

IDÉBOK

Smygtitt på IDÉBOK.

Ett smakprov av Fredrik Häréns nya bok idébok. **En kombinerad bok/ anteckningsbok** framtagen för att främja kreativiteten och uppmuntra till att fler idéer tas tillvara.

Köp den...

... till dig själv – använd den för att samla alla dina idéer.

... till de anställda – visa att ”innovativt” inte bara är något som företaget säger sig vara utan även något som uppmuntras.

... till kunder/leverantörer/samarbetspartners – för att påminna dem om hur innovativa ni är.

Material: inbunden, svart tygpärm, tvåfärgs-tryck, 300 sidor, kom-ihåg-band.

<u>Priser:</u>	1-10	240 kr/bok
	11-49	200 kr/bok
	50+	Offereras. Bra rabatter vi större order.

Fraktkostnad och 6% moms tillkommer på alla priser.

Egen upplaga med företagslogga tryckt inne i boken som give-a-way eller julklapp kan beställas.

Beställ boken genom att skicka ett mail till: info@interesting.org eller läs mer på www.interesting.org/idebok.

Boken säljs även i bokhandeln för 325 kronor inkl. moms.

”Tack för en inspirerande bok!”

Leif Pagrotsky, Näringsminister

”Boken är kul, underbar (och har en snygg design).
Och då ska du veta att ’underbar’ är ett ord jag inte använder ofta.”

Sara Norberg, Apoteket

”Man får tacka för en mycket trevlig läsning!
Det här är en bok som jag kommer att bära med mig ofta.”

Fredrik Söderhielm, Reklamförbundet

IDÉBOK

av Fredrik Härén

INTERESTING BOOKS

Copyright © 2003 Fredrik Härén, Stockholm, Sweden.

www.interesting.org

ISBN 91-631-2817-9 ANDRA TRYCKNINGEN

Design: André Wognum – <http://www.wognum.se>

Typografi: Linotype Didot och Trade Gothic

Det var en bra idé, skriv ner den!

Den här boken bygger på iakttagelsen att bra idéer inte är någonting man får – utan något som måste lockas fram. Två bra idélockarverktyg är inspiration och motivation. Syftet med boken du håller i din hand är just att inspirera och motivera dig att locka fram – och skriva ner – fler idéer.

Boken innehåller mer än 60 snabblästa, inspirerande avsnitt om kreativitet och en mängd kreativitetscitat av personer som Albert Einstein och Ingvar Kamprad. Alla avsnitten avslutas med en övning som syftar till att främja din egen kreativitet

Boken innehåller också 150 vita blad för dina idéer. När du fyllt boken med anteckningar, iakttagelser, notiser och idéer har du fulländat idéboken.

”När jag läste materialet så kände jag hur jag riktigt lyfte några centimeter, jag kände att jag genast ville sätta mig och testa dina övningar, jag blev glad, lite som när man dricker skumpa, det liksom pirrar i kroppen.”

EWA GOOS, TELIA RESEARCH

Förord.

Thomas Edison förstod vikten av att skriva ner sina idéer. Han hade alltid en idébok med sig där han skrev upp tankar, idéer och iakttagelser han gjorde. Att skriva ner sina idéer var ett tips han snappat upp från Leonardo Da Vinci som ju producerade stora mängder skisser, anteckningar och noteringar, ofta skrivna spegelvänt och baklänges. Thomas Edison skrev varken baklänges eller spegelvänt, men han skrev. Så fort han fick en idé skrev han ner den. Och när han körde fast eller saknade inspiration gick han tillbaka till sina idéböcker för att se om han inte kunde få några nya idéer utifrån vad han hade skrivit ner tidigare. Efter Edisons död 1931 hittade man 3 500 (!) anteckningsblock i hans hem.

Denna bok är framtagen för att få dig att följa i Edisons och Leonardo Da Vincis fotspår. För att få dig att skriva ner alla idéer du får. Se till att göra det! Och gör det även om du inte direkt tycker att din idé är lysande vid första anblicken. Någon gång i framtiden kommer du att kunna vidareutveckla ett par löst nedskrivna tankar från förr och resultatet kan mycket väl bli en ny briljant idé. Förhoppningsvis ska mina kreativitetsexempel och övningar hjälpa till att inspirera dig att få – och skriva ner – fler idéer.

Och som Isabel Colgate sade: *”Det är ingen dum idé att ha för vana att skriva ner sina tankar. Då slipper man störa andra med dem.”* Ett argument så gott som något.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fredrik Härén', with a large, sweeping flourish above the text.

FREDRIK HÄRÉN

“Where all
think alike,
no one thinks
very much.”

WALTER LIPPMANN

Volvo-tutan

Våga byta bransch för att hitta dolda skatter i form av outnyttjade idéer.

BAKGRUND

Vad skulle hända om Nokia eller Ericsson skulle göra en bil? Jo, om Nokia eller Ericsson skulle göra en bil skulle man till exempel kunna välja ringsignal, det vill säga kunna välja tuta...

Affärsutvecklarna hos världens biltillverkare är bevisligen innovativa. De kommer på de mest nyskapande uppfinningar som till exempel rullgardins-airbags. Men ju längre man jobbar i en bransch och ju mer expert på sitt område man blir, desto svårare har man att se på sin bransch med fräscha ögon. Man blir helt enkelt hemmablind.

För affärsutvecklarna på Volvo är bilens tuta en så självklar sak att de inte klarar av att ifrågasätta den. För "bilmänniskor" har tutan alltid suttit vid ratten och när man tryckt på den har det låtit "tut". (Till och med nya bilar från 2000-talet har en liten bild på ett posthorn från 1800-talet för att signalera tutans funktion).

ÖVNING

Ta in utomstående experter för att lösa ett problem. Eller ta din egen expertis och lägg den på att utveckla en bransch som du tidigare inte haft något som helst att göra med. Och allra helst: ta ett par personer från helt olika branscher och se vad de kommer fram till tillsammans.

Hur skulle en mobiltelefon från Volvos designavdelning se ut förresten?

"Creativity can solve almost any problem. The creative act, the defeat of habit by originality, overcomes everything."
GEORGE LOIS

Världens första kreativitetstest

Locka till fler idéer.

BAKGRUND

J P Guilford anses av många vara fadern till dagens moderna syn på kreativitet. På en psykologikonferens för drygt 50 år sedan höll han ett mycket uppmärksammat tal om kreativitet som påbörjade det stora intresse för kreativitet som bara vuxit för varje år som gått sedan dess.

