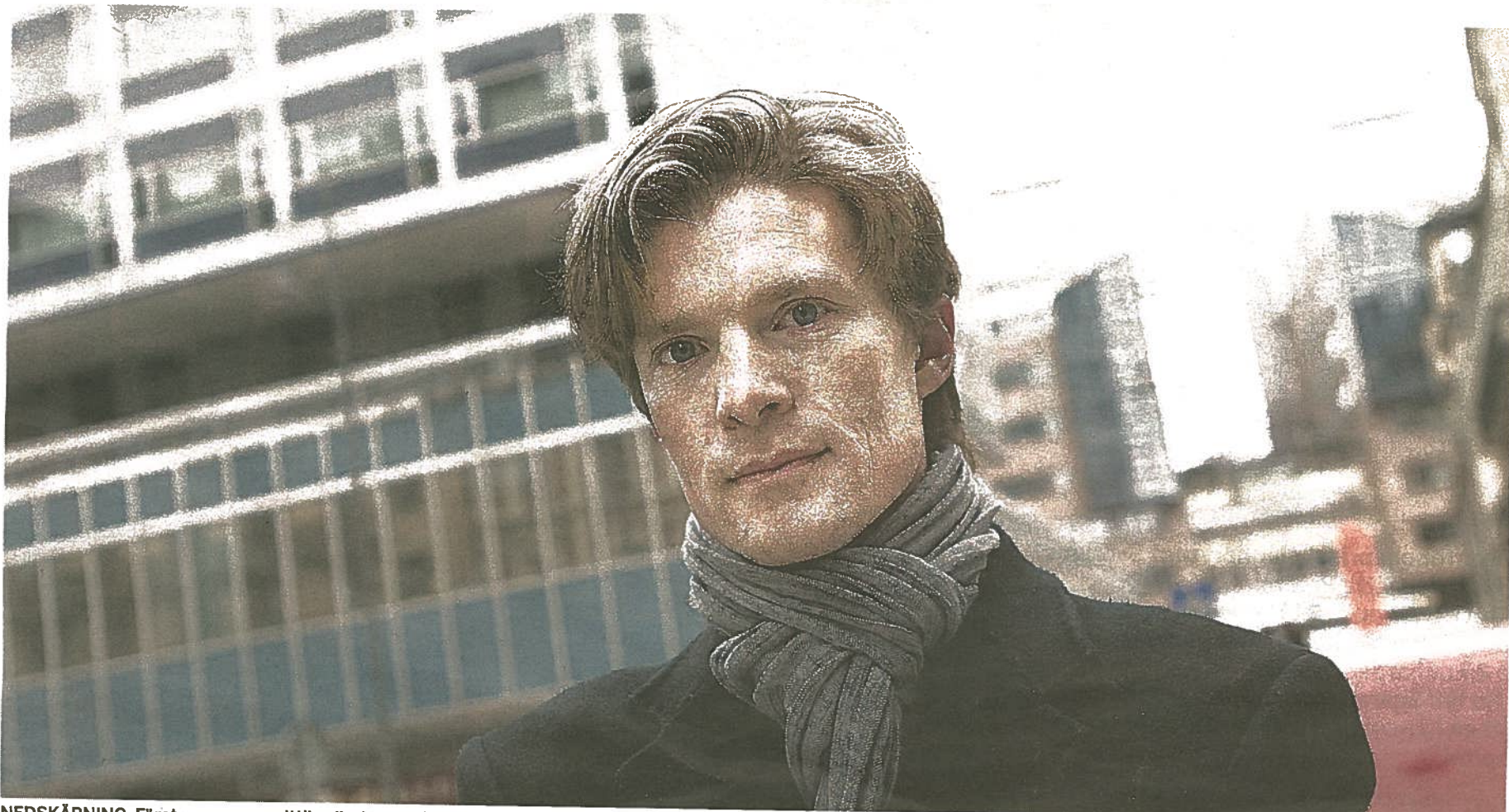


Redaktör: Johan Östberg [debatt@di.se](mailto:debatt@di.se) Telefon 08-573 650 00

Flera världsomspännande trender förändrar politiken, näringslivet och kulturen i hög hastighet. De stora företag som vill klara av detta måste agera som små, och vara öppna för massiv valfrihet, skriver författaren Johan Norberg.



NEDSKÄRNING. Företags genomsnittliga livslängd på S&P 500 har minskat från 61 år på 1950-talet till 18 år i dag, skriver Johan Norberg.

FOTO: GUNNAR LUNDMARK

# En frihetlig revolution

**V**i står mitt i en regeringskris och i dagsläget kan ingen förklara hur det här landet ska styras framöver. Många uppfattar det som något oerhört, en unik situation. Men om vi blickar ut i världen och tittar på andra samhällsområden framstår det snarare som ett nytt normalläge. Ett nytt, turbulent normalläge.

I snart sagt alla länder har förtroendet för de etablerade partierna minskat. Antalet partimedlemmar minskar och väljarna skiftar lojalitet allt snabbare. Nästan alla europeiska länder har något slags missnöjesparti kring 15 procent eller mer. I många länder leder de i opinionsundersökningarna. I USA är misstron mot politikerna så stor att människors tillfredsställelse med livet påverkas starkt negativt av att bara tänka på politiker, enligt opinionsundersökningar.

