



10 Älvkarleö

Susannas  
CREATIVE COUNTRYSIDE

*Var får du dina bästa idéer? Knappast en stressig dag på kontoret utan kanske istället på skogs promenaden eller i duschen. Reflektion och vila är lika nödvändigt som inspiration för att bli kreativ och idérik. Möt Sanna Rudling och Teo Härén som gjort landsbygds kreativitet till en framgångsrik affärsidé.*

## **Odl**a kreativitet på landet av Mia Ulin • foto: Sarah Thorén

VÄRLDSLEDANDE INNOVATIONER har alltid fötts genom att en eller flera personer med förmåga att tänka nytt och annorlunda fick en idé, utvecklade och genomförde den. Vi brukar kalla det för kreativitet. Kreativitet kan också vara att hitta lösningar i en omöjlig konflikt, att ta sig ur en svår situation eller att få den man älskar. Kreativitet är det absolut viktigaste för framsteg och utveckling inom i stort sett varje område, såväl i arbets- som privatlivet.

Hur man utvecklar och tillvaratar kreativitet på bästa sätt har Teo Härén och Sanna Rudling tagit fasta på i sitt företag Creative Countryside i Älvkarleby.

– Sanna och jag är tvillingsjälur och varandras bollplank, säger Teo, som utsågs till Uppsala läns mest företagsamma människa 2014. Två år tidigare hade Sanna blivit nominerad till samma titel.

För tio år sedan köpte Sanna och Teo det gamla brukskontoret på Älvkarleö med stor huvudbyggnad, två flyglar och egen sjö. Då hade de letat länge efter ett ställe för ökad livskvalitet inom tjugio mils radie från Stockholm.

Platsen som sådan har sjudit av kreativitet sedan 1659 då Claes Depken, en borgare som tjänstgjort vid Stora Kopparberg i Falun, såg möjligheten att starta järnframställning i Älvkarleby. Älvkarleö bruk blev

en viktig del i Upplands framgångsrika järnindustri och bidrog till byggandet av den svenska välfärden.

Sanna och Teo har ihärdigt renoverat byggnaderna sedan köpet och äntligen är det i princip klart. Huvudbyggnaden har åtta sovrum, flera stora salonger och sällskapsytur som hyrs ut till mindre sällskap. Teo arrangerar också workshops och kurser i kreativitet för upp till 45 personer.

Sanna är utbildad ekonom och arbetar även som konceptutvecklare. 2012 blev hon projektledare för Leaderprojektet *Säg ja lite oftare*, som samlade många av Älvkarlebys företag under varumärket *Romantic Sweden* med syfte att positionera platsen som Sveriges mest romantiska resmål. Satsningen var mycket lyckad och resulterade i en stor ökning av besökare som till exempel ville gifta sig, förnya sina äktenskapslöften eller bara umgås på en vacker plats med en kärleksfull inramning. I februari 2013 fick Sanna Uppsala läns branschpris, *Turistapplåden*, för arbetet med projektet.

– Min drivkraft är att skapa upplevelser som ger gånshud, att ge andra och varandra guldkorns dagar, berättar Sanna.

Denna drivkraft fick Sanna att i januari 2017 lansera upplevelsekonceptet *Susannas – Hyr en herrgård, köp en klänning* som redan efter fem







månader var mycket populärt, första sommaren blev helt fullbokad. Utöver själva herrgårdsboendet bygger upplevelsen på att man provar vackra klänningar i den inspirerande herrgårdsmiljön, samtidigt som man dricker lite bubbel och umgås med sina väninnor.

– Det pratas mycket om att shopping ska vara en upplevelse, och det är vad jag har skapat, säger Susanna. En upplevelse där jag utgått från hur jag som kund vill ha det när jag ska handla och inte nödvändigtvis hur det är bekvämast att sälja.