Berättelsen om Guilford är i sig en intressant saga. J P Guilford var psykolog och arbetade under andra världskriget med att göra personlighetstester för att ta ut personer som skulle bli bombplanspiloter. Då man ville ha de mest lämpade personerna som piloter använde sig Guilford av intelligensstest såväl som betyg och personliga intervjuer. Guilford var lite irriterad på att flygvapnet också hade satt en pensionerad flyggeneral utan psykologiutbildning till att ta ut bombpiloter och Guilford hade inte mycket till övers för den pensionerade flygarens kunskaper. Det visade sig också att Guilford och den pensionerade flygaren tog ut olika personer till piloter.

Efter en tid utvärderades deras arbete och det visade sig förvånansvärt nog att de piloter som Guilford hade tagit ut med hjälp av betyg och intelligensstest hade skjutits ned och dödats mycket oftare än de piloter som den pensionerade generalen hade tagit ut. Guilford har senare berättat att han blev så deprimerad av vetskapen att han skickat så många soldater in i döden att han funderade på att ta livet av sig. Han fullföljde dock aldrig de planerna utan bestämde sig istället för att ta reda på varför den pensionerade flygarens uttagna hade klarat sig mycket bättre än dem som Guilford valt.

Generalen berättade att han hade ställt en fråga till alla soldaterna: *"Vad gör du om ditt plan blir beskjutet av tyskt luftvärn när ni befinner er över Tyskland?"*. De soldater som hade svarat *"Jag stiger."* tog han inte ut. De soldater som hade svarat *"Jag vet inte, jag kanske dyker"* eller *"Jag börjar flyga zig-zag"* eller *"jag rollar och försöker undvika elden genom att svänga"* svarade alla "fel" enligt vad regelboken förordade men generalen valde ändå vilka han tog ut utifrån den grupp som svarat fel. För de soldater som reflexmässigt följde manualen för hur man borde göra var också väldigt förutsägbara och det var där Guilford hade misslyckats.

De personer Guilford tog ut var personer som svarade som man, enligt manualen, skulle svara. Problemet var bara att även tyskarna visste att man skulle stiga om man blev anfallen av luftvärn och därför låg de tyska jaktplanen ovanför molnen och väntade på de amerikanska piloterna. Piloter som var kreativa överlevde med andra ord oftare än piloter som i och för sig var mer intelligenta men som alltid gjorde som regelboken föreskrev!

Plötsligt insåg Guilford att det finns en färdighet som är att tänka annorlunda, i att tänka utanför det förväntade, i att vara kreativ, och han bestämde sig för att studera denna färdighet. Han bestämde sig för att hitta metoder för att få fram bättre lämpade piloter genom att identifiera kreativa personer som improviserade och hittade nya oväntade lösningar när de ställdes inför nya problem.

Ett av de första kreativitetstest som Guilford tog fram för flygvapnet gick ut på att man skulle hitta på så många användningsområden som möjligt för en tegelsten. Detta test är faktiskt i sin enkelhet ett ganska bra sätt att testa personers kreativitet. Vissa personer spottar ur sig tiotals användningsområden för en tegelsten snabbare än man hinner skriva upp dem medan andra kan sitta i minuter innan de kan komma på fem alternativa användningsområden för en tegelsten. Det är också en bra övning för att få igång kreativiteten hos en person eller en grupp.

ÖVNING

Denna övning blir naturligtvis: Hur många olika sätt att använda en tegelsten kan du komma på?

Börja med att försöka komma på 50 olika användningsområden på 15 minuter. Att komma på nya användningsområden för en tegelsten är såklart ingenting som höjer effektiviteten hos ett företag eller leder till nya innovativa produkter men det är ett intressant test för att visa vilka personer som inte låter sig bromsas av vad de lärt sig.

Metaforer är starka som berg

Inse värdet av att identifiera en metafor.

BAKGRUND

Människor tänker i metaforer. Vi gör det oftare än vi själva inser. En metafor är nämligen ett utmärkt sätt att förklara något nytt med en verktygslåda av gamla erfarenheter.

Har du till exempel tänkt på att idéer har lånat sin metafor från fåglarnas värld? Man säger att man ”ruvar” på sina idéer, man ”kläcker” en idé, att nya idéer är ”bräckliga” (som ägg) och att när idéer förverkligas så ”lyfter” de eller ”får vingar”. Hela idéprocessen är alltså liknad vid en fågels utveckling.

Det finns ett annat klassiskt exempel från när en grupp vapentillverkare skulle utveckla ett nytt vapen till flygvapnet. De körde fast och för att kunna komma vidare så föreslog en person i gruppen att man skulle byta metafor. ”Tänk er att vi går i öknen”, sade han till de andra i gruppen, ”och beskriv vad ni ser.” En person sade: ”Jag ser en kaktus”, en annan ”Jag ser en oas” och en tredje ”Jag ser en Sidewinder”. En Sidewinder är en orm som lokaliserar sitt byte genom att känna av offrets kroppsvärme. Då slog det en ingenjör: ”Skulle man inte kunna göra en robot som kände av värmen från fiendens motor?!” Man gick vidare med idén och utvecklade den värmesökande roboten, ett mycket framgångsrikt vapen som fick namnet ”Sidewinder”.

Vilken metafor beskriver din bransch? Vilken metafor har du valt för det problem du just nu jobbar på? Ofta har vi inte insett vilken metafor som gäller för just oss – och har vi inte identifierat metaforen kan vi inte heller se de hörn som metaforen målar in oss i.

ÖVNING

Hur kan man utveckla idégenerering genom att utveckla metaforen? Kan man bygga ett ”bo” för idégenerering? Kan man ”mata” nyfödda idéer? Måste man se till att idéer ”skriker” så att de får mat? Finns det ”flyttidéer” som utvecklas bäst genom att flyga söderut när vintern kommer? Försök att bygga vidare på metaforen kring idéer/ägg. Försök också alltid att på samma sätt identifiera och vidareutveckla den metafor som ligger till grund för den idé som du för tillfället arbetar med.

"An invasion of armies can be resisted, but not an idea whose time has come." VICTOR HUGO

Edisons idékvoter

Förstå vikten av att få riktigt många idéer till skillnad från några få.

BAKGRUND

Thomas Alva Edison var en man som insåg att för att få en bra idé måste man få många idéer. Och Thomas Edison var onekligen en man som fick många bra idéer. Han är till exempel den person som har fått näst flest patent, han uppfann den fungerande glödlampan, filmprojektorn med mera samt grundade vad som idag är ett av världens största företag: General Electric.

