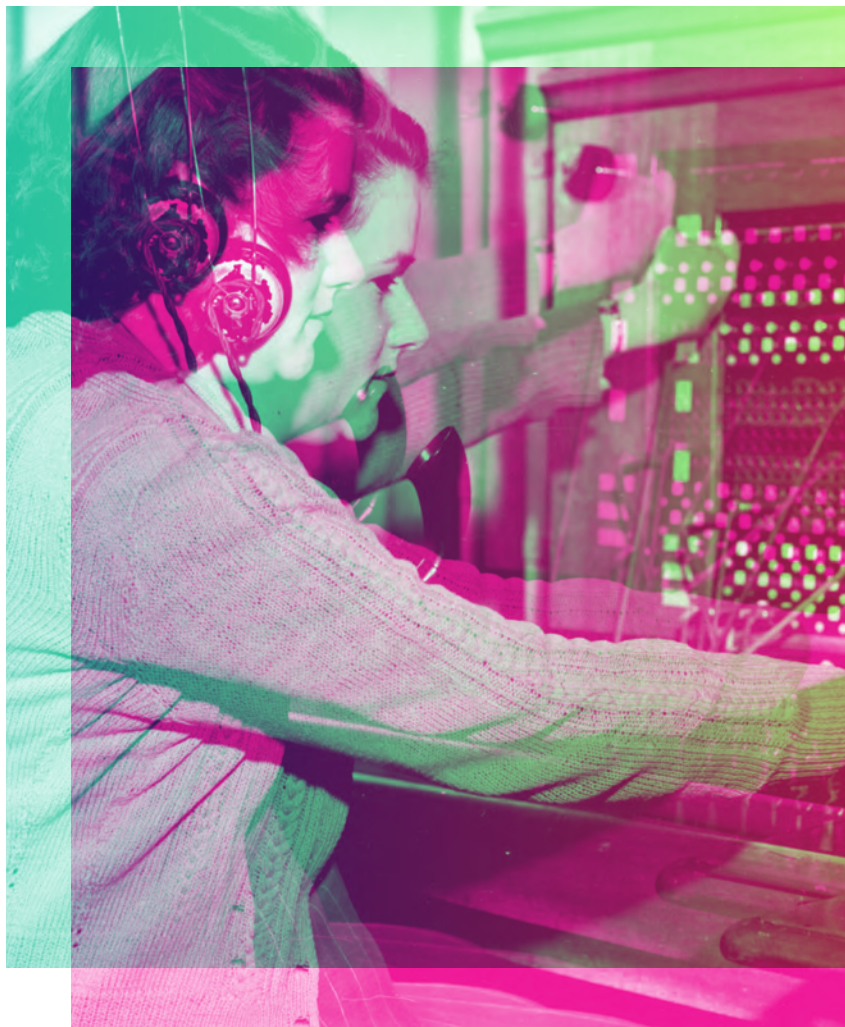
Dealmakers på lokal, regional och nationell nivå. Och utöver det, dealmakers med ett ännu större systemperspektiv. Personer som hjälper till att koppla samman dealmakers från olika delar av världen med varandra.

Moderna växeltelefonister som alltid vet i vilken riktning vi bör vända oss, men som inte alltid förstår eller ens behöver bry sig om detaljerna.

Några exempel på dealmakers kan vara människor som verkar i och kring innovationsstödsystemet. Personer i klusterverksamheter, utvecklingsmiljöer, inkubatorer och science parks. Det kan även vara anställda på företag som erbjuder coworking-ytor och organisationer som erbjuder nätverk, likt de svenska handelskamrarna.

Även om en viss utveckling lär ske utan dealmakers kommer de här människorna att vara oljan i det framtida maskineriet.

”Tyvärr har det svenska innovationssystemet hittills lagt rollen utanför och lite vid sidan om”, säger Marie Wall. ”I forskningsprojekt kommer dealmakers, exempelvis i form av innovationskontoren, in först på slutet. Om vi fick som vana att involvera dem tidigt skulle de kunna bidra med värdefulla insikter om verkliga behov och utmaningar. Då skulle de också kunna säkerställa att kunskap skyddas och kan patenteras, något som skulle kunna stärka nyttiggörandet för de flesta projekt. Den kompetens vi har byggt upp i mellanrummen är en profession i sig och vi behöver förtydliga betydelsen av denna roll för att bygga de starka miljöer Sverige behöver.”



+ Holistiska dealmakers



Lena Miranda / Linköping Science Park



15. Tillsammans är nyckelordet

Några avslutande ord från Lena Miranda, vd Linköping Science Park, ordförande för Swedish Incubators & Science Parks, och ledamot av Nationella innovationsrådet.

”Vi har talat om kraften i att få människor att mötas. Att vi måste förstå varandra och samhället för att kunna navigera framåt i en föränderlig och komplex omvärld. Att vi behöver förstå vad som sker i det lokala och globala perspektivet parallellt. Och inte minst sense-making – att vi skapar en mening gemensamt.

