

Executive audit

Name:	Inari Paaloma
Title:	Information manager
Company:	SCB
Income:	400 000 SEK
Fortune:	300 000 SEK
E-mail:	Inari.Paaloma@scb.se

Managerial capacity

Authority	16
Bargain	13
Executive application	14
Intelligence	13
Networking	16
Coping	88 /

Inari Paaloma är nyss fyllda 57 år, har ett förflutet inom Försäkringskassan och socialdepartementet men har tack vare sina kontakter inom LO nyligen befordrats till informationschef på Statistiska centralbyrån, SCB. Detta innebär att hon ansvarar för pressreleaser och annan offentlig presentation av statistik. Dessutom är hon chef för drygt åttio ”exceltomtar” som hon kallar dem.

För några år sedan lyckades hon övervinna ett långt alkoholberoende, vilket lämnade en tomhet i hennes själ som hon försöker fylla genom att vistas bland likasinnade. Chefskurser är utmärkta: de hjälper till att döda ensamheten och brukar dessutom få henne på gott humör. Att umgås med exekutiva personer från andra branscher brukar vara ytterst lärorikt, ett tillfälle att reflektera över sitt ledarskap.

På fritiden läser hon mycket. I hyllorna står flera rader med hjälp-dig-självm-böcker av typ Dr Phil. Därifrån har hon lärt sig att ta kontroll över sitt eget liv, att hon själv bestämmer över sitt öde. Hon vägrar vara slav under någon annan, och hon vill befria sina medmänniskor från de ok som tynger dem. Därför har hon infört populära evenemang på SCB för att öka känslan av frihet: sådant som ballongdagar och såpbubbleterapi.

När det är en bra stämning på kontoret har hon också märkt att medarbetarna presentera mera optimistisk statistik om tillståndet i Sverige. Hennes omsorg gäller alla människor i hela landet. Hon brukar rådfråga tarotkort och magiska kristaller om hur hon på bästa sätt skall manipulera tillväxt-, inflations- och arbetslöshetsstatistik för att den ska öka optimism och köplust. Dåliga nyheter gör att marknaden blir på dåligt humör, och ekonomin försvagas. Då måste det vara bättre att frisera siffrorna en smula, anser hon.

Kanske är det så som hon börjat misstänka på senare tid: att alla är sammanlänkade med en mystisk ”marknadskraft” som styr hela ekonomin. Kanske är marknaden i själva verket ett självständigt väsen, ett sorts högre medvetande som livnär sig på människors hopp och drömmar? Med det i bakhuvudet ser Inari det som sitt främsta uppdrag att ingjuta optimism i samhället. Och vem bryr sig egentligen om några procent hit eller dit? Det finns ju som sagt lögnare, det finns förbannade lögnare och det finns statistik.

Marknadskraft:

Producera falsk statistik med stor genomslagskraft

Executive audit

Name:	Håkan Carlgren
Title:	CEO
Company:	Integrity AB
Income:	2 000 000 SEK
Fortune:	40 000 000 SEK
E-mail:	almighty@integrity.com

Managerial capacity

Authority	8
Bargain	13
Executive application	13
Intelligence	19
Networking	8
Coping	85 /
Marknadskraft	

Håkan Carlgren, nyss fyllda 36, hör till den nyrika IT-eliten som börjat märkas av allt mer i Stockholms innerstad. Han har nyligen börsnoterat sin firma, IntegrITy, och fick 40 miljoner rakt ner i fickan. Detta trots att företaget bara har tre anställda: han själv och två gamla polare.

För pengarna köpte han en mångmiljonvilla i Djursholm, men han har hittills bara orkat inreda ett av rummen (datorrummet) där han tillbringar all sin tid. Han funderar på att ställa in en server i kylskåpet, eftersom han ändå inte använder det till något. Håkan beställer nämligen enbart hämtpizza och kinamat, även om han funderar på att göra som alla sina grannar och anställa en polack till att sköta hemarbetet.