Men Edison insåg att bra idéer inte kommer automatiskt. Han införde därför "idékvoter" på sig själv och sina anställda. På sig själv hade han satt följande idékvot: *"A minor invention every ten days, and a major invention every six months"*.

ÖVNING

Tvinga dig själv att få fler idéer. När du ställs inför ett problem så kom på 50 olika förslag på hur det skulle kunna lösas. Många av idéerna kommer inte att vara bra, och chansen är stor att det inte är de första idéerna som kommer att vara de bästa. Öva dig på att hitta fler lösningar på fler problem. Ta för vana att säga *"Vad finns det för andra sätt som vi kan lösa detta problem på?"* och ge inte upp förrän du fått minst tre nya förslag på lösningar. Glöm inte att det alltid finns olika sätt att lösa något på.

"To improve is to change; to be perfect is to change often." WINSTON CHURCHILL

Smygtitt på IDÉBOK.

I denna smygtitt visas drygt 30 sidor av idébok. Den tryckta versionen av idébok är på drygt 300 sidor.



”Mer än 5.000 böcker
sålda på tre månader!”

”Det var inte min idé.
Men det skiter jag i.”

DESTINY PLAYBACK

Nyskap

Man kan inte något bara för att man kan något.

BAKGRUND

För hundra år sedan gick 700(!) personer ut vad som idag motsvaras av gymnasiet. I år går mellan 90 000 och 100 000 ut gymnasiet. Så sent som 1960 gick endast 30 000 svenskar på universitet/högskola. Nu är det 300 000 (varav 30 000 är doktorander). Och nu pratar vi bara Sverige – ska vi jämföra hur många människor i hela världen som har en universitetsutbildning idag jämfört med för femtio år sedan blir siffrorna hissnande! Och nästan skrämmande blir det om vi tittar femtio år framåt i tiden.

De senaste årens kunskapsexplosion har lett till en dramatisk ökning av ny kunskap. Och ju mer ny kunskap, desto mer gammal kunskap som blir just gammal. På vissa universitetskurser i USA har man därför slutat med kursböcker då det för snabbt bli inaktuella, eleverna får istället läsa branschtidningar och andra publikationer med snabbare pressläggningstid.

Att vi måste bli bättre på att ta till oss kunskap pratas det mycket om – men frågan är om det inte är förmågan att ta till oss *ny* kunskap – nyskap – som vi borde träna mer på. Att lära sig något är inte det svåra. Att lära om är desto trixigare.

Världen är full av proffs som blivit överflödiga – från hovslagare till grafiker på dagstidningar – för att de var för bra på att fortsätta kunna det de redan kunde och för dåliga på att ta till sig ny kunskap.

ÖVNING

När lärde du dig något nytt sist? Det vill säga när satte du dig ner för att gå en kurs i ett ämne som du redan "kunde" i syfte att se om du kanske kunde lära dig samma sak på ett nytt sätt.

"There is nothing in the world more powerful than an idea. No weapon can destroy it; no power can conquer it except the power of another idea." JAMES ROY SMITH

JA och NEJ!

Om positiva konflikter

BAKGRUND

Förr i tiden hade kungarna alltid en narr. Narrens uppgift var att ifrågasätta sanningar och ställa frågor som ingen annan vågade ställa. Narren var kungens försäkring mot JA-sägarna. Varför försvann denna funktion? För det är väl ändå inte så att JA-sägarna inte längre finns kvar? Nej, behovet av NEJ-sägare är nog större än någonsin. För kreativitet mår bra av att alla inte tycker lika. På frågan vad som skapar en bra bil svarade till exempel Toyotas utvecklingschef ”Mycket konflikter”. Och på Discovery kunde en hög CIA-chef nyligen höras utbrista: *”Vi behöver skeptiker! Om vi inte får kritik så anställer vi en skeptiker.”*

Det är kanske fel att uppmuntra till fler konflikter. Men är det kanske också lika fel att uppmuntra till färre konflikter? Tyvärr har allt för många personer fått lära sig att man aldrig ska kritisera en idé. Det är helt fel. Bra idéer tål kritik och dåliga idéer blir inte bättre för att ingen påpekar dess brister. Alla vet vi att homogena grupper där alla har samma kunskap, samma bakgrund och samma referensramar har sämst förutsättningar att klara sig när förutsättningarna förändras. Ändå tenderar allt för många grupper, från små projektgrupper till företagsledningar för storföretag att bli just homogena. Och det är klart, det är ju så skönt när alla tycker lika eller hur...

ÖVNING

Leta efter negativa kommentarer. Nästa gång du får en bra idé så ge dig ut och leta efter en person som inte gillar den. Låt personen i fråga säga din idé vid fotknölnarna och skriv ner all kritik du får. Gå sedan hem och sätt dig och gå igenom listan med kritik och försök att se idéns svagheter. Övningen är jobbig, det ska medges, men den är också nyttig.

"It is useless to close the gates against ideas; they overlap them." KLEMENS VON METTERNICH

Flygplan och datorer

Det blir aldrig som man tänkt sig.

När Apple tog fram sina första versioner av bärbara datorer byggde hela strategin på att bärbara datorer i princip *bara* skulle användas av affärsmän på flyget. Apple lade bland annat ner mycket tid på att få datorerna att fungera tillsammans med flygets elektronik. När de bärbara datorerna väl lanserats hade man ett krismöte (!) på Apple för att diskutera det faktum att bärbara datorer användes överallt *utom* på flygplan.

Framtiden blir väldigt sällan som vi tror. Ifrågasätt alla framtidsscenarioer och utgå hellre från att alla har fel än att alla har rätt. Då är chansen stor att du får rätt...

ÖVNING

Nästa gång då får ett framtidsscenario beskrivet för dig så ifrågasätt det. Fråga också efter personens alternativa framtider. Du kommer att märka att de flesta personer bara har ett alternativ för hur framtiden kommer att bli. Och om du om tio år tar fram denna bok igen kommer du att märka att alla dina vänner hade fel.

"Ideas are the factors that lift civilization. They create revolutions.
There is more dynamite in an idea than in many bombs." BISHOP VINCENT

Ge inte upp

Inspirera till att inte ge upp.

BAKGRUND

– Jag har fått en idé, sa Puh till slut, men antagligen är det inte så mycket med den.