Men det beror inte så mycket på politikerna, som på väljarna. Ett folk som brukade lita på auktoriteter och agera som förväntat har genom utbildning, välstånd och kulturförändring blivit olydigt. De har börjat ifrågasätta och globaliseringen, och digitaliseringen har gett dem möjligheter att skaffa annan information och andra alternativ.

Hur ska man få den som är van att välja mellan hundratals utbildningar, tusentals informationskanaler och Facebooks 51 olika beskrivningar av konststillhörighet att med glädje välja ett standardiserat åsiktspaket, blått eller rött?

I min bok "Leva och låta dö" (Hydra Förlag), som publicerades i går, argumenterar jag för att vi som nu lever är

med om tre av de största omvandlingar människan hittills har upplevt. Hela världen kopplas ihop i ett nätverk av handel och kommunikation. Vi får intelligenta maskiner och samtidigt upptäcker människan sin individualitet på riktigt. Alla tre drar åt ett visst håll – åt att alla plötsligt kan prata med, lära sig av och utmana varandra.

En ny global medelklass träder fram, med kolossala produktivetskrafter i fickan. Det senaste kvartalet köpte kineserna fler än 100 miljoner smarta mobiler. En befolkning som bara för 30 år sedan levde i bottenlös misär och inte tilläts lära sig något om omvärlden har plötsligt kunskap från hela världen i fickan.

Idéer kan bubbla upp var som helst. Trösklarna för att hitta nya samarbetspartner och skapa utmanare blir allt lägre. Det betyder också att det blåser allt hårdare på toppen.

Det är en omvälvning för alla våra traditionella institutioner, inom politik, kultur och näringsliv som de sällan är beredda på. Studier visar att det går allt snabbare för människor att uppnå berömmelse, men denna är också allt flyktigare, för alla kan plötsligt granskas, utmanas och få konkurrens av vem som helst. Så är det på alla områden.

Statistiska granskningar visar att det blir allt svårare för regeringar att vinna val, för företag att behålla kunder, för fackföreningar att behålla medlemmar, för medier att behålla publiken, för kyrkor att behålla församlingar och till och med för arméer att besegra militärt svagare motståndare. Och vi har bara sett början. Redan i dag finns det etablerade alternativ

som kan göra att tv-kanaler, pappers-tidningar, universitet och gamla affärsmodeller snart kan kännas lika passé som tillverkare av kartor och fristående väckarklockor.

Inom näringslivet innebär det att vi står inför en alltmer omvälvande kreativ förstörelse. Företags genomsnittliga livslängd på S&P 500 har minskat från 61 år på 1950-talet till 18 år i dag. Risken att drabbas av en varumärkeskatastrof (att förlora 20 procent av aktievärdet på en månad) under en femårsperiod har ökat från 20 procent till mer än 80 procent på två decennier. Den genomsnittliga livslängden på en vd-post har halverats.

**"Microsoft köper 'Minecraft' för mer än Volvo Personvagnar såldes för."**

När transaktionskostnaderna rasar möjliggör det nya mikromultinationella företag som inte bygger på en stor kostym, utan på en stor idé, och som kan lansera sina produkter i hela världen omedelbart. Det kastar om traditionella maktförhållanden. Microsoft köper "Minecrafts" tillverkare för mer än Volvo Personvagnar såldes för. Ebays grundare satsar lika mycket för att en begåvad journalist med starkt varumärke ska starta en ny medieplattform som Amazons Jeff Bezos betalar för anrika Washington Post.

Trenden mot småskalighet och skräddarsydda erbjudanden håller

också på att accelerera. Innovativa personer öppnar och remixar hård- och mjukvara och skapar helt nya tekniker som de allt oftare gör affärsidéer av.

På samma vis som desktop publishing gjorde att alla kunde ha ett tryckeri på skrivbordet gör 3D-skrivare att alla snart kan ha en fabrik på skrivbordet.

De stora företag som vill klara av detta måste agera som små, och vara öppna för massiv valfrihet. Henry Ford sa att du kan få vilken bil du vill så länge du vill ha svart, men när Toyota i dag producerar tio miljoner bilar gör de dem totalt sett i ungefär 2,5 miljoner olika utföranden. Giganter som Apple och Google kan hålla sig innovativa bara för att de har skapat ekosystem där miljontals andra entreprenörer kan bidra med sina egna idéer.

Det här är en frihetlig revolution som kommer att ge chanser till människor som aldrig har haft några. För många som har vant sig vid sina positioner kan det däremot bli en skakig färd. "Den bästa av alla monopolvinster är ett lugnt och skönt liv", som John Hicks uttryckte det på 1930-talet. Men i denna värld vet ingen som i dag utbildar sig om den yrkeskategori man siktar mot ens kommer att existera när det börjar bli dags för pensionen.

I en värld som är i ständig rörelse är det, på gott och ont, bara de organisationer som är gjorda för förändring som kommer att klara sig.

**JOHAN NORBERG**  
författare och debattör

di.se

Följ  
debatten  
på nätetdi.se/  
debatt