

”Jag vill förändra världen och ha roligt på samma gång”

Unga Sociala Entreprenörer har stämt möte med två sociala entreprenörer, Sara Wallén och Arne Forstenberg. Sara driver *Mjuka flytten* – ett företag som arbetar för att inkludera de medföljande barnen vid en utlandsflytt. Grunden i Saras affärsidé är att barn som flyttar utomlands tillsammans med sina föräldrar har rätt till kulturträning och att företag gynnas av att ta hänsyn till detta behov, eftersom det gynnar såväl familjen som företaget eftersom den anställdes produktivitet ökar.

Tillvägagångssätten är olika, men barns behov och rättigheter är i fokus i allt som Mjuka flytten gör. Konceptet har nått framgång och har idag bland andra Utrikesdepartementet, Sida, Ericsson och Sandvik som kunder. Sara berättar att Mjuka flytten snart tar nästa steg för att fortsätta växa. Själva är Sara mitt i processen att också etablera sig som social entreprenör utanför själva företaget.

”Det är svårt att branda sig själv”, säger Sara, samtidigt som det faktiskt framgår att just sälja är en av hennes starkaste sidor som entreprenör. En vecka efter att hon kom på idén som ledde till Mjuka flytten, så ringde hon till Sida (misslyckades med Ericsson) och lyckades sälja in sitt koncept. Just idag, då intervjun äger rum, har Sara stigit upp klockan fem för att ta tillvara på hela dagen. Saras drivkraft är att allt hon gör måste gynna barnen och även generera ett plus i kassan, eftersom detta ger en möjlighet att fortsätta driva företaget.

Sara har själv erfarenhet av att följa med utlandsstationerade föräldrar med uppbrott och identitetssökande som följd. Denna erfarenhet kom till uttryck i hennes D-uppsats inom socialantropologi, som kom att handla om just barn som flyttar utomlands. Sara studerade till Kaospilot i Danmark (en treårig utbildning i projektledning, processledning och kreativ affärsutveckling) och med klasskamrater som var duktiga på att skapa, utvecklade även Sara sin affärsidé. 2008 skapades Mjuka flytten. Här kan Sara och hennes team stötta barn i utvecklingen av en trygg nationell identitet, bygga rötter i tid och

träna barns förändringskapacitet tillsammans med deras föräldrar.

Arne Forstenberg bygger med sitt företag, *Global Focus*, upp ”den coolaste plattformen för att göra världen bättre”. Företaget designar projekt och tillhandahåller tjänster till företag, organisationer och människor som vill bidra till en bättre värld. Global Focus har bland annat skrivit rapporter till den finansiella sektorn, deltagit i FN-processer, arrangerat en temadag på Harvard om hållbar utveckling, organiserat en kortfilmsfestival i Peking och varit ledare i workshops om globalisering i Libanon.

Företaget startades 2007, efter att Arne lagt basketproffsplanerna på hyllan och upplevt en existentiell kris. Tillsammans med några vänner hade han nått insikten att globala frågor, som klimatfrågan, måste hanteras globalt. Arne menar att traditionella institutioner är inadekvata för att lösa klimatutmaningar och att Global Focus har kunnat fungera som ”frontrunners”. Arne beskriver sig och Global Focus som visionsdrivna. Målet har varit att göra världen bättre och ha roligt. Global Focus har också fått ett otroligt gensvar och förtroende från globala aktörer som FN och WWF. 2008 blev Arne utsedd till *Sveriges framtida ledare* av Junior Chamber International och 2009 nominerades företaget till *The Right Livelihood Award*, det alternativa Nobelpriset.

Idag är Arne inne i en ny fas där han insett att fantastiska idéer behöver ”kokas ner” till produkter och tjänster som kan presenteras på en A4. Företaget behöver se över vad som är kärnan i verksamheten och ha en ekonomisk långsiktig plan. Det finns mycket kraft i storyn, menar Arne.

”Vi har skapat en massa värde för planeten, men nu måste vi skapa värde för en kund. Vad vi inte gjort hittills är att berätta vilka vi är och vad vi kan bidra med”.

Arne har producerat idéer, men lämnat dem och gått vidare. Han konstaterar att Sara lyckats med just detta – att konceptualisera sina idéer och att utveckla produkter, exempelvis en barnbok som utgår från barnets upplevelser när det möter en ny kultur och skiljs från det invanda. En annan av Mjuka flyttens

tjänster är att organisera workshops där teamet stöttar barn och unga i att sätta mål och ta tillvara på upplevelser under utlandsvistelsen.

Att vara social entreprenör är att utgå från ett socialt eller ekologiskt problem och skapa en lösning. En social entreprenör kan visst tjäna pengar och samtidigt bidra till en bättre värld. Det som kan skilja en social entreprenör från en traditionell entreprenör är att pengar inte är den främsta drivkraften.

”Jag har inte tänkt på pengar som det viktigaste”, säger Arne och Sara berättar att hon är glad över om boken hon skriver hjälper dem den når, även om hon skriver för en liten målgrupp. Samtidigt är båda överens om att de som entreprenörer behöver ha ett businessstänk.

Sara menar att hon som sociala entreprenörer har ett annat synsätt på konkurrens, jämfört med traditionella entreprenörer. Hon ser det som en fördel att fler verkar för sociala och ekologiska behov. Sara får medhåll av Arne som menar att sociala entreprenörer skulle tjäna på att samarbeta mer med varandra.

Vad kännetecknar då en entreprenör? Drivkraften, menar både Sara och Arne. De kallar sig inte själva sociala entreprenörer utan ser sig själva som entreprenörer, eller som Arne säger:

”Jag är en människa som vill göra världen bättre och ha roligt”.

Sara råd till lärare som vill jobba entreprenöriellt är att få med sig föräldrarna. Ett curlat barn har svårt att ansvar. Ett barn måste lära sig med kroppen. Själva har hon en förklaring till att både hon själv och hennes bror blivit entreprenörer. Hennes egen pappa uppmuntrade henne att fixa och trixa, övertala och pruta. Framgång i detta gav beröm och den entreprenöriella ådran växte.

Sara tycker också att lärarna ska belysa syftet med en uppgift, men sen ge fria händer till de unga att lösa uppgiften och sätta egna mål. Arne betonar att barn och ungdomar behöver bekräftelse när de har idéer. Lyft upp elever med idéer, elever som vill något. Gör det coolt att ordna en basar eller en fotbollsturnering. Entreprenörskap handlar om att realisera idéer, säger Arne som tycker att

processen mellan idé och verklighet blivit krångligare.

”Börja med idén och drivkraften och sätt människorna i centrum.

Entreprenörskap handlar inte om att driva företag utan om att realisera idéer. Lyft in organisationsform sen, börja inte där”.

Det finns en brist på framgångsexempel, menar Arne. Vi har bilden av entreprenören som en man mellan 30 och 40 som arbetar ensam, men bra idéer kan alla ha och en framgångsrik entreprenör jobbar sällan ensam. Själva hyr han en kontorsplats på *Hub Stockholm*, ett kontorshotell för entreprenörer som vill hitta lösningar för en bättre värld, medan Sara har byggt upp en studio för socialt entreprenörskap med andra sociala entreprenörer i en lägenhet de hyr mitt i Stockholm. Det är där vi har samlats idag och när mackorna och bullarna ätit upp får vi de sista goda råden: En social entreprenör säljer sin idé bättre med en story – ta in det personliga. Här är Saras och Arnes story.

Anne Isberg/Unga Sociala Entreprenörer



Arne Forstenberg



Sara Wallén

<http://www.globalfocus.net>
<http://www.mjukaflytten.se/>