– Antagligen inte, sa I-or.

Så här avslutningsvis vill jag sluta med en uppmaning om att våga tänka annorlunda. Personer som ifrågasätter status quo, som fortsätter leta nya idéer och som vägrar tro att allt är bra som det är får det ofta svårt. Det är väldigt lätt att racka ner på andras idéer och det är allt annat än lätt att våga stå för sina egna idéer – speciellt om idéerna är på något sätt kontroversiella, annorlunda eller utstickande.

Men ge inte upp. Glädjen i att komma på en ny idé och se den förverkligas är värd allt slit. Och behöver du uppmuntras eller inspireras i ditt idégenererararbete så läs texten till Apples Think Different-reklamfilm:

*Here's to the crazy ones,
the misfits, the rebels, the troublemakers.
The round pegs in the square holes.
The ones who see things differently.
They are not fond of rules and they have no respect for the status quo.*

*You can quote them, disagree with them, glorify or vilify them.
But the only thing you can't do – is ignore them.
Because they change things.
They push the human race forward.*

*And while some may see them as the crazy ones, we see genius.
Because the people who are crazy enough to think they can change the world
– are the ones who do.*

Think Different.

ÖVNING

Du har fått nog med övningar så här får du ingen övning. Vi slutar helt enkelt här istället.

"Great ideas need landing gear as well as wings." C. D. JACKSON

Slutord.

Tack för att du tog dig tid att läsa denna bok. Jag hoppas den har fungerat som ett redskap för att hjälpa dig få nya idéer. Glöm inte att gå tillbaka och läsa dina gamla anteckningar och idéer då och då – ibland bli idéer bättre om de får ligga och mogna lite.

Har du själv en favorithistoria om kreativitet eller hörde du nyss ett roligt exempel på ett företag som gjorde tvärtom? Dela med dig! Alla inskickade bidrag som är nya för författaren och som kommer med i Idébok två belönas med ett exemplar av den nya boken samt 1 000 kronor i arvode.

Du når mig på *fredrik.haren@interesting.org* eller 0705-86 18 18.

Inspiration.

Nedan följer en lista på några av de böcker och personer som inspirerat mig att skriva denna bok. Som du kan se har jag markerat några av böckerna i listan. De är de böcker jag, av olika anledningar, skulle välja ut om du bad mig rekommendera fem böcker för vidare läsning.

BÖCKER SOM INSPIRERAT MIG

The Art of Innovation, Tom Kelley

Creativity & Beyond, Robert Paul Weiner, 2000

Den kreativa människan, SVD Pocket, 1983

Du är kreativ, Michael LeBoeuf, Liber, 1980

Funky Business, Jonas Ridderstrale, Kjell Nordstrom, Financial Times Prentice Hall, 2000

Kodboken, Simon Singh, Norstedts förlag 1999

Pippi Långstrump I Söderhavet, Astrid Lindgren, Rabén & Sjögren, 1948

Flow, Michály Csíkszentmihályi, NOK, 1996

Salvatore Grimaldi, Salvatore Grimaldi, Ekelids Förlag 2000

Uppfinnaren, Alf Mork, Atlantis, 1981

100 råd om innovation, Bengt-Arne Vedin, Ljusåret, 1998

Skapandets psykologi, Frak Barron, Alma, 1971

Fantasins Grammatik, Gianni Rodari, Korpen, 1973

A Whack on the side of the head, Roer von Oech, Warner Books, 1998

Kreativitet – en outnyttjad resurs, Dag Romell, Liber Läromdelel, 1974

Edison A life of Invention, Paul Israel, John Wiley & Sons, 1998

Brain boosters for business advantage, Arthur B VanGundy. Joeesey-Bass/Pfeiffer, 1995

Notebooks of the mind, Vera John-Steiner, Oxford University Press, 1997

Influence Science & Practice, Robert B Cialdini, Harper Collins, 1993

Tankekraft, Bodil Jönsson, Brombergs, 2001

Deals of lightning, Michael A Hiltzik, Harper Business, 2000

75 Cage-Rattling Questions to change the way you work, Dick Whitney
Melissa Giovagnoli, McGraw Hill, 1997

The Mechanism of mind, Edward de Bono, Penguin Books, 1969

Selling the invisible, Harry Beckwith, Warner Books, 1997

Fursten, Niccoló Machiavelli, NoK, 1513

Yates Guide to successful inventing, Raymond Yates, Funk & Wagnalls, 1967

Citat för alla tillfällen, Brombergs, 2001

The art of creation, Arthur Koestler, Picador, 1969

Unleashing the ideavirus, Seth Godin, Do you Zoom?, 2000

Svar:, Anna Thurffjell, Carlssons, 2000

Att bryta vanans makt, Vernet Denvall, Studentlitteratur, 2000

The book of truly stupid business quotes, Jeff Parretti, HarperPerennial, 1997

Upptäckter som förändrade världen, David Elito Brody & Arnold Brody,
MånPocket, 1997

Nätokraterna, Alexander Bard & Jan Söderqvist, K-world, 2000

The inmates are running the asylum, Alan Cooper, Sams, 1999

Cracking Creativity, Michael Michalko, Ten speed Press, 1998

Uncommon Genius, Denise Shekerjian, Penguin, 1990

Collaborative Creativity, Jack Ricchiuto, Oakhill Press, 1997

Träffad av en snilleblixt, Roger von Oech, Odulate Förlag, 1987

Creativ thinking and brainstorming, J Geoffrey Rawlinson, Management
Skills Library, 1981

Verklig kreativitet, Edward de Bono, Brainbooks, 1992

Creativity, George Gamez, Peak Publications, 1996

Idéer, så får du dem så utvecklar du dem, Jack Foster, Richters, 1999

Handbook of creativity, Robert J Sternberg, Cambridge, 1999

Ett svenskt geni, David Lagercratz, DN förlag, 2000

Speaker's sourcebook 2, Glenn Van Ekeren, Prentice Hall, 1994

Din upphovsrätt och andras, Kerstin Ahlberg, Tiden, 1995

Christofer Columbus, var han riktigt klok, Herman Lindqvist, Fischer & co, 1992

2000 percent solution, Donald Mitchell mfl, Amacom, 1999

Patafysisk Antologi, Claes Hylinger, Bo Cavefors Förlag, 1973

Copy, Hal Stebbins, Spektra, 1974

Människor, miljöer och kreativitet Nobelpriset 100 år, Red, Ulf Larsson, Atlantis, 2001