Som kund bokar du och dina vänner hela herrgården ett dygn eller en helg och styr upplägget som ni vill. Ni kan laga mat tillsammans eller få det serverat. När det passar i schemat dukar Susanna upp klänningarna i en av salongerna.

– Jag kallar det landsbygdslyx och upplevelsen är något helt annat än e-handel, galleriashopping och homeparty menar Sanna.

Ökad livskvalitet på landsbygden är en av grundstenarna i Sannas och Teos affärsidé för Creative Country-side.

I sjutton år har Teo Härén föreläst om kreativitet, ett ämne som blivit alltmer intressant och fått mer och mer uppmärksamhet, och tillsammans med sin bror Fredrik gett ut flera böcker i ämnet. Teo har gjort över 1 500 olika föreläsningar i 25 olika länder i världen och har föreläst på Globen för 2 000 personer, på Stockholms slott inför kungaparet samt hållit TEDx-föreläsningar.

– Alla har en kreativ potential, säger Teo. Kreativitet

är kunskap som krocker. När olika kunskap möts föds kreativitet. Så har det alltid varit och så kommer det alltid att vara. Till exempel om en knäckebrödsbagare möter en pizzabagare så kan man utveckla en knäckebrödspizza.

Många kända föreläsare i Sverige, som Kjell A ”Funky Business” Nordström och Fredrik Reinfeldt, talar om de stora städerna som en förutsättning för kreativitet och att kreativa människor dras till städerna. GUD, det vill säga Globalisering, Urbanisering och Digitalisering är just nu heta begrepp. Enligt Kjell A Nordström är det bara i städerna den så kallade ”tysta kunskapen” finns, den som inte går att digitalisera och kopiera och därför är mer värdefull.

Teo Härén håller inte med utan har en motsatt teori:

– I två tusen år har städerna varit platser där kreativitet föds. Till exempel Florens på 1400-talet där människor från hela världen med massor av olika erfarenheter möttes och renässansen föddes. Så var det förr. Då behövde man städerna för att få inspiration och bli kreativ.

Idag har förutsättningarna ändrats, menar Teo. Tack vare Internet kan du få lika mycket input på landsbygden som i staden. Du kan läsa, se filmer och beställa hem varor från världens alla hörn. Att gå på en marknad i London idag är inte samma upplevelse som för trettio år sedan. Idag finns allt som finns på marknaden att köpa på nätet.

– Kreativitet är två olika krafter, som Yin och Yang. Inspiration och kunskap som krocker är den ena

aspekten, det vi kallar för INPUT. Det andra är VILA. För att du ska kunna bli kreativ måste du ha tid för reflektion. De bästa idéerna kommer när du joggar, paddlar kanot eller är ute med hunden och låter hjärnan vila. Och när städerna idag levererar input i massor kan de inte erbjuda vila i samma utsträckning. Den får du på landsbygden.

– Om vi som bor på landet tar till oss alla de intryck vi kan få via nätet samtidigt som vi paddlar mer kanot och är ute i naturen skulle vi slå staden i kreativitet vilken dag som helst, säger Teo.

Men myten om landsbygden som något trögt och okreativt lever fortfarande stark hos många. Den synen måste förändras, anser Teo. Det gäller att skapa mer kreativt självförtroende och berömma alla som visar kreativitet.

– Google, Apple och IKEA pratar hela tiden om hur kreativa och innovativa de är. Därför blir också dessa företags anställda mer kreativa eftersom deras kreativa självförtroende stärks.

– Kreativa platser byggs av de människor som finns där, säger Teo. Och alla problem är ännu inte lösta innan alla kreativa människor flyttar från storstan ut på landet. Men tänk om de allra mest kreativa, de som är bäst på att lösa problem, är de som flyttar först. Då skulle vi få en värld där de mest kreativa människorna lämnar storstäderna, eftersom de förstår att intrycken är precis lika stora på landsbygden som i stan, men att möjligheterna till vila och reflektion är mycket större och att man kan bli mer kreativ på landsbygden. ✂

