

OpenLogo

Af iværksætter og erhvervspædagog
Mikael K. Bjerre

Resume

Openlogo er en socialøkonomisk konstruktion, som gør det attraktivt for små selvstændige at dele et varemærke. OpenLogo har sit udgangspunkt i andelstanken, og formålet er at flere små selvstændige overlever og trives til gavn for dem selv, deres familier og den generelle selvstændighedskultur. OpenLogo er siden 2008 brugt til udvikling af netværket Mand&bil, der i dag har godt 90 selvstændige handyemen/håndværkere som medlemmer.

OpenLogo – introduktion

Som IKEA og Arla og tusindvis af andre virksomheder dagligt beviser, er det meget kraftfuldt at samle sine produkter og tjenesteydelser under brands eller varemærker. Det øger kundernes kendskab og tillid til produkterne og skaber – alt andet lige – et øget salg.

Det er nærmest en markeds-mæssig urkraft, og selvom vi alle sammen drømmer om at handle i små hemmelige gårdbutikker, så ender næsten hele vores omsætning hos kendte brands og varemærker. Det er det fænomen, som et OpenLogo forsøger at udnytte, til gavn for små selvstændige.

Et OpenLogo skaber et brand, men herefter vendes den almindelige markedslogik på hovedet. Man kan bedst forklare det ved først at beskrive en almindelig virksomhed og bagefter beskrive den samme virksomhed som et OpenLogo. Vi kan bruge IKEA som eksempel.

IKEA har opbygget et brand og designer en reol, som passer til deres standard. De indbyder alle møbelfabrikker til at producere deres reol, og IKEA køber så der hvor reolerne er bedst og billigst. Det kan være på Mors eller i Slovenien, og på den måde sikrer IKEA den bedst mulige indkøbspris. IKEA markedsfører reolen og sælger den i deres varehuse, og opnår derved kontrol over omsætning og kunder. Fra et almindeligt forretningsmæssigt synspunkt er dette selve kernen. Kunderne skal knyttes til brandet, og virksomheden skal have kontrol over indkøb og omsætning.

Hvis IKEA var et OpenLogo – vi kunne kalde det OL-IKEA - ville beskrivelsen lyde således:

OL-IKEA har opbygget et brand og designer en reol, der passer til deres standard. Herefter inviterer OL-IKEA alle møbelfabrikker der kan leve op til standarden til at producere og sælge reolen direkte fra deres fabrik, men pakket i OL-IKEA-kasser. Og ikke mindst så markedsfører

OL-IKEA reolen på nettet, messer osv. Møbelfabrikkerne betaler kontingent til OL-IKEA for design og markedsføring.

Ved første øjekast er det måske svært at se det underlige eller omvendte i den historie. Nogle vil endda tænke det er en beskrivelse af noget almindeligt forekommende. Men hvis man kigger på de to eksempler med økonomiske øjne, er der meget stor forskel. I eksemplet med OL-IKEA ligger både omsætning og kundernes tilknytning hos møbelfabrikkerne. Dermed mister OL-IKEA kontrol over hvordan, hvornår, hvor meget og hvor. Det er dybest set helt galt og i strid med almindelig markedslogik.

Pointen er at et OpenLogo ligner en and, går som en and og lyder som en and – MEN ikke er en and.

OpenLogo – hvad skal det nytte?

OpenLogo er designet til at styrke den lille, selvstændige erhvervsdrivende, og den grundlæggende selvstændighedskultur. Jeg er fascineret af handel i sin reneste form. Jeg kan se mig selv som bronzealdermand gå ned i gennem Europa med lommerne fulde af rav. Jeg har set mine børn bage småkager og lave kastanjedyr for at sælge det i en bod ved vejen. Det er en oplevelse af hvordan vi i gymnasiet kunne afholde koncerter og leje popcornmaskiner og roterende lys fordi vi solgte øl og sjove billethatte. Jeg er fan af handel, når jeg ser hvordan avisen Husforbi skaber positiv kontakt mellem hjemløse og almindelige mennesker. Fremstilling og salg af varer og tjenesteydelser rummer et fantastisk potentiale for frihed, udvikling og meningsfuldhed.

