



**LUNDS UNIVERSITET**  
Campus Helsingborg  
Institutionen för Service Management

# **Livsstilsentreprenörskap**

– ett nytt fenomen?

Yulia Andersson, Christel Ehnevid, Anna Uppgren

Handledare  
Hervé Corvellec  
Filippa Säwe

C- uppsats  
Vt 2006

# Sammanfattning

- Titel:** Livsstilsentreprenörskap – ett nytt fenomen?
- Nivå:** C-uppsats, Magisterprogrammet Service Management, Vårterminen 2006
- Författare:** Yulia Andersson  
Christel Ehnevid  
Anna Uppgren
- Handledare:** Hervé Corvellec  
Filippa Säwe
- Syfte:** Syftet med detta arbete är att genom undersökningar inom cafébranschen sprida kunskap om vad en livsstilsentreprenör är samt undersöka om livsstilsentreprenörskapet verkligen kan ses som ett nytt fenomen.
- Metod:** Vi använde oss av en kvalitativ metod bestående av djupintervjuer med fyra livsstilsentreprenörer (caféägare). Intervjufrågorna var halvstrukturerade vilket gav utrymme för intervjupersonernas egna berättelser, samt ledde till samtalsform.
- Slutsats:** Genom att undersöka livsstilsentreprenörerna (caféägarna) kan vi se att livsstilsentreprenörskapet inte kan ses som ett helt nytt fenomen. Några element som livsstilsentreprenörskapet kännetecknas av är inte typiska för vårt samtida samhälle, såsom ”fast” identitet och livsstil, samt familjekretsen som traditionellt nätverk.
- Nyckelord:** Livsstilsentreprenör, entreprenör, modernitet, identitet, livsstil, nätverk, arbetsetik och arbetsestetik.

# Innehållsförteckning

<b>INLEDANDE DEL</b> .....	<b>4</b>
<i>Syfte &amp; frågeställning</i> .....	5
<i>Disposition</i> .....	5
<b>METOD</b> .....	<b>6</b>
Användning av litteratur och teoretiska begrepp.....	6
Urval .....	7
Intervjuer.....	7
Genomförande och sammanställning .....	8
Källkritik.....	10
<b>TEORETISK RAM</b> .....	<b>10</b>
<i>En introduktion till begreppet entreprenörskap</i> .....	10
Begreppets historia.....	10
Olika definitioner av begreppet entreprenör .....	11
Livsstilsentreprenör.....	12
<i>Några av vårt samtida samhälles kännetecknande drag</i> .....	13
Identitet.....	13
Identitet och entreprenörskap.....	14
Livsstil .....	15
”Från arbetsetik till arbetsestetik” .....	16
Valfrihet och de suddiga gränserna.....	17
Nätverk .....	17
<b>AVHANDLANDE DEL</b> .....	<b>20</b>
<b>FÄLTARBETE – FYRA RÖSTER</b> .....	<b>20</b>
<i>Albertsgården</i> .....	20
<i>Café Annorledes</i> .....	23
<i>Fyra Vänners Matbutik</i> .....	27
<i>Ebbas Fik</i> .....	30
<b>ANALYS</b> .....	<b>33</b>
<i>Samtida samhällets valfrihet</i> .....	33
<i>Familjekrets som del av nätverk</i> .....	36
<i>Förlängning av hemmet</i> .....	38
<i>Arbete som källa till upplevelse</i> .....	40
<i>Slutsats</i> .....	41
<b>AVSLUTANDE DEL</b> .....	<b>43</b>
<b>DISKUSSION</b> .....	<b>43</b>
<b>REFERENSFÖRTECKNING</b> .....	<b>45</b>
<i>Muntliga källor</i> .....	45
<i>Elektroniska källor</i> .....	45
<i>Litteratur</i> .....	46

## Inledande del

---

*I denna del presenterar vi först bakgrunden till vårt arbete för att vidare skildra syftet och redogöra för hur arbetet har disponerats. Vi fortsätter med att förklara vårt tillvägagångssätt i metodavsnittet och därefter ger vi en teoretisk introduktion till olika nyckelbegrepp.*