Mycket kan man köpa för pengar, men inte stil. Att inse att Gucci-kostym inte gör sig så bra med svarta, urtvättade Rocky-jeans är inte självklart för en inbiten hacker. Å andra sidan besitter han kunskaper som inte många av de nya IT-cheferna har; att en terminator ska ligga på 50 ohm i ett nätverk som är uppbyggt kring 10 mbit ethernet över IPX, eller att IPX-systemet över huvudtaget var mycket bättre än TCP/IP-protokollet, men att den senare vann, liksom VHS över Betamax. De flesta av dagens IT-chefer skulle säkert inte kunna programmera en enda grafiksträng i assembler, ens om de fick flera dagar på sig. Och pratar man om BBS:er eller ARPA-NET förstår de ingenting. Vad har sådana amatörer över huvudtaget i IT-branschen att göra?

Håkan Carlgrens favoritskämt är:

10 drick öl

20 goto 10

Men dricker man för mycket öl måste man kanske core dumpa, alltså spy.

Därför dricker Håkan mest Jolt. Det håller ögonen öppna och hjärnan alert. Mycket av fritiden tillbringar han på Asmallworld, en sammanslutning för viktiga personer över hela världen, framför allt inom IT-branschen. Här kan han kontakta höjdare som Johan Staël von Holstein, Steve Jobs eller självaste Bill Gates. Men hans inte alltid helt genomtänkta inlägg innebar till slut att han stämplades som spetälsk, och därmed avstängdes från nätverket.

Carlgrens yttersta dröm är att, liksom hackarna i Neuromancer, fullständigt lämna jordlivet och lägga upp sitt medvetande på Internet. Där skulle han kunna vara informationsteknologins gud, istället för som nu: en stenrik pajas i en värld som han inte begriper sig på. Tillsammans med Johan Staël von Holstein finansierar han i hemlighet ett sådant forskningsprojekt i Icon Medialabs källare.

Marknadskraft:

Håkan kan tränga in i och manipulera alla IT-system efter eget behag, eftersom nästan myndigheter och företag har köpt hans Y2K-bugg-lösning.

Executive audit

Name:	Johan P. Kempe
Title:	Senior Adviser
Company:	Bonnier
Income:	450 000 SEK
Fortune:	500 000 SEK
E-mail:	technoman@bonnier.se

Managerial capacity

Authority	11
Bargain	18
Executive application	9
Intelligence	15
Networking	19
Coping	65 /

Johan P. Kempe är en av Sveriges mäktigaste opinionsbildare, trots att nästan ingen vet vem han är. Med tanke på sina knappa 38 år har han gjort en enastående karriär, från tankesmedjan Timbro via Liberal Front och Moderna Tider till bjässar som DN, Dagens Industri och Expressen. Numera arbetar han som högt betrodd rådgivare inom Bonniers styrgrupp, vilket ger honom möjlighet att påverka det offentliga samtalet på ett sätt som är få makthavare förunnat.

Han skriver också en hel del ledarartiklar och debattinlägg, men publicerar aldrig något under eget namn. Istället använder han sig av egendomliga pseudonymer som Peter Wolodarski eller P M Nilsson när han skriver för offentligheten. Han är en hejdlös proffstyckare, men tycker att det där med bra argument är överskattat. Det viktigaste är att ha en stor megafon när man skriker – och det har Johan P. Kempe.

Det handlar om att ”penetrera det offentliga samtalet”, att erövra ”problemformuleringsprivilegiet”. Den kvävande välfärdsstaten är en självklar måltavla, det förhatliga folkhemmet som gör pojkar av män. Sossarna är hans svurna fiender, liksom fackföreningar av alla slag.

De senaste åren har han tillbringat mycket tid inom det forna östblocket. Han har bevittnat hur nyrika ryssar bytt vodka mot näs-champagne och förundrats över hur McDonalds och IKEA infiltrerar de gamla sovjetstaterna. Han älskar de råa och nakna kulturyttringarna i de gamla öststaterna, vars främsta uttryck torde vara den ryska techno-scenen. Det visar vilken optimism och framtidstro som finns hos ungdomarna i de forna öststaterna.

Inte heller hör man samma gnäll om kapitalismens baksidor, även när de tar sig i uttryck som prostitution och barnarbete. Det är för övrigt två företeelser som P. Kempe ivrigt försvarar, eftersom de ger svaga grupper möjlighet till en egen försörjning. Vi borde lära mer av det forna östblocket, menar han, och börja förändra vår stagnerade svenska ekonomi med tårtspade istället för osthovel.