Handel (i bredest mulig forstand) er selvstændighedskulturens møntfod og selvom mange i næste åndedrag tænker på iværksætteri, overskud og små hurtige BMWér, så er jeg personligt mere interesseret i det almindelige arbejdsliv, som mange små selvstændige sætter pris på. Ikke fordi det er nemt eller problemfrit, men fordi det giver mening for dem. Jeg vil faktisk påstå at det er meget vigtigt at man skelner mellem selvstændige og iværksættere. En iværksætter har givetvis en identitet som selvstændig, men er også en skaber, en opfinder, en imperiebygger. Men en selvstændig behøver ikke også at være iværksætter. En almindelig selvstændig er på jagt efter en livsform og et levebrød, men er ikke imperiebygger.

Jeg har de sidste 10 år talt med hundredvis af mænd – og måske 30 kvinder – som var interesseret i at starte en lille handyman/håndværkervirksomhed. En stor del af disse – måske halvdelen - deler en fragmentarisk og omflakkende tilknytning til (løn)arbejdsmarkedet. De skifter ofte job og hvis det ikke er det ene der er i vejen, så er det det andet. Det er måske også fair at sige at mange af disse jobhoppere har det svært med chefer. At blive og være selvstændig erhvervsdrivende, handler for mange om identitet. Nogle kan måske vælge om de vil være en lille del af et stort hjul (lønarbejdere) eller om de vil være et stort hjul i en lille butik (selvstændig), men en del af os kan ikke rigtig vælge. Vi trives ikke uden at være chefen i vores eget arbejdsliv.

Desværre er det sådan at der i samfundet, og måske især i uddannelsessystemet, er en dominerende forventning om at man skal være lønarbejder. Det er derfor mit indtryk at mange med en identitet som selvstændige alligevel lander noget akavet på lønarbejderhylden. Det er bestemt ikke for alle at være selvstændig, men den fremhærskende lønarbejderkultur har givet mange et arbejdsliv, der er i konflikt med deres identitet.

Måske er det også derfor at det, med et lidt poetisk udtryk, hedder at "springe ud" som selvstændig. Det er selvfølgelig fordi man økonomisk set hopper ud i det ukendte, men det er også fordi man identitetsmæssigt går imod den almindelige norm. Når man i øvrigt "springer ud" handler det jo også om at træde ud af det almindelige, og bringe balance mellem sin indre identitet og den ydre verden.

Under alle omstændigheder er der hvert år i tusindvis af unge og gamle, mænd og kvinder, rige og fattige, brune og lyserøde, som af nød eller af lyst, eller lidt af begge dele, forfølger deres drøm og springer ud som selvstændige. Problemet er at rigtig mange aldrig rigtig får skovlen under deres branche og deres forretning. Mange brancher har en meget lav succesrate for nystartede, og her kan et OpenLogo gøre en forskel.

OpenLogos eksistensberettigelse er altså at skabe gode rammer for personer der ikke trives i lønarbejde og som ønsker at starte og/eller drive en lille selvstændig virksomhed. En bedre overlevelseshastighed og bundlinje for små selvstændige er til gavn for både personen, familier, lokalsamfund og den generelle selvstændighedskultur.

OpenLogo – de hårde fakta

Et OpenLogo startes, drives og ejes af en iværksætter og har fire grundlæggende "kyskhedsløfter" eller dogmer.

- Et OpenLogo køber og sælger ikke produkter eller ydelser, men leverer en service der gør det nemmere og billigere for medlemmerne selv at sælge deres produkter eller ydelser.
- Et OpenLogo er åbent for medlemmer, der kan leve op til den standard, det åbne logo definerer.
- Et OpenLogo tjener (kun) penge på netværksbidrag - kontingent – fra medlemmerne.
- Et OpenLogo har ingen kontrakter eller bindinger mellem "kontoret" (brandet) og medlemmerne.

Et OpenLogo har følgende opgaver:

- At definere en professionel og salgbar standard for de produkter eller serviceydelser, som medlemmerne sælger.