---

I nästan vilken stor stad som helst i Sverige kan man se Espresso House, Wayne's Coffee samt andra stora cafékedjor. Det är stora, standardiserade företag där det invändigt ser nästan likadant ut i alla städer. Bara för att ta ett exempel så har de på Espresso House som policy att erbjuda samma service och tjänster i alla restauranger runt om i landet.<sup>1</sup> Kunderna vet därför vad som väntar dem innanför dörrarna, det vet de däremot inte när de kliver in på små privatägda caféer såsom Albertsgården<sup>2</sup>, Café Annorledes<sup>3</sup>, Ebbas Fik<sup>4</sup> och Fyra Vänners Matbutik<sup>5</sup>. Dessa caféer ägs av personer som startat egna företag, alltså entreprenörer, men inte vilka som helst utan de som tillhör en speciell typ av entreprenörer, nämligen livsstilentreprenörer. Det är ett begrepp som Shaw<sup>6</sup> och Ateljevic och Doorne<sup>7</sup> introducerar som en ny typ av entreprenörskap.

En livsstilsentreprenör är en entreprenör som motiveras av en icke-ekonomisk vinning,<sup>8</sup> eller som i alla fall motiveras av icke-ekonomiska faktorer i större utsträckning än av ekonomiska.<sup>9</sup> Shaw skriver om livsstilsentreprenörer och anmärker att uppkomst av sådana entreprenörer är ett relativt nytt fenomen som har med postmodernitetens förändringar i konsumtion att göra. Detta är ett påstående som vi

---

<sup>1</sup> Fritzin 2006

<sup>2</sup> Albertsgården 2006

<sup>3</sup> Café Annorledes 2006

<sup>4</sup> Ebbas Fik 2006

<sup>5</sup> Fyra Vänners Matbutik 2006

<sup>6</sup> Shaw 2004

<sup>7</sup> Ateljevic & Doorne 2000

<sup>8</sup> Ateljevic & Doorne 2000:381

<sup>9</sup> Shaw 2004:127

ifrågasätter, är fenomenet verkligen så nytt som Shaw påstår? Vi har valt att undersöka detta närmare, använda frasen som en arbetshypotes.

Ytterligare en motivation till val av uppsatsens ämne är just den idag pågående diskussionen kring begreppet livsstilsentreprenör och trots att det akademiska intresset har ökat de senaste åren finns det fortfarande en stor brist inom ämnet. Det finns dimensioner av entreprenörskap, livsstilsentreprenörskapet, som vi tycker är viktiga att framhäva och upplysa läsaren om.

## **Syfte & frågeställning**

Vårt syfte med detta arbete är att sprida kunskap om vad en livsstilsentreprenör är samt möjliggöra för ökad förståelse för hur livsstilsentreprenörskapet kan kopplas till vårt samtida samhälle. Genom att undersöka fyra aktörer inom cafébranschen vill vi besvara frågan: Är livsstilsentreprenörskapet verkligen ett nytt fenomen?

## **Disposition**

Vi har valt att dela upp arbetet i tre block: en inledande del, en avhandlande del och en avslutande del. I den inledande delen börjar vi med att introducera ämnet för läsaren. Därefter framhäver vi vårt syfte och presenterar vår frågeställning. I metodavsnittet får läsaren förståelse för vårt tillvägagångssätt, vi berättar hur vi har gjort för att samla in vårt material och hur detta har använts. Blocket avslutas med ett kapitel där vi presenterar nyckelbegrepp och olika teorier utifrån olika forskares perspektiv.

Det andra blocket, den avhandlande delen, börjar med en redovisning av vårt fältarbete. Detta kapitel är indelat i fyra avsnitt, ett för var ”röst”. Detta följs av vår analys där vi grundar oss i vårt teoretiska och empiriska material. Efter alla fyra avsnitten i analysen gör vi korta sammanfattningar av de slutsatser vi har dragit för att underlätta för läsaren. Sista delen av analysen är en sammanfattning av dessa slutsatser.

I det tredje blocket, den avslutande delen, presenterar vi slutsatserna vi har kommit fram till under arbetets gång samt diskuterar dessa och blandar därmed också in våra personliga åsikter.