Den vite mannen, Papalagi, Korpen, 1920

The art of thinking sideways, Alan Fletcher, Phaidon, 2001

Alice I Underlandet, Lewis Caroll, nyöversättning, Bokorama 1982

Awaken your birdbrain, Bill Costello

Guldägg och beska droppar, Sören Blanking, Fischer & Co, 1996

A designer's art, Paul Rand, Yale University Press, 1985

Where the Suckers Moon: The Life and Death of an Advertising Campaign, Randall Rothenberg, 1995

Think out of the box, Mike Vance & Diane Deacon, Career Press, 1995

Don't Panic, Troed Troedson & Lotta Alsén, Troedson Konsult, 2002

The Creative Problem Solver's Toolbox, Richard Fobes, Solutions Through Innovation, 1993

Rules for revolutionaries, Guy Kawasaki, Harper Business, 1999

Creative Thinking, Mike Vance, Kassetbok

PERSONER SOM INSPIRERAT MIG

Teo Härén

Marie Thorsbrink

Albert

Berit Härén

Hasse Härén

Torbjörn Härén

André Wognum

Maria Ehn-Notrica

Mårten Norman

Andreas Pardeike

Jocke Berggren

Fredrik Ahlman

Erik Reimhult

Bengt-Arne Vedin

Bengt Renander

Yngve Bergqvist

Leif Pagrotsky

Marie Hallander Larsson

Mats Ohlsson

Maria Blom

Fabian Månson

Kerstin Karlsson

Therese Foleby

Alexander Bard

Gustav Bard

Anders Carlberg

Amelia Adamo

Soki Choi

Philip Cohen

Monica Lindstedt

Bengt Möller

Marita Bohlin

Tommy Karman

Thomas Magnusson

Lars Fallberg

Petra Pardeike

Lars Larsson

Christer Skoglund

Jack Hansen

Jan Segerfeldt

Anette Gustafsson

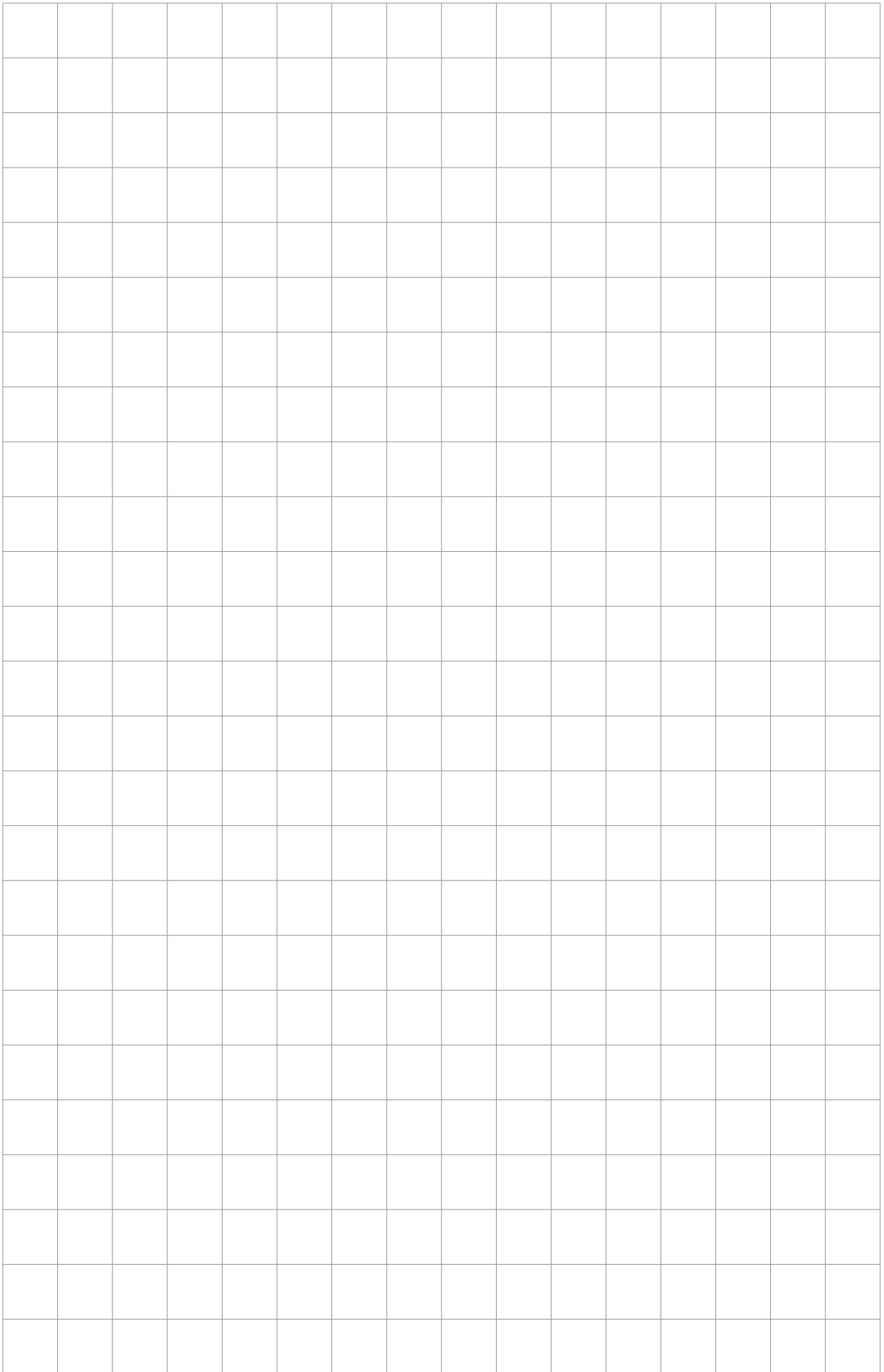
Jan Linnaeus

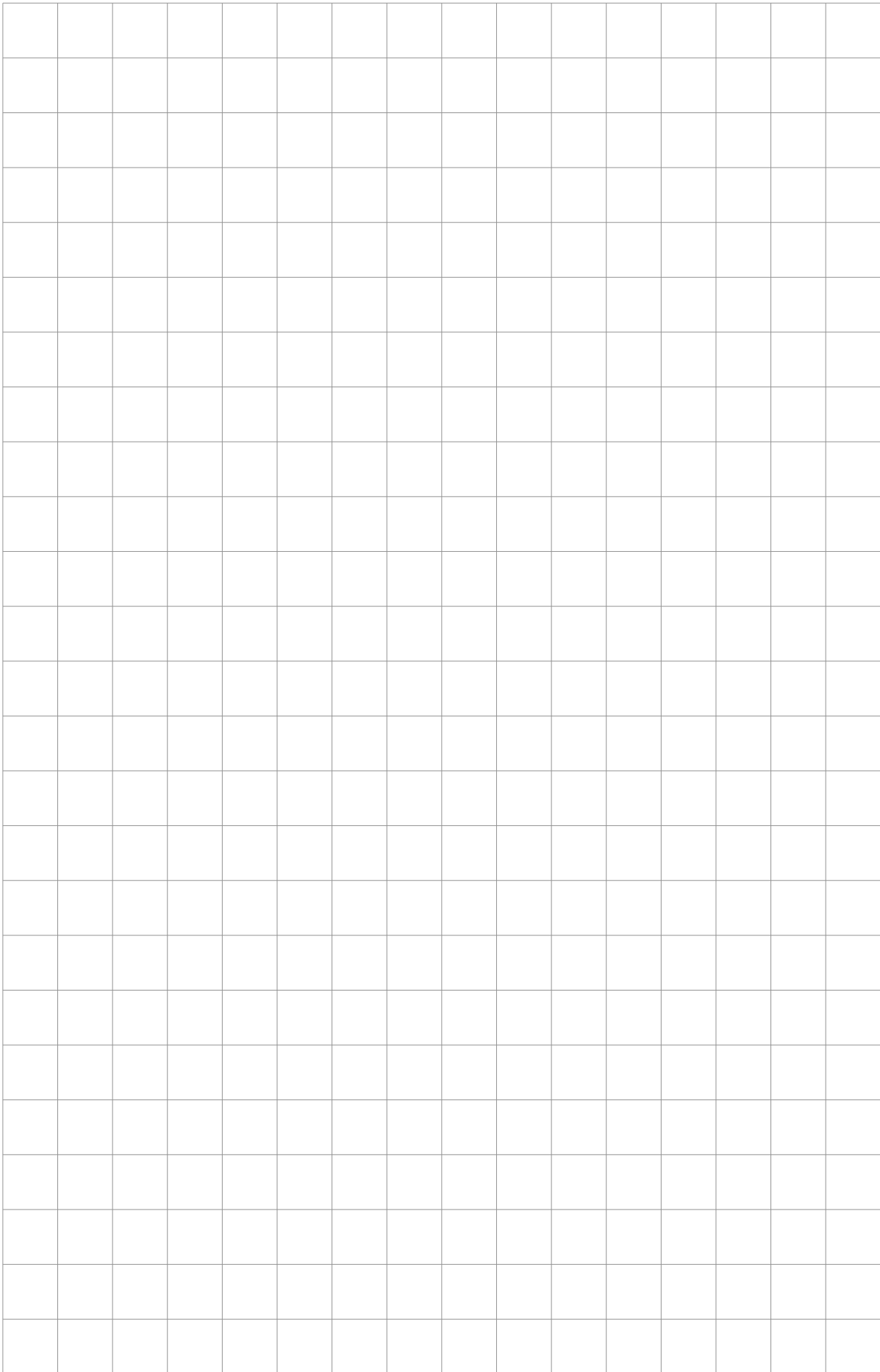
Ann Westfelt

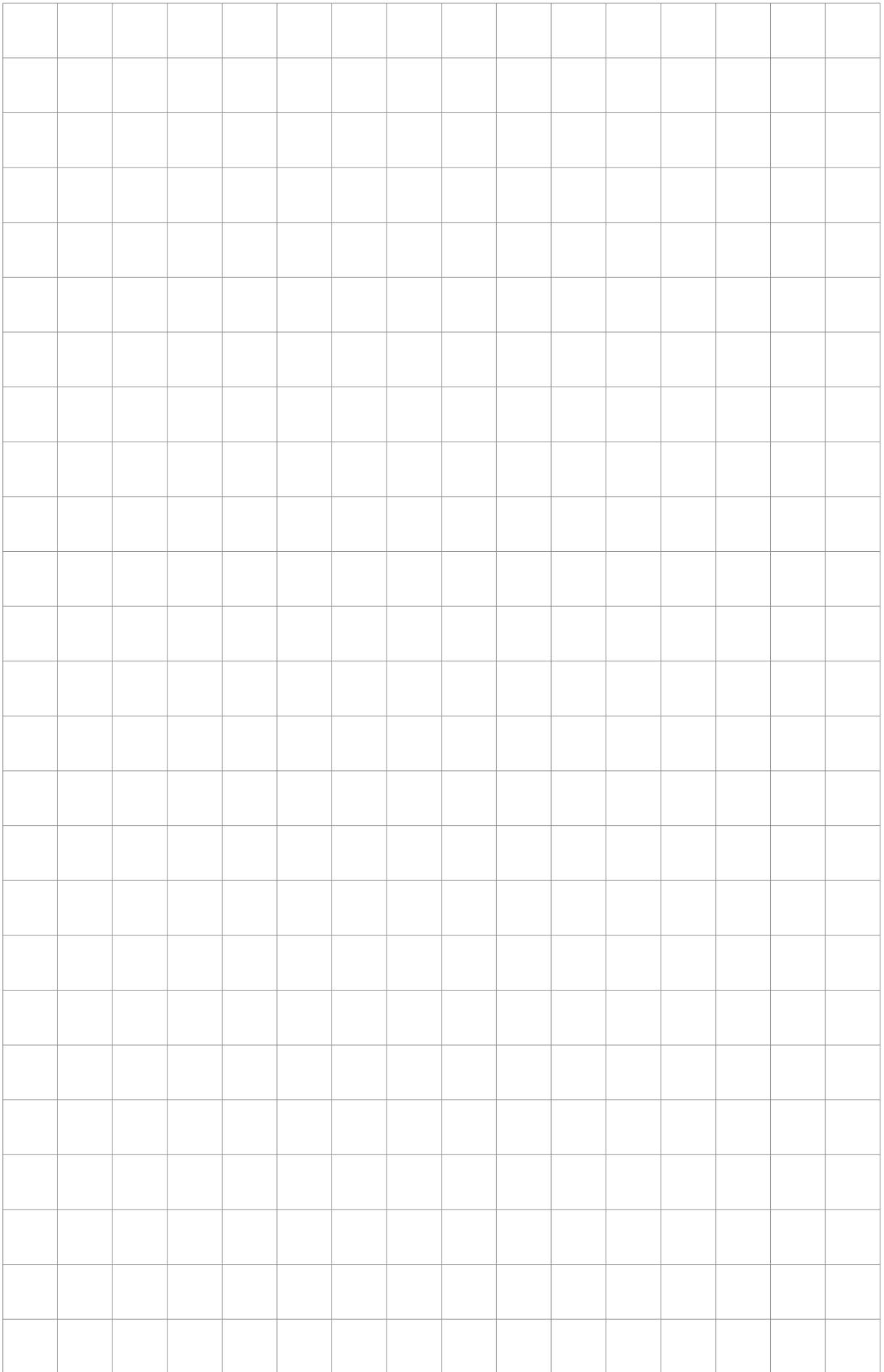
+ alla de som på olika sätt hjälpt till med betaläsningen av denna bok!