- At skabe og promovere et tilhørende brand eller varemærke.
- At skabe konkrete materialer og forslag til handlinger, som medlemmerne kan bruge i deres egen lokale markedsføring.
- At indgå partnerskaber og indkøbsaftaler, som er til gavn for medlemmerne.
- At være katalysator for udveksling af erfaring og samarbejde mellem medlemmerne.
- At arbejde for at alle medlemmer lever op til den givne standard.

OpenLogo og andelstanken

OpenLogo er en gendigtning af andelstanken. I en festlig håndevending kan man måske kalde et OpenLogo for en nænsomt topstyret andelsvirksomhed. Der er to grunde til at andelstanken har brug for revitalisering.

Dels har de store gamle andelsvirksomheder med Arla og Coop i spidsen tømt andelstanken for ånd og mellemfolkelighed. Som Frank Zappa sagde om jazz: *“It isn't dead. It just smells funny”*.

Og dels er der et praktisk problem i oprettelsen af konkrete andelsvirksomheder. Andelstanken har med god grund mange fans og der er mange gode ideer til hvordan andelstankerne evt. kunne bruges. Men problemet er at det bogstaveligt talt er nemmere sagt end gjort.

Opstart af en andelsvirksomhed kræver - så vidt jeg har analyseret det - nogle meget præcise omstændigheder for at kunne lykkes.

- En gruppe selvstændige som er relativt ens og som allerede har en form for selvstændig økonomi.
- En høj grad af tillid mellem de kommende andelshavere, og en høj grad af forståelse for de værdier og spilleregler, der ligger til grund for andelstanken.

Det bliver i praksis en barriere, og eg mener kun at have hørt om én ny levedygtig andelsvirksomhed de sidste 10 år, nemlig DIGIDI. DIGIDI forener små selvstændige musikudgivere, og giver dem adgang til digital distribution af deres musik. DIGIDI virker og giver plads til små kreative kræfter på det store marked. Men én andelsvirksomhed på 10 år er for lidt i andelsbevægelsens fødeland.

Et OpenLogo er designet til at fjerne – eller minimere – de barrierer, der normalt er for oprettelse af en andelsvirksomhed.

I et OpenLogo er det én eller flere iværksættere der starter, driver og ejer konceptet. Det kræver altså ikke en gruppe på 10 eller 20 ligeværdige medlemmer som skal holde møder, blive enige, lave bestyrelse og indbetale indskud - alt sammen mens alle fordelene er luftsky og vindfrikadeller. Opstart af nye koncepter, brands og varemærker er svært og tidskrævende. Det er derfor vigtigt af

OpenLogo udnytter det almindelige drive der er i personligt iværksætteri. Iværksætteren bag et OpenLogo kan opnå et skabende og frit arbejdsliv og blive (halv)rig og berømt. Det er de gulerødder der skal til, når det gør ondt, og det gør iværksætteri ofte.

Når en eller flere iværksættere har startet et OpenLogo, er der skabt nogle værdier (fx et varemærke), som de første medlemmer kan udnytte. Potentielle medlemmer kan derfor relativt nemt vurdere om fordelene står mål med kontingentet. Medlemmerne i et OpenLogo behøver dermed ikke at være idealister eller have tillid til skiftende personer i en bestyrelse.

Openlogo og den økonomiske magtbalance

Et OpenLogo er altså en privat ejet virksomhed, som i al væsentlighed fungerer som en forening (en omvendt Arla om man vil). Denne konstruktion holdes på plads af to ting. For det første køber og sælger det åbne logo ikke medlemmernes produkter. Det er medlemmerne, der har den direkte kontakt til kunderne, og medlemmerne er derfor ikke stavnsbundet til det åbne logo, da de ikke direkte mister deres omsætning, hvis de melder sig ud.