## Metod

---

*Syftet med avsnittet är att återge arbetsprocessen som har lett från våra ursprungliga idéer till texten. Vi redogör här för de olika metodiska valen vi har gjort, hur vi har samlat in vart empiriska material samt motivering av valda teorier.*

---

### Användning av litteratur och teoretiska begrepp

När vi påbörjade vår undersökning hade vi inte tillräcklig kunskap inom området entreprenörskap för att kunna skriva en vetenskaplig uppsats i ämnet. Därför började vi med att söka litteratur som skulle ge oss ökad förståelse för ämnet samt olika teorier kring det. För att sedan besvara vår frågeställning, om hur livsstilsentreprenörskap kan ses som ett nytt fenomen, valde vi ut några kännetecknande drag av dagens moderna samhället: livsstil, identitet, nätverk, arbete som källa till upplevelser, och suddiga gränser.

Vi använde sekundärdata så som böcker och artiklar. Johannisson<sup>10</sup> har skrivit mycket om entreprenörens identitet, nätverk och livsstil. Törnqvist<sup>11</sup> har presenterat begreppet nätverk och har diskuterat nätverkandets betydelse för vårt samhälle. Vi använde oss av Giddens<sup>12</sup> och Pedersen<sup>13</sup> eftersom de har skrivit mycket om vår samtida epok och den senmoderna identiteten. Giddens har också skrivit mycket om begreppet livsstil och begreppets förhållande till senmoderniteten, som är en fördjupning av moderniteten.

---

<sup>10</sup> Johannisson 2005

<sup>11</sup> Törnqvist 1998

<sup>12</sup> Giddens 2002

<sup>13</sup> Pedersen 2003

Bauman<sup>14</sup> har skrivit om arbete som källa till upplevelse och om de suddiga gränserna mellan arbete och fritid i det samhälle vi lever i – konsumtionssamhället. Ateljevic och Doorne<sup>15</sup> och Shaw<sup>16</sup> har introducerat begreppet livsstilentreprenör i sina artiklar. Vi syntetiserade alla dessa författares teorier och kunskaper och kopplade detta till vår empiri. Kvale<sup>17</sup> använde vi som underlag till att göra ett bra fältarbete. När vi använde sekundärdata i form av elektroniska artiklar använde vi sökorden: entreprenörskap, livsstilentreprenör, modernitet med mera.

## Urval

Våra urvalskriterier var att caféerna skulle vara livsstilentreprenörsägda och sticka ut genom att skilja sig från de större kedjorna. Vi lyckades hitta fyra verksamheter som motsvarade dessa kriterier och som samtidigt låg inom räckhåll för oss i Skåne. Nämnas kan att två av dessa var belägna i stadsmiljö (Ebbas Fik och Café Annorledes) och två ute på landsbygden (Fyra Vänners Matbutik och Albertsgården), men eftersom lokaliseringen inte utgjorde några skillnader caféerna emellan berör vi fortsättningsvis inte denna aspekt. Tre av caféerna hade hemsidor vilka vi även besökte innan vi gjorde vårt val av undersökningsobjekt, det var bland annat detta som var till stor hjälp i urvalet. Dessutom gjorde vi en mindre telefonintervju med Espresso House<sup>18</sup> på Stureplan i Stockholm för att framhäva skillnaden mellan de stora kedjorna och de små privatägda, vi fick samtidigt bekräftat att de eftersträvade standardisering, denna intervju berörde vi inte mer än i inledningen.

## Intervjuer

Vi valde att använda oss av en kvalitativ undersökningsmetod baserad på personliga intervjuer med fyra caféägare. Det var just dessa entreprenörer med sina egna verksamheter vi var intresserade av och därmed ville ha djupare förståelse för. Vi kände att fyra olika ägare var ett lagom antal då vi var intresserade av ”lära känna” dem