Samtidigt erkänner han motvilligt att Sveriges ekonomi går ganska bra just nu, även om det i första hand beror på ett antal synnerligen begåvade och uppkäftiga entreprenörer som har dykt upp på senare år. Johan P. Kempe beundrar de nyrika IT-företagarna och har anammat alla deras attribut – fleecetröja, kickboard och rakad skalle (som dessutom döljer en begynnande flint). Funky Business är vad som gäller anno 1999, och företag som gör stora förluster visar ju egentligen bara att de är riskvilliga och har framtidstro. Vad ska man förresten med aktieutdelningar till när börskurserna ökar med flera hundra procent varje år och snart har gjort varenda svensk till miljonär?

Marknadskraft:

Johan kan genom sina Timbrokanaler få mäktiga svenska opinionsbildare att dansa efter hans pipa. I princip alla inom Bonniersfären är slavar under hans kusliga makt.

Executive audit

Name:	Jannike Fellman-Schön
Title:	Chief Executive Officer
Company:	KnowledgeFactory.com
Income:	950 000 SEK
Fortune:	2 000 000 SEK
E-mail:	Jannike@knowlegdefactory.com

Managerial capacity

Authority	15
Bargain	11
Executive application	5
Intelligence	16
Networking	18
Coping	58 /

Jannike är den nya tidens organisationskonsult. Efter sin magisterexamen i företagsekonomi läste hon ytterligare kurser vid Harvard Business School. Där kom hon i kontakt med teorierna som skulle krossa modernitetens hierarkiska strukturer, sätta flexibiliteten i fokus och frigöra både människor och kapital. Borta var stelbentheten, inne var plötsligt lek och kreativitet. Jannike brukar ofta – under sina konsultuppdrag – hänvisa till sina lärare och helgon Pine & Gilmore som förkunnar att "work is theatre and every business is a stage".

Hemkommen med en ryggsäck nya businessstrender startade hon sin hittills mycket framgångsrika konsultfirma Knowledgefactory.com. Jannike fann snabbt ett stort behov av platta, virtuella och nätverksliknande organisationer även i Sverige. Hon blev en omtyckt konsult i Stockholms näringsliv.

Som chef basar hon över ytterligare fem anställda, men chefspositionen i sig är inte skälet till att Jannike går på nästan en kurs i månaden. Det gör hon för att hon har ett nästan maniskt behov av att hålla sig à jour med managementtrenderna och hålla koll på konkurrenterna. Hennes största fasa är att konfronteras med någon för henne okänd teoribildning. I söndags vaknade Jannike kallsvettig efter att ha drömt om mötet med en kund som efterfrågade *downsize marketing* och *virtual cluster concepts* – något som hon aldrig hade hört talas om.

För att fånga tidsandan kontinuerligt brukar Jannike göra ute- och innelistor. Hon brukar sätta upp dem tillsammans med en symbolisk bild bredvid legohörnan på kontoret och sedan ventilerar dem på måndagsmötet. Under hösten har listorna varit kusligt träffsäkra och nästan fungerat som prognoser för kommande trender inom näringslivet. Arbetskamraterna har iakttagit hennes spådomar med stigande förundran. På kontoret kallas hon skämtsamt för näringslivets egen Saida.

Jannike är lycklig singel och ägnar mycket av sin lilla fritid till att formge kroppen med aerobics och pump. Gärna på trendiga gym i innerstan. På sistone har hon även engagerat sig i ett kvinnligt nätverk för chefer, där man erbjuder mentorskap och stöd. Det är viktigt med fler kvinnliga chefer, tycker Jannike, men kvoterare och manshatare som Gudrun Schyman hamnar på utelistan.

Marknadskraft:

Jannike kan genom sina ute-listor se till att personer blir offentligt förnedrade på oklara grunder.

Executive audit

Name:	Thomas Saltzberg
Title:	Chief Executive Officer
Company:	Swedendirect.nu
Income:	350 000 SEK
Fortune:	2 300 000 SEK
E-mail:	tompa@swedendirect.nu

Managerial capacity

Authority	9
Bargain	17
Executive application	15
Intelligence	14
Networking	10
Coping	75 /

Thomas, 25 år, hoppade på tåget i tid. Nu har svenskarna modem och alla är redo att logga in på ditt nystartade community, vilket redan i skrivande stund har 920 medlemmar registrerade. Swedendirect.com har nyligen expanderat och investerat i en ny serverpark som skall garantera en kapacitet för 40.000 användare online. Ditt företag har gått som en raket på börsen i samma veva som ni fick in 57 000 000 i fräscht riskkapital. Och framtidsplanerna är lika storslagna som de ekonomiska resurserna: Annonsförsäljning kommer att inbringa stora pengar, dessutom funderar du på webb-tv, webb-radio, försäljning av modekläder, mobila tjänster och mycket annat.