Den anden ting der holder konstruktionen på plads ligger i forlængelse af dette. Iværksætteren kan nemlig ikke i traditionel forstand sælge brandet eller varemærket. Hvis medlemmerne ved et salg føler sig svigtet eller får dårligere vilkår, kan de tage omsætningen og kundekontakten med sig, når de forlader det åbne logo. Derfor kan værdien af brandet være væk dagen efter salget, og derfor kan ejeren kun varsomt sælge de immaterielle rettigheder. Det er også meget svært at forestille sig at ejeren kan smide alle medlemmerne ud og forsætte brandet som et almindeligt firma med ansatte. Det ville i alle fald være en konfliktfyldt proces hvor brandet ville tabe det meste af sin værdi.

Et OpenLogo skaber en sympatisk magtbalance mellem ejer og medlemmer. Ejeren sætter vilkårene, men medlemmerne "ejer" kunderne og omsætningen. Så kan det godt være at medlemmerne ikke har formel demokratisk magt, som i en rigtig andelsvirksomhed, men jeg kan garantere for at den reelle magt, som medlemmerne opnår, er en fuldgod erstatning.

OpenLogo og Mand&bil

Hos det åbne logo Mand&bil (altså hos Mand&bils medlemmer) kan kunder få praktisk hjælp og håndværkerservice. Bruger man Mand&bil, kan man regne med at der kommer en selvstændig mand (mester selv), der har erfaring med håndværk, har et firma (med tilhørende ansvar som professionel), og en kassevogn fyldt med almindeligt værktøj. Det er Mand&bils standard.

Mand&bil er startet som OpenLogo i 2008. Jeg havde fra 2006 arbejdet for private som handyman og lejet min arbejdskraft ud til andre håndværkere og efter lidt roden rundt med oprettelse af et vikarbureau og nogle ansatte, trak jeg en steg i sandet. Jeg er oprigtigt interesseret i grænselandet

mellem fællesskab og forretning, og det skal være en del af mit arbejdsliv – ellers kan jeg ikke rigtig komme op om morgenen.

Første marts 2008 var rammerne for OpenLogo lavet, og min hjemmeside mandogbil.dk var klar til at rumme både mig og det første medlem – jeg tror han hed Henrik Grøn. Det første han sagde i telefonen var “jeg ved ikke om jeg er i gang med at stjæle dit koncept eller blive medlem”. Han kom dog på hjemmesiden, fik visitkort, logo på sin kassevogn osv. 4 måneder senere havde han gennem Mand&bil fået kontakt med en entreprenør som hyrede ham i et helt år, og han forlod Mand&bil. Der kom dog andre til, og i dag er vi godt 90 medlemmer.

I de første mange år var kontingentet fra de få netværksmedlemmer ikke nok til både at udbygge konceptet og betale min løn. Så det var faktisk først i 2017 at jeg holdt helt op med selv at køre som Mand&bil-mand og slettede min profil fra hjemmesiden.

Den vigtigste erfaring fra Mand&bil er sådan set at OpenLogo grundlæggende virker. Antallet af medlemmer stiger (langsommere end forventet men alligevel), medlemmerne er gennemsnitligt medlemmer i længere tid og de oplever sigende udbytte af medlemskabet. Det hænger selvfølgelig sammen med at varemærket Mand&bil langsomt bliver mere kendt og genererer flere kunder. I den sidste undersøgelse fra januar 2018 blev der spurgt ca 1200 repræsentative personer over 18 år, hvor af 14,4 procent genkendte varemærket og konceptet Mand&bil. Det er hver syvende dansker, og mit kvalificerede gæt er at det placerer Mand&bil blandt de mest kendte håndværkervirksomheder i Danmark.

OpenLogo og selvstændighedskultur

Når Mand&bil er lavet som et OpenLogo er det, som beskrevet i formålet, for at støtte selvstændige - især nye selvstændige - og den generelle selvstændighedskultur. Men hvad er selvstændighedskultur, hvorfor er det vigtigt og hvad er problemet? Lad mig først beskrive problemet med udgangspunkt i den branche jeg kender.