---

<sup>14</sup> Bauman 1999

<sup>15</sup> Ateljevic & Doorne 2000

<sup>16</sup> Shaw 2004

<sup>17</sup> Kvale 1997

<sup>18</sup> Fritzin 2006

och dess verksamheter närmare. Informationen vi fick av dessa kunde vi inte hämta hos någon annan av de anställda då det var just ägaren som var den så kallade livsstilsentreprenören (med undantag för Fyra Vänners Matbutik där den intervjuade var en av ägarnas fru som hade varit mycket aktiv i företaget från begynnelsen). Vi utgick alltså från ett ägarperspektiv. Vi var ute efter livsstilsentreprenörernas egna berättelser och uppfattningar varför empirin är mycket färgad av dessa. Vår ansats var alltså en kvalitativ metod där vi genom djupintervjuer lättare kunde förstå intervjupersonerna, deras tankar och resonemang. Med hjälp av djupintervjuer kunde vi komma in ”bakom kulisserna”<sup>19</sup>.

### Genomförande och sammanställning

Enligt Kvale är det viktigt att tematisera undersökningarna.<sup>20</sup> Med detta menas att man bör klarlägga vad som ska undersökas och vilken intentionen är, redan i inledningen av undersökningen.<sup>21</sup> Inför samtliga fyra intervjuer arbetade vi fram halvstrukturerade frågor, med utrymme för omformuleringar eller annan ordningsföljd vid behov.<sup>22</sup> Trots detta började respondenterna själva berätta sina livshistorier och varje intervju övergick då ganska snabbt till samtalsform. Detta kändes emellertid bra eftersom vi då förstod att om vi endast låtit intervjupersonen hålla sig till våra förberedda frågor kunde viktig information ha utelämnats. Deras berättelser och våra samtal gjorde att vi kunde använda oss av narrativ teori och att vi därmed fick större förståelse för intervjupersonernas situation. En narrativ är en representation av en händelse, eller snarare en rad sammanhållna händelser.<sup>23</sup>

Varje intervju inledde vi med att presentera oss samt kortfattat redogöra för vårt syfte med undersökningen. Samtliga tre författare närvarade vid de fyra intervjutillfällena. En ställde frågorna, en skrev ner svaren och en ansvarade för diktafonen som vi valde att ha med. Anledningen till att vi både spelade in och skrev ner intervjuerna var helt

---

<sup>19</sup> Kvale 1997:71

<sup>20</sup> Kvale 1997:91

<sup>21</sup> Kvale 1997:91

<sup>22</sup> Kvale 1997:117

<sup>23</sup> Boje 2001



enkelt för säkerhetens skull, vi ville inte gå miste om någon viktig information. Tack vare användandet av diktafon kunde vi få med pauser, ord, tonfall och andra viktiga detaljer som man inte alltid får med om man endast skriver ner svaren. Genom vetskapen att vi hade möjligheten att i efterhand spela upp och lyssna på intervjun kunde vi lättare koncentrera oss på ämnet.<sup>24</sup>

Samtliga intervjuer genomfördes på respektive café så att respondenten i fråga skulle känna sig bekväm med situationen. Intervjun med Ebba Jarnhag från Ebbas Fik varade i 75 minuter, med Britt-Inger Stolt från Café Annorledes i 120 minuter, med Jessica Johansson från Fyra Vänners Matbutik i 70 minuter och med Thora Celik från Albertsgården i 150 minuter. Intervjun med Ebba Jarnhag kompletterades dessutom med information tagen från olika hemsidor på Internet.<sup>25</sup>

I samband med våra besök på caféerna kunde vi göra observationer av saker så som inredning, utbud och kundflöde. Detta ansåg vi vara ett viktigt komplement till vad som sades under intervjuerna. Vi ville dessutom få ett helhetsintryck av platserna vi besökte.

Vi kände efter intervjuerna att vi hade haft en för bred infallsvinkel innan intervjuerna. Tack vare respondenternas narrativ kunde vi hitta nya och intressanta vinklar som hjälpt oss att gå vidare med, och smala av, vår undersökning. När samtliga intervjuer var genomförda började vi med att skriva om svaren till utskrift<sup>26</sup>, varpå vi reducerade materialet för att kunna plocka ut väsentligheterna. Reviderat material från intervjuerna redogörs i avsnittet om fältarbete. Vi ville att läsarna skulle vara medvetna om att vi lät intervjupersonernas positiva röster återspeglas i det avsnittet. Vi var medvetna om att det var deras röster vi återgav och försökte därför vara objektiva i analysen av deras narrativ.