Thomas har ingen högskoleutbildning. Efter gymnasiet reste han lite för att sedan återvända till Ludvika och läsa webbdesign på en folkhögskola. Hemsidor är enkla – både att producera och kopiera. I kombination med rätt entreprenörsanda kommer man långt. Det första Thomas gjorde var att snacka till sig en sponsordeal med skolchefen i Ludvika kommun; han höll några föredrag för eleverna som i gengäld registrerade sig på community. Hela 529 elever var en utmärkt start.

Chefskurserna var ett välkommet inslag för Thomas. Plötsligt har han blivit en stor aktör i den svenska IT-branschen och då kanske man måste veta hur de 57 miljonerna ska användas effektivt? Dessutom har swedendirect.com 78 anställda, och när han tänker efter så vet han inte riktigt vad de har för arbetsuppgifter. Många anställda är gamla kompisar som mest sitter och spelar Quake på arbetstid. Det där med ledarskap och beslutsfattande har han aldrig behövt bekymra sig för tidigare.

Thomas har dessutom upptäckt att det krävs mycket socialt kapital av annan art än det han tillägnat sig under uppväxten i Ludvika. Han är numera mycket angelägen om att behärska de kulturella attributen och koderna som är gängse i näringslivets IT-sektor. För drygt sju månader gjorde han bort sig rejält och det var en väckarklocka. Det var i en intervju med Comuter Sweden han råkade nämna att han gärna lyssnar på Thomas Ledin. Strax därefter var olyckan ett faktum då han till sin förskräckelse fick erfara att han blev häcklad på flera forum och kallad "IT-bonde". Det skall inte upprepas. Livsstilen är rebootad för gott.

Marknadskraft:

Tompa kan få vilken investerare som helst att hoppa på nästan vad som helst, så länge företaget innehåller bokstäverna IT i någon kombination. En kraft som han för övrigt delar med många andra under detta glada nittital.

Executive audit

Name:	Paul Steene (uttalas Stiin)
Title:	Senior Partner
Company:	SpotLite Holding
Income:	1 600 000 SEK
Fortune:	21 000 000 SEK
E-mail:	Steene@Spotlite.com

Managerial capacity

Authority	17
Bargain	13
Executive application	11
Intelligence	13
Networking	15
Coping	35 /

33 år fyllda och karriären har aldrig känts mer spännande än nu. Paul är delägare i firman SpotLite Holding som är specialiserade på *expansion capital* och *buy-outs*. På svenska betyder det ungefär att man förser lovande företag med riskkapital. Paul Steene är även firmans Investment Manager, vilket betyder att han har det övergripande ansvaret för hur kapital skall satsas. Nyligen investerade han 45 miljoner i ett lovande e-handelsbolag som ska syssla med krukväxter på postorder.

Fritiden brukar han försöka fördela rättvist mellan golfbanan, familjen i Danderyd och de två älskarinnorna. Det kan vara ett stressigt vardagsliv, och hans Palm pilot har räddat honom ur pinsamma situationer mer än en gång. Hur klarade man sig förr egentligen, utan wap-telefon och handdator?

Paul är ursprungligen från Spannarps i Skåne, men bosatt i Stockholm sedan han läste på Handelshögskolan. Studenttiden minns han med olust. Paul var faktiskt allt annat än framgångsrik på den tiden och hatade särskilt påläggsskalvarna – de som ständigt var omgivna av headhunters och snygga brudar. Ibland brukar han drömma mardrömmar om att någon av dessa påläggsskalvar ska avslöja hans plagierade examensarbete.

Kanske som en symbolisk brytning med sitt förflutna, bytte Paul namn till Steene istället för Sten som han hette för fyra år sedan. Det var också strax efter namnbytet som möjligheten med SpotLite dök upp: Efter några telefonsamtal, insideraffärer, bråk och svek satt du plötsligt som delägare i ett medelstort investmentbolag. Det går snabbt ibland.