Der er nogle tusinde danske mænd (og meget få kvinder) der hvert år starter en praktisk servicevirksomhed. De har alle en mere eller mindre realistisk ide om at de skal tilbyde montage, hus- haveservice, ejendomsservice, multiservice, handyman, byggeservice eller hvordan de med svingende kvalitet får det beskrevet på flyers og hjemmesider. De har lidt forskellige bevæggrunde for opstart men generelt er det for at opnå (drømmen om) frihed og selvstændighed - både økonomisk og identitetsmæssigt. Det er meget få der starter med det udgangspunkt at de skal opbygge det nye ISS eller et større byggefirma. De starter heller ikke for at blive rige, og ca. en tredjedel af dem jeg møder har tværtimod en formodning om at de kommer til at gå ned i indkomst.

Jeg har meget svært ved at finde håndfast statistik på hvordan det går disse nystartede firmaer, og især hvordan de selv oplever processen. Men det er en meget stor del af dem der ikke lander på

benene som selvstændige. Som udgangspunkt kan man se at 8 ud af 10 er lukket efter to år, men det fortæller ikke hele historien. Den historie jeg hører igen og igen lyder nogenlunde sådan her:

Vores mand (m/k) tør starte, fordi han har en onkel der er vicevært i en boligforening, og her kan få ca. 15 timer om ugen. Derudover har han grund til at tro at han af og til kan få nogle uger eller måneder hos en tømrer, han kender fra sit tidligere arbejde. Det er i alt ca. 25 timer om ugen og så tænker den kommende selvstændige at det ikke kan være så svært at skaffe de sidste 10 – 15 timer rundt omkring. Det går også fint det første halve år, men så træffer bestyrelsen i boligforeningen beslutning om ikke at bruge ekstern hjælp, og et par måneder senere får tømreren en stor opgave og bliver derfor nødt til at ansætte to svende – som jo skal have arbejde først.

Resultatet er at den selvstændige nu pludselig ikke “bare” skal være god til sit arbejde, men også være i stand til at opbygge firmaprofil og markedsføring for at skaffe nye kunder. Det kæmper han med det næste år og efter 2 år med dobbelt udgifter og halv løn, beslutter konen og banken at lukke firmaet, og han går tilbage til lønarbejde.

Min branche sender på denne måde hvert år ca. 4000 konkrete dårlige historier om opstart og selvstændighed ud i samfundet. Det er fallentens børn, kone, familie, bogholder, bank og venner, der alle sammen fortæller historien videre til deres klassekammerater, veninder og kollegaer. - Det er farligt at være selvstændig - det er mere trygt at være lønarbejder.

Og min branche er ikke den eneste, der producerer disse fortællinger. Vinduespuddere, flyttefolk, spisesteder, bogholdere, massører, frisører, oversættere osv. Der er mange brancher, hvor drømmene kæmper en ulige kamp mod realiteterne. Problemet er værst i de “videnslette” og relativt lavtlønnede brancher, fordi man her ikke har råd til at købe sig til hjælp og dermed ikke kan nå at løse problemet før man går fallit.

Et OpenLogo kan få flere til at overleve længere og bedre. Ved at tilføje viden, netværk, hurtig opstart, kunder, billig markedsføring m.m., kan statistikken vendes på hovedet således at hovedparten lander på benene som selvstændige. Det betyder at flere vedbliver med at være selvstændige, men det betyder IKKE at alle nystartede har virksomhed efter to år. Der vil være en del - måske halvdelen - der opdager at selvstændighed ikke er noget for dem – at friheden også var bøvvl og besvær og at det simple og vellønnede liv som lønarbejder slet ikke var så dårligt endda. Et OpenLogo kan gøre at de fleste nye selvstændige ikke nærmest automatisk bliver tvunget ud af selvstændighed pga. dårlig økonomi. De nye selvstændige kan få et reelt valg mellem selvstændighed og lønarbejde, og selvstændighedskulturen starter ikke på brækkede ben i forhold til lønarbejderkulturen.

Selvstændighedskultur

Men hvorfor er det vigtigt hvilket ry og rygte selvstændighed som levebrød og livsform har? Der er jo mange der starter og er der ikke massører og handymænd nok? Er det ikke bare sund konkurrence der sikrer at de levedygtige overlever og de andre ikke gør?