---

<sup>24</sup> Kvale 1997:147

<sup>25</sup> Cint 2006; Google 2006; Sehlin 2004

<sup>26</sup> Kvale 1997:85

## Källkritik

Vi försökte bibehålla ett kritiskt förhållningssätt gentemot all information vi insamlat då vi under hela arbetets gång var väl medvetna om sannolikheten att intervjupersonerna hade anledning att framhäva en positiv bild av företagen, vilket komplicerade en objektiv syn. Vi försökte även bibehålla ett kritiskt förhållningssätt gentemot den litteratur vi använde oss av, bland annat när vi endast valde ut vissa specifika element som kännetecknar vårt samtida samhälle.

## Teoretisk ram

---

*I den teoretiska delen börjar vi med att introducera begreppet entreprenörskap, då redovisar vi begreppets historia. Sedan presenterar vi olika definitioner av begreppet entreprenörskap, från de bredare till smalare definitionerna. Efter detta lyfter vi fram livsstilsentreprenörskap som en variant av entreprenörskap. För att koppla livsstilsentreprenörskapet till det moderna samhället introducerar vi några av vårt samhälles kännetecknande drag.*

---

## En introduktion till begreppet entreprenörskap

### Begreppets historia

Ordet entreprenör kommer från franskans ”entrepreneur”. Första gången begreppet uppträdde var i en fransk ordbok år 1437 där ordet gavs tre definitioner. Den vanligaste betydelsen var ”celui qui entreprend quelque chose”<sup>27</sup> vilket syftar till en person som är aktiv och får något gjort. Verbet ”entreprendre” betyder ursprungligen ”att företa sig något”<sup>28</sup> och detta ord användes redan under 1100-talet i det franska

---

<sup>27</sup> Landström 2000:21

<sup>28</sup> Landström 2000:21

språket. Entreprenörskap har en lång tradition inom det nationalekonomiska ämnet,<sup>29</sup> och historiskt uppfattades det som en nyckelfaktor i ekonomiskt utförande.<sup>30</sup>

### Olika definitioner av begreppet entreprenör

Idag finns det ett stort antal definitioner på entreprenörskap. Enligt Nationalencyklopedins ordbok är en entreprenör en ”initiativkraftig och uppfinningsrik egen företagare”<sup>31</sup>. Verket för näringslivsutveckling<sup>32</sup> skriver utförligare att en entreprenör kännetecknas av att ta itu med problem och finna lösningar, att gå från tanke till handling, förverkliga en idé eller vara allmänt företagsam. Vidare handlar det om att utnyttja tillfällen, medverka till förnyelse och sätta igång förändringar. ”Självförtroende, kreativitet, vilja att ta risker, vilja att kommunicera och samarbeta och handlingskraft - det är egenskaper som hör samman med att vara entreprenöriell. Vi kan lika gärna säga företagsam, orden är synonymer.”<sup>33</sup>

Holts definition är av smalare karaktär, han skriver att en entreprenör ”är en individ som startar nya företag, tar initiativ och den risk som är förknippad med detta. Entreprenören gör detta genom att skapa något nytt eller genom att utnyttja resurserna på ett annorlunda sätt som skapar ett värde för hans/hennes kunder”<sup>34</sup>. Till skillnad från dessa handlingsfokuserade definitioner ser Europeiska Kommissionen<sup>35</sup> entreprenörskapet som ett tänkesätt. Detta tänkesätt innefattar en persons motivation och förmåga att enskilt eller i grupp se en möjlighet och utnyttja den i syfte att skapa nytt värde eller ekonomisk framgång. För att omvandla idén till handling krävs förmågan att på ett framgångsrikt sätt förena kreativitet och innovation med god styrning.<sup>36</sup> Det går att uppfatta gemensamma drag gällande olika entreprenörers

---

<sup>29</sup> Landström 2000:53

<sup>30</sup> Ateljevic & Doorne 2000

<sup>31</sup> Nationalencyklopedins ordbok 2004

<sup>32</sup> NUTEK 2006 (2)