Det här med investment är inte bara ett jobb för Paul, utan en livsstil. Han brukar säga att han kan lukta sig till goda affärer, nästan som om ett sjätte sinne. Men egentligen är det inte så svårt som han vill göra sken av. Allt han rör vid blir nämligen till guld. Förra hösten, när han var ovanligt deprimerad, bestämde han sig för att sluta analysera företagen som han tänkt investera i. Först sin treårige son bestämma, sedan började han rulla tärning om saken. På 1-3 investerade han, på 4-5 lät han bli. Om han någon gång skulle slå en sexa tänker han hoppa ut ur fönstret från sitt kontor på åttonde våningen.

Sedan i våras gör han dock inte lika riskfyllda prognoser. Ibland låter han ett parti MS röj på datorn avgöra saken, ibland investerar han om Rögle BK vinner nästa hockeymatch. Det viktiga är att tro stenhårt på sig själv och sina beslut. Och det gör Paul Steene.

Marknadskraft:

Allt som Steene investerar i stiger snart till skyarna, burna av en mytisk kraft. En marknadskraft!

Executive audit

Name:	Ulf Hjertqvist
Title:	Senior Partner
Company:	Fininvest
Income:	2 400 000 SEK
Fortune:	55 000 000 SEK
E-mail:	Uffe@fininvest.com

Managerial capacity

Authority	16
Bargain	14
Executive application	8
Intelligence	9
Networking	14
Coping	50 /

Uffe är MTG:s grand old man, en pionjär inom förnedrings-TV och hjärnan bakom succéer som Baren och Expedition Robinson (som emellertid köptes av SVT istället). Han brukade vara Jan Stenbecks mest betrodda rådgivare, men på senare år har Stenbeck blivit fet och slapp, och ägnar den mesta av sin värdefulla tid åt att jaga yngre fruntimmer. Faktum är att Stenbeck väger över 150 kg, och är gravt alkoholiserad. Uffe har övervägt att lämna Stenbeck

Full av idéer och inspiration tillsattes Ulf som programchef på TV3 strax efter att Stenbeck startade upp den banbrytande verksamheten 1987. Den förhatliga statens monopol var för evigt utmanövrerat lika enkelt som genialt. Och med *The Winds of Change* blåste även etik, moral, tabun, respektabilitet, kvalitet och "public service" all världens väg. Det är nya tider och folket ska få den underhållning de önskar. Marknaden bestämmer utbudet nu, och marknaden är tittarna. Tittarna i kombination med Ulf Hjertqvists ambitioner är inget annat än ett vinnande koncept.

Han har just presenterat namn som Robert Aschberg och Gert Fylking för svenska folket, och allt går enligt planerna. De är älskade och hatade, de drar till sig uppmärksamhet, dyrare reklamspots och mer pengar. Nyligen var han på studieresa i Japan och förundrades över förnedringstevens oexploaterade och råa potential. Genren är en guldgruva, det är han övertygad om. Men den nya tiden är ung och allt har sin tid. Det gäller att gradvis tänja på gränsen för vad som är godtagbar underhållning i Sverige; sakta men säkert nästla sig in i folkhemmets vrår. Han har spekulerat i att smygfilma folks vardagsliv, eller kanske erbjuda fattiga människor mycket pengar och 15 minuter berömmelse i utbyte mot en adekvat förnedrande motprestation. För tillfället står dock mer konkreta och lukrativa idéer på agendan - nämligen att roffa åt sig två av de mest heliga stunderna i den svenska tevesoffan: Ishockey-VM i slutet på april och Kalle Anka på självaste julafton. Då kommer tittarna att kapitulera och rusa efter kabelteveabonnemang. "Det blir spiken i kistan på den statliga televisionen", proklamerar han stolt.

Han den den typ som rakryggad går över lik om det finns pengar att tjäna. Och pengar kan man alltid tjäna. Moral och andra betänkligheter får bakåtsträvarer stå för, sådant hör inte hemma i vinstintresseras sfär. Problemet är att chefsjobb kräver något mer än en fantastisk förmåga att generera pengar, vilket även Ulf upptäckt på senare år. En inspirerande chefskurs kanske blir den avgörande fjädern i hatten när det är dags att utse efterträdaren till Jan Stenbecks tron.

Marknadskraft:

Allt som Uffe rör vid blir till smuts. Men det går hem i stugorna.