Alle politiske partier mener at selvstændighedskultur er meget vigtigt. Der er godt nok meget forskel på hvilke dele af kulturen de lægger vægt på, hvilket nok hænger sammen med at selvstændighedskultur er lidt af et "hurra-ord". Et begreb som alle synes er godt, men ingen rigtig ved hvad betyder. Det følgende afsnit er derfor mit bud på hvad selvstændighedskultur er, hvorfor det er vigtigt, og hvorfor de små selvstændige erhvervsdrivende er kulturbærere. De forskellige spørgsmål og svar bliver vævet sammen i en pæn pærevælling, så man må tage det som det kommer.

Lad mig først understrege at selvstændighedskultur også trives blandt en del lønarbejdere. Hvis jeg fx kigger på min mor eller bror (som begge er ansat) så har de skabt deres egne afdelinger i de organisationer de er en del af. De sidder ikke og venter på at arbejdsgiveren udstikker opgaver, de tager på alle (gode) måder arbejdet med hjem, og ikke mindst tager de også deres hjem med på arbejde.

Ville de få et bedre arbejdsliv hvis de havde deres egen virksomhed? Nej sikkert ikke. De har dels fået lov, og dels ved eget initiativ skabt sig, et rum i en organisation – en virksomhed i virksomheden om man vil – hvor de er ansvarlige for ydelsen, kvaliteten, økonomien osv. Men jeg kan også garantere at hvis min mor eller bror var havnet i et job hvor de ikke havde en udstrakt form for frihed, ansvar og kontrol, så ville de meget hurtigt have mistet enhver engagement og enhver glæde ved deres arbejde.

Jeg tror det handler om fremmedgørelse. Lige siden samlebåndet blev opfundet, har den økonomiske logik dikteret at virksomheder kan tjene mere på sine ansatte, hvis de udfører en lille specialiseret opgave mange gange. Hvis man har en identitet som lønarbejder opleves dette som tryghed, mens det at miste ansvaret for helheden og blive til en brik i puslespillet, er gift for den selvstændiges identitet.

Der er efterspørgsel efter folk med lønarbejderidentitet ved det moderne samlebånd. Men ryggraden i et demokrati og det tilhørende civilsamfund kan kun holdes på plads af en stærk selvstændighedskultur. Det er lysten og evnen til at sætte ting i sving og skabe deltagelse ud fra de værdier man finder vigtige. Det er lysten og evnen til at skabe et rum, som ikke kontrolleres af staten eller markedet, men af en selv.

Betyder det at alle selvstændige erhvervsdrivende er en gave til demokratiet og civilsamfundet? Nej. Jeg er ikke en bedre medborger end min bror fordi jeg er selvstændig og han er lønmodtager (nærmere tvært imod). Men jeg tror man som selvforsørgende selvstændig erhvervsdrivende spænder et mentalt sikkerhedsnet ud under selvstændighedskulturen. De lønarbejdere, der dybest set har en identitet som selvstændige, bliver mindet om at man ikke behøver at være lønarbejder. Hvis arbejdsgiveren finder samlebåndet frem og skruer op for den profitable

fremmedgørelse, ved den selvstændige lønarbejder at opstart af eget firma er en mulighed. Jeg tror det er rimeligt at sige de små selvstændige på denne måde bidrager med dynamik og diversitet. Vi skaber indirekte liv og luft på det almindelige arbejdsmarked, og vi kommer kød på drømmen om at man kan blive "herre i eget firmahus", hvis det med pisk eller gulerod skulle blive nødvendigt.

Selvstændighedskultur og iværksætteri

I disse dage ruller fjerde sæson af "Løvens hule" over skærmen. Det er et TV-format hvor fem erfarne og rige iværksættere (løver) bliver præsenteret for nye fattige iværksættere og deres ideer som løverne så evt. kan vælge at investere i. Jeg vil give 350.000 kr. for 15 procent af din virksomhed, hvis din far bliver smidt ud af bestyrelsen. Eller jeg vil give 200.000 for 10 procent hvis en af de andre "løver" går med. Det er godt fjernsyn men det er dårligt nyt for den almene forståelse af selvstændighed og iværksætteri.