När teknikutvecklingen går så här fort blir den största utmaningen att vi – människorna – själva ska hänga med. Vi behöver skapa processer, forum och infrastruktur för att kunna orientera oss. Och vi måste ha en stark vision om det goda samhället som kan vägleda oss mot att använda tekni-

ken till rätt saker.

Vi har det bra här i Sverige. Vi har ett välfärdssystem där jag fortfarande känner att de flesta ser varandra som jämlikar. Vi välkomnar människor från hela världen. Och vi uppskattar mångfald och oliktankande, och omsätter det i samarbeten.

I en tid när vissa länder sluter sina gränser kommer vår öppenhet och nyfikenhet på omvärlden att bli viktigare än någonsin.

Tillhörighet och sammanhang

När vi bygger vår gemensamma framtid måste två saker vara vägledande. Dels *sense of belonging* – att alla känner en tillhörighet och ett sammanhang. Dels *viljan att bidra* – att människor vill och får ta sin egen del av ansvaret. Det är först då vi kan lösa de globala utmaningarna och säkerställa såväl ekologisk och social som ekonomisk tillväxt.

Som ledare – för ett företag, en plats, en kommun, en region eller ett land – är det ett krav att du förstår vad som får en community att fungera. Det är först då du och vi andra kan bygga det större sammanhanget – ekosystemet.

Det är i ekosystemet vi samlar de många mindre delarna för att lösa komplexa problem. Det är inte längre *det stora* som är bra, utan *tillsammans*. Därför är vår uppgift att samla och vägleda människorna, kulturen och verktygen.

Det är viktigt att inse att det varken är ingenjörerna, programmerarna, poliserna eller läkarna som kommer att rädda oss i morgon. Visst är de en del av lösningen, men de *är inte*

lösningen. Framtidens utmaningar kommer att vara för stora.

Parallellen till dagens uppkopplade samhälle är tydlig. Den första uppkopplade produkten var rolig och intressant. När vi sedan kopplade upp fler saker till samma nätverk kunde vi låta dem kommunicera med varandra. Nu fick vi något som var både roligt *och* användbart. Men det var först när de enskilda systemen bildade ekosystem som möjligheterna accelererade exponentiellt.

Nu behöver vi lära oss att göra detsamma med människor. En till en, två till många och alla till alla. En community till en community, ett ekosystem till ett annat.

Få med oss människorna

I skrivande stund befinner vi oss, som en följd av coronapandemin, i en brytningstid. Ta därför inte det vi skriver i boken som ett facit, eller den enda sanningen.

Just nu – när världen håller andan – sker stora förändringar. Det byggs upp ett slags momentum vars kraft och laddning för oss mot det som kommer närmast.

Då kommer det återigen – fortfarande – att vara *tillsammans* vi tar nästa steg. Tillsammans är nyckelordet för hur vi bör ta oss an några av de viktigaste frågorna för vår framtida värld.”

Vad ska vi göra med den möjligheten?

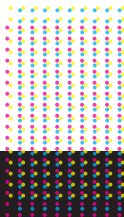
Hör gärna av dig med dina idéer.

Lena Miranda

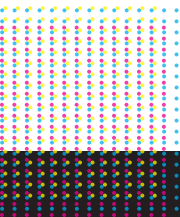
lena.miranda@linkopingsciencepark.se



16. Lästips



- **LINKOPINGSCIENCEPARK.SE/COMMUNITY**
Här hittar du checklistor, konkreta tips och mycket mer som förklarar vad och hur du kan göra för att skapa en community – och ge den de bästa förutsättningarna för att överleva och växa.
- **COMMUNITY, PETER BLOCK**
En storsäljande bok om community-byggande. Hur fungerar en community? Hur byggs den upp och varför är communities svaret på hur vi bör organisera oss i framtiden?
- **PLATSMARKNADSFÖRING, HELENA NORDSTRÖM**
I boken får du läsa mer om konsten att attrahera invånare, besökare och investeringar till en plats.



- **STARTUP COMMUNITIES, BRAD FELD**
En bok om vad som behövs för att bygga en community av entreprenörer som stöttar varandras talanger och kreativitet.
- **MAKERSOFSWEDEN.SE/MAKERSPACE**
Information om makerspace-rörelsen i Sverige och länkar till hur du hittar ditt närmaste makerspace.
- **COMMUNITY-CANVAS.ORG**
Ett ramverk som hjälper dig att bygga meningsfulla communities.





COMMUNITY
BUILDING
COMMUNITY
BUILDING
COMMUNITY
BUILDING



Från evenemang för tonåringar till initiativ från regeringskansliet och samarbeten mellan några av Sveriges största företag. Alla använder de samma verktyg för att ge människor en större mening och något att samlas kring – communityn.

I den här boken vill vi förklara vad som gör en community stark och hur du kan skapa en gemenskap där alla vinner. Det är en bok för dig som vill förstå mer om framtidens ledarskap och hur du bygger attraktiva platser och organisationer.

LINKÖPING
SCIENCE
PARK

fantasi & **FAKTA**

ISBN 978-91-88489-16-6



9 789188 489166 >