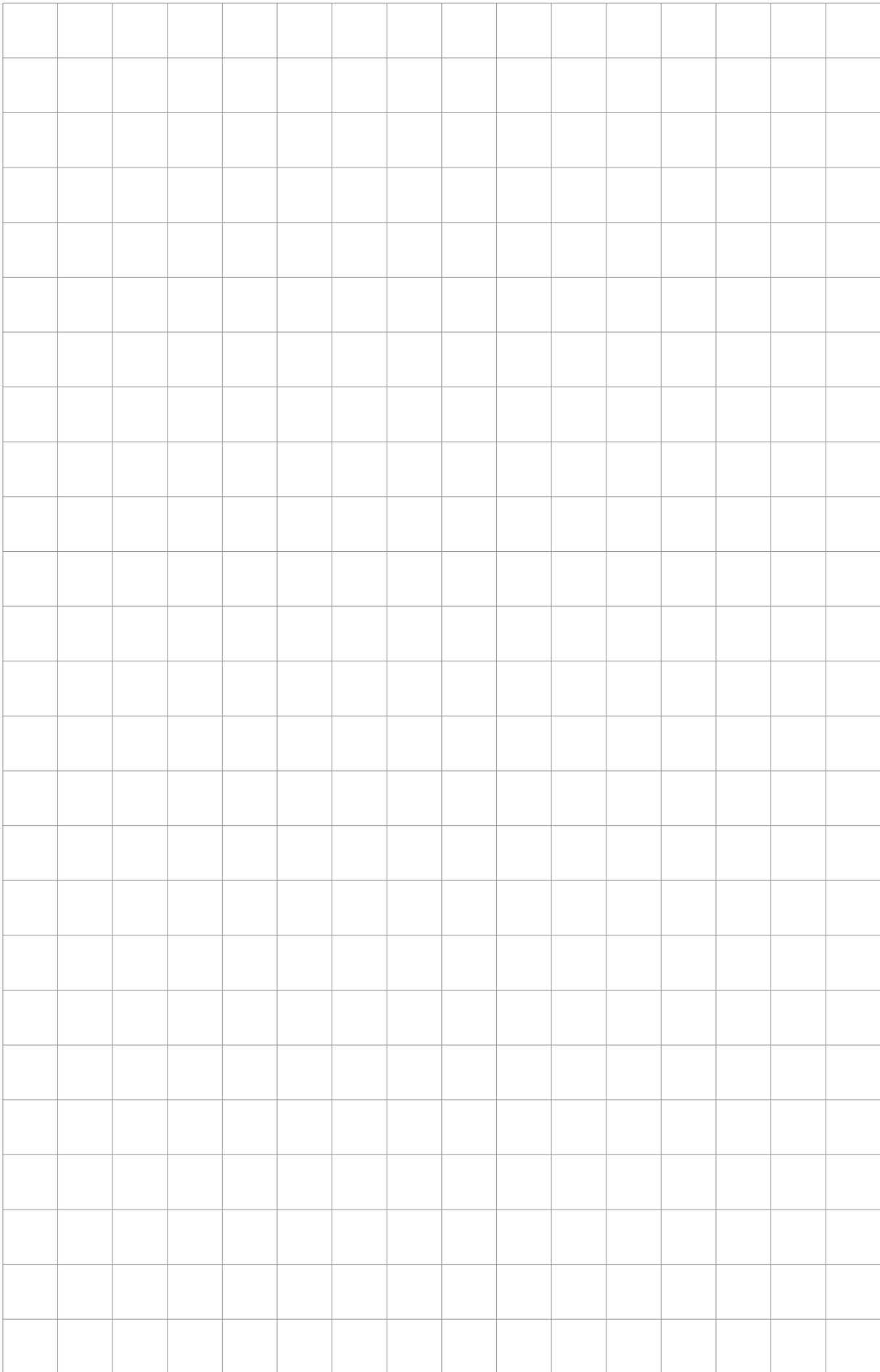
Alla medlemmar på interesting.org och era underbara idéer!