Som jeg kort nævnte i afsnittet "OpenLogo – hvad nytte er det til?" mener jeg man skal skelne mellem selvstændige og iværksættere. For de selvstændige handler det om livsstil og levebrød. For iværksætteren handler om at skabe noget nyt, sætte et aftryk, og se hvor langt vingerne bærer.

Men i modsætning til hvad man måske skulle tro, er det de selvstændige der leverer varen. For det første er de mange, - de små selvstændig står hvert år for ca. 200.000 arbejdspladser plus det løse. For det andet er iværksættere ofte børn af selvstændige. For det tredje er en succesfuld iværksætter meget tit startet som selvstændig, før vedkommende så nogle år senere slår et større brød op som iværksætter.

For mig at se er selvstændighedskultur rugbrødsmotoren, mens iværksætteri er flødeskum på toppen. "Løvens hule" er kun flødeskum og endda mest den del der smager af erhvervslotteri. Det er som om det er lige meget hvad man laver, bare det kan sælges. Min pointe kan måske eksemplificeres med de to musikkonkurrencer "X-faktor" og "Karriererkanonen" på P3. "Løvens hule" minder jo meget om musikkonkurrencen "X-faktor" i sin opbygning, og "X-faktor" har efter 11 år med et meget dyrt set-up, frembragt to en halv levedygtige sangere. "Karriererkanonen" på P3 har stukket tæerne ned i det rigtige vækstlag, og har med en meget lille investering synliggjort den ene relevante gruppe og kunstner efter den anden. Jeg vil vædde med at "Løvens hule", - når lyset er slukket og røgen har lagt sig -, har frembragt meget få levedygtige og relevante virksomheder.

Det værste er dog at "Løvens hule" bliver et billede på hvordan den kalorielette iværksætteri fortrænger den sunde iværksætterkultur der er rodfæstet i selvstændighedskulturen. Jeg har et par gange været dommer i ungdomsuddannelsernes forsøg på at skabe flere iværksættere. Det er sjovt nok også opbygget som en konkurrence hvor unge mennesker foregøgles at de kan lave virksomheder. Jeg forstår, som småbarnsfar, godt "fake it til you make it" som metode, men at rulle dette pseudoprogram ud over hele klassetrin og skoler, er misforstået. De unge mennesker

har ikke den viden og erfaring de skal bruge for at finde gode virksomhedsideer, og hvis de endelig har en god ide så har de ingen økonomisk mulighed for at lave fx prototyper. De kan simpelthen ikke komme langt nok i processen til at de kan lære noget og tilbage står kun det indholdsløse glimmer fra konkurrencen.

Man kunne i stedet stille de unge mennesker den simple opgave at lave en aktivitet, som skaber omsætning. Eleverne kunne efter evne og interesse lave bilvask, bygge fuglehuse eller starte den nye Roskilde Festival. Opgaven med at udtænke en aktivitet, markedsføre den, udføre den og tælle pengene, er en proces hvor alle kan få rigtige erfaringer, og som mentalt åbner døren til både selvstændighed og iværksætteri.

Man høster som man sår og hvis iværksætteri kommer til at handle om hurtig gevinst og en plads i den internationale overklasse, så får vi den slags iværksættere og tilhørende virksomheder. Hvis vi som samfund vil have virksomheder som leverer ægte produkter som Danfoss, Grundfoss og Lego, skal vi støtte rugbrødsmotoren: selvstændighedskulturen. Hvis vi gerne vil have smarte koncepter som "Just Eat" og "L'easy" der efterlader deres kunder dårligere stillet end de var i forvejen så er vi på rette vej.

OpenLogo og det rullende monument

Det var det - en beskrivelse af den socialøkonomiske konstruktion OpenLogo, med lidt tilhørende hvordan og hvorfor. Når du næste gang ser en Mand&bil-bil, så tænk gerne på det som et rullende monument. Et monument over selvstændighed i fællesskab; over den oprindelig andelstanke, hvor velstand og livsform kommer før vækst og profit; over selvstændighed som et reelt alternativ til lønarbejde.