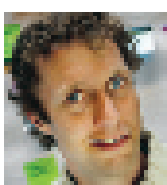




Författaren Klas Hallberg föreläser om "sådant som folk redan vet", fast med humor och med syftet att få åhörarna att vilja bryta gamla invanda mönster.

FOTO: MALIN HOELSTAD

En man för fulla hus



ENMANSFÖRESTÄLLNING Hångla mer, uppmanar Klas Hallberg, författare och föreläsare. Vi ska inte ta det alltför bokstavligen, det handlar om själva attityden till livet och att våga bryta mönster, både i arbetslivet och privat.

Klas Hallberg är en ofta anlitad föreläsare på seminarier och konferenser. Han har också uppträtt på kvällarna, 20 föreställningar, i en kombinerad enmansshow och föreläsning som har gått för fulla hus på Playhouse på Sibyllegatan i Stockholm.

Klas Hallberg är kommunikátören och estradören, en naturbegåvning som förmedlar sitt budskap genom kul och underhållande föreställningar.

– Jag har inga listor med färdiga tips och fiffiga strategier och råd att ge folk, säger han. Egentligen säger jag sådant som folk redan vet, fast på ett

sätt som får folk att skratta och känna igen sig, och kanske tänka till efteråt och bryta mönster i vardagen.

– Jag vill inspirera folk till att göra något av det de redan vet. Tänkvärd underhållning, det är min affärsidé, fortsätter han och biter i ett gräddigt bakverk.

Vi träffas på ett litet kafé på Söder, nära hans bostad. Han jobbar hemifrån och reser mycket, är sin egen. Han är värmlänning och har bott fem år innanför tullarna i Stockholm, men börjar tröttna lite på stenstaden. Den

dag han blir pappa flyttar han definitivt ut från stan, förklarar han. "Med barn ska man inte bo inne i stan."

Han började som professionell föreläsare redan som 24-åring, och han har skrivit tre böcker. Den senaste, "Hångla mer!" (Natur och Kultur) är en motivationsbok som handlar om hur du ska få ut mer av vardagen, privat och i arbetslivet. Han har skrivit underhållande om livet och iakttagelser i vardagen, oftast kryddat med personliga erfarenheter. Boken handlar om att våga ge sig hän, att "hångla med livet".

Han efterlyser genuin nyfikenhet och ger exempel i sin bok:

Säljare och affärsfolk som är genuint och ärligt nyfikna på vad deras kunder tycker, kommer att vara snabbt

bare än konkurrenterna på att anpassa och förändra sina produkter och sitt budskap. Detsamma gäller chefer. Chefer som är genuint och ärligt nyfikna på vad medarbetarna tycker om sitt arbete kommer att vara bättre på att skapa förtroende, och kunna göra förändringar. Och därigenom skapa en effektivare organisation.

– Och där brister det ofta, menar Klas, och då blir konsekvenserna en häpnadsväckande ineffektivitet.

Han gillar inte dogmatiska regler runt personlig utveckling och själv har han prövat samtalsterapi, frigörande dans, kroppsterapi, massage, frigörande andning och annat. Det är bra att blanda, tycker han, men fastna inte i någon särskild metod eller koncept.

YLVA EDENHALL

08-13 52 24, ylva.edenhall@svd.se

Nikes lånade logga får London-stadsdel att se rött

En stadsdel i centrala London anser att Nike snott deras varumärke. Nu hotar man med stämning – och vill ha gratis Nike-kläder till stadens barn.

– Vi har använt den här loggan i över 40 år – sen innan England vann fotbolls-VM senast! Jag blev chockad över att ett så enormt globalt företag kunde använda



den utan att över be om tillåtelse, säger Hackneys borgmästare Jules Pipe i ett uttalande på Hackneys hemsida.

Hackney är en stadsdel i London, vars logga, ett H i en cirkel med texten "The London Borough of Hackney", har använts sen 1965. Loggan finns på offentliga byggnader, stadens bilar, personaluniformer och gatuskyltar. Nike har satt loggan på t-shirts, västar, skor och fotbollar.

Hackney Council kräver nu att Nike tar kläderna ur butik tills en förlikning nåtts. Stadsdelen krä-

ver också en andel av vinsten på kläderna, en etisk tillverkningsprocess samt gratis fotbollskläder till stadsdelens alla skolbarn.

Anledningen till att Nike säljer t-shirts med just Hackneys logga lär vara att Hackney Marshes ligger här: ett stort område med fotbollsplaner där bland annat David Beckham spelat som ung, och där det spelas runt 100 amatörmatcher varje söndag.

Advokater som brittiska Evening Standard talat med säger att det juridiska läget är högst oklart, eftersom den brittiska kommunen antagligen inte registrerat sitt namn som ett varumärke, men ändå kan ha vissa rättigheter till det. Nike har uttryckt förvåning över Hackneys protester, men gått med på att träffas för att diskutera en förlikning.

NÄRINGSLIV24