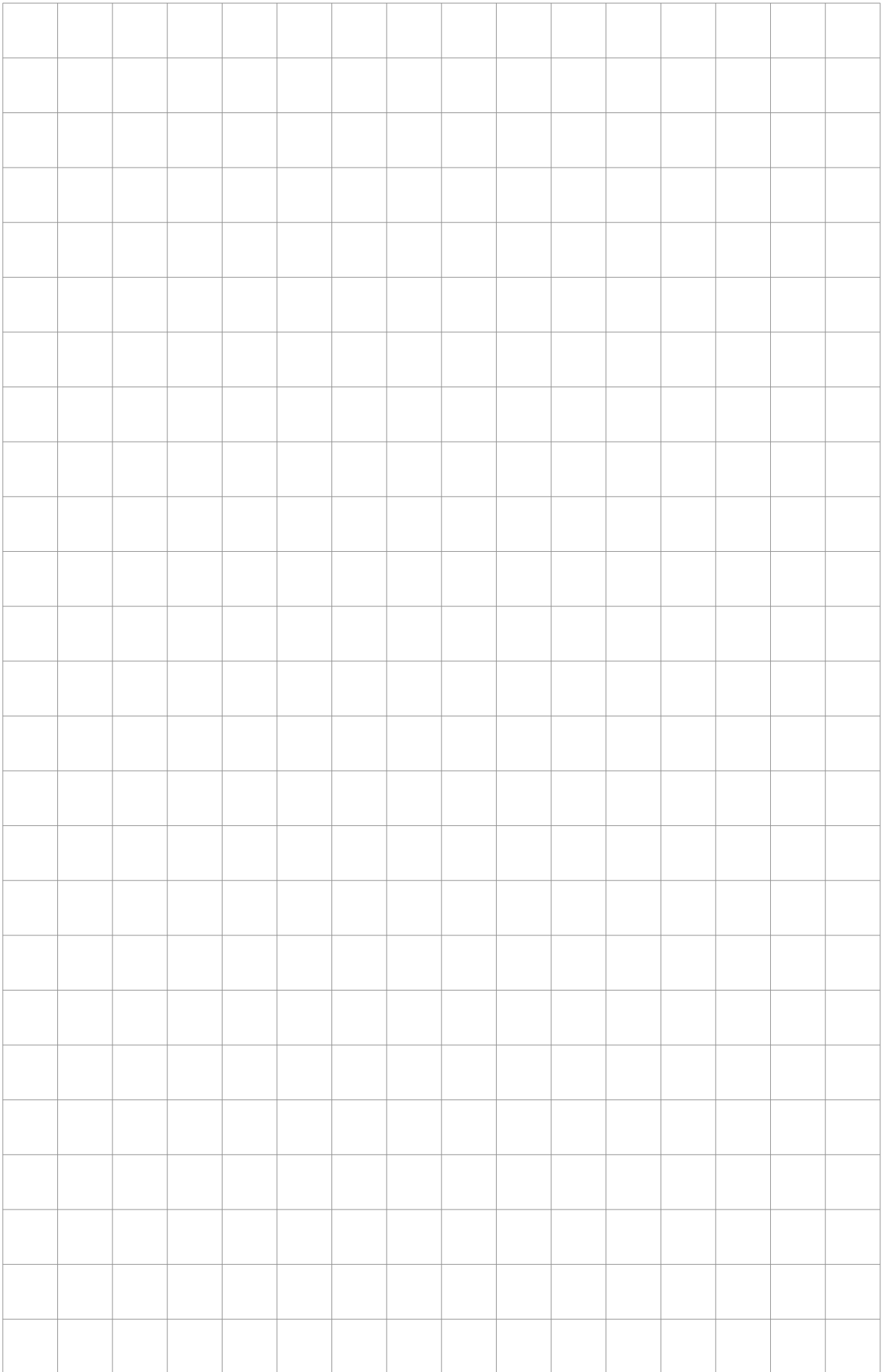
Och slutligen Anna Breitholtz – för att du inspirerat mig mer än jag trodde var möjligt och mer än du själv förstår.











Om interesting.org

Fredrik Härén och *Teo Härén* har tillsammans med *Alexander Bard* grundat idémäklarfirmen interesting.org. Interesting.org har som affärsidé att göra affärer av idéer. Visionen är att alla idéer ska värdesättas och att fler idéer ska sättas till världen.

Interesting.org hjälper företag att få in nya idéer och förslag på hur deras produkter och tjänster kan förbättras. Företaget grundades på övertygelsen om att det finns mängder av lysande idéer utanför företaget på hur ett företag kan bli bättre.

Interesting.org är länken mellan drygt 7 000 kreativa problemlösare och företag som insett att bra idéer slår ner även utanför företagets väggar. Under drygt två år har mer än en miljon kronor delats ut till kreativa idélämnare. På kundlistan står bland annat Posten, Telia, Stockholms Stad, Rekryteringscentrum SOS-Barnbyar och Svenskt Näringsliv.

Mer information om företaget finns på www.interesting.org.



Boka en föreläsning.

Inbjud dina medarbetare eller kunder till ett inspirerande seminarium om affärskreativitet

En föreläsning om vikten och värdet av att få nya idéer. Ett entusiasmerande föredrag som uppmuntrar till kreativitet och nytänkande. Föreläsningen innehåller många roliga exempel och Fredrik interagerar ofta med publiken. Syftet med föreläsningen är att åhörarna ska förstå hur värdefullt det är att tänka i nya banor och hur svårt vi har att göra det.

Exempel på seminarium där Fredrik föreläst: Entreprenörsdagen, Sveriges Riksdag, Rikspolisstyrelsen, Handelshögskolan i Stockholm, Telia och SEB.

Läs mer på www.interesting.org/idebok

Boka på: fredrik.haren@interesting.org eller 0705-86 18 18.



Om författaren.

Denna bok är skriven av **Fredrik Härén**. Fredrik har snabbt blivit en av Sveriges mest efterfrågade föreläsare. Bara under 2002 genomförde han mer än ett hundra föreläsningar och workshops inom ämnen som kreativitet, idégenerering och entreprenörskap. Han är även grundare av ett flertal företag, senast interesting.org – ett företag som har som affärsidé att göra affärer av idéer. Detta är Fredriks tredje bok.

Research.

Research har även gjorts av **Teo Härén** (teo.haren@interesting.org). Teo är till vardags vd och grundare av interesting.org. Under de senaste två åren har han läst, sorterat, bedömt och betygsatt mer än 20 000 affärsutvecklingsidéer. Är det någon som kan skilja en bra idé från en dålig är det Teo.

Formgivning.

För formgivningen står **André Wognum** (www.wognum.se). En kreatör med större bredd får man leta länge efter. André har formgivit allt från virtuella världar och internetjänster, till trycksaker och grafiska blad. Ett av hans senaste projekt är *UNIQUUS® – Assorted Sensations for Your Brain*. Ett spel för hjärnan i form av en bjudbox – se www.uniquus.com eller prova själv ett par mentala praliner på sidan 268 i denna bok.

Tipsa en vän.

Idéer är till för att spridas! Bra idéer ska belönas. Känner du någon som kommer att köpa många idéböcker? Gör så här:

- 1) Skicka ett mail till personen i fråga och rekommendera IDÉBOK. (Tipsa gärna om www.interesting.org/idebok)
- 2) Skicka en kopia av mailet till fredrik.haren@interesting.org.
- 3) Om din kontakt beställer mer än 10 idéböcker får du provision.

Köp till företaget.

Denna bok bygger på övertygelsen att alla organisationer måste bli mycket bättre på att uppmuntra till mer kreativt tänkande. För information och priser på större beställningar till delar av/alla anställda vänligen skicka ett mail till info@interesting.org.

www.interesting.org/idebok

Bokens egen hemsida.

150 sidor bok om idéer.
150 sidor anteckningsbok för egna idéer.
En idébok.

EN PRODUKT FRÅN INTERESTING.ORG