<sup>33</sup> NUTEK 2006 (2)

<sup>34</sup> Landström 2000:78

<sup>35</sup> Europeiska Gemenskapernas Kommission 2006

<sup>36</sup> Europeiska Gemenskapernas Kommission 2006

beteende, enligt Europeiska kommissionen, de tar risker samt strävar efter självförverkligande och självständighet.<sup>37</sup>

Forskarna Dewhurst och Horobin<sup>38</sup> definierar begreppet entreprenör ännu snävare, som en person ”som inte motiveras av en önskan att maximera ekonomisk vinning, som ofta utövar affärsverksamhet med låga nivåer av anställda, och hos vilken ledningsbeslut ofta baseras på högt personliga kriterier”<sup>39</sup>. De ser ett nytt perspektiv på entreprenörskap som omfattar sociala och kulturella värderingar som framgångsfaktorer, utöver endast utveckling och verksamhetstillväxt.<sup>40</sup>

Som gemensamma kännetecken kan vi alltså se entreprenören som kreativ, initiativtagande och skapande av något. Dessutom är de ofta risktagande och innovativa. Några av definitionerna betonar också vikten av självförverkligandet och de sociala och kulturella värderingarna.

### Livsstilsentreprenör

Livsstilsentreprenörer är entreprenörer som motiveras av en icke-ekonomisk vinning<sup>41</sup>, eller de som motiveras av icke-ekonomiska faktorer i större utsträckning än av ekonomiska.<sup>42</sup> Entreprenörer startar en verksamhet för att de har behov av att skapa och förmedla den livsstil de har valt. För dessa individer blir deras livsstilsframgång mycket viktigare än ekonomisk vinning<sup>43</sup>. Det finns alltså en tydlig skillnad mellan en vanlig entreprenör och en livsstilsentreprenör.

Shaw skriver om livsstilsentreprenörer inom turismnäringen och anmärker att uppkomsten av sådana entreprenörer är ett relativt nytt fenomen som har med postmodernitetens förändringar i konsumtionen att göra. Turisternas efterfråga har

---

<sup>37</sup> Europeiska Gemenskapernas Kommission 2006

<sup>38</sup> Ateljevic & Doorne 2000:380

<sup>39</sup> Ateljevic & Doorne 2000:380

<sup>40</sup> Ateljevic & Doorne 2000:381

<sup>41</sup> Ateljevic & Doorne 2000:381

<sup>42</sup> Shaw 2004:127

<sup>43</sup> Ateljevic & Doorne 2000:381

förändrats, man strävar efter mer upplevelser. Han menar att vi lever i en tid då upplevelseekonomin fort växer fram vilket innebär en tillväxt av nischmarknader och nya affärsmöjligheter som följd.<sup>44</sup> Detta är kännetecknande som vi idag kan skönja även inom andra branscher, såsom detaljhandeln<sup>45</sup> och restaurangbranschen.

## Några av vårt samtida samhälles kännetecknande drag

Några drag som kännetecknar dagens samhälle är identitet, livsstil, arbetsestetiken, suddiga gränser, samt nätverk.

### Identitet

”I generell bemärkelse rör identiteten de uppfattningar människor har om vilka de själva är och vad som är viktigt och meningsfullt för dem.”<sup>46</sup> Några av de främsta identitetskällorna är kön, sexuell inriktning, nationalitet, eller etnicitet och samhällsklass.<sup>47</sup> Identitet innebär alltså hemmahörande både på individuellt och kollektivt plan.<sup>48</sup> Det finns, enligt Giddens, två typer av identitet, social och personlig. Social identitet rör de kännetecken som andra tillskriver en viss individ, exempelvis student, pappa, hemlös, skandinav, och ogift.<sup>49</sup> Personlig identitet handlar om en utvecklingsprocess i vilken individens kontinuerliga samspel och ”förhandling” med yttervärlden bidrar till att forma individens upplevelse av sig själv.<sup>50</sup> Dessa två sidor av identitet, den sociala och den personliga, utvecklas i en process vilket innebär att identitet är något man skapar, skriver Alsmark<sup>51</sup>. Johannisson anmärker dock att det inte är upp till individen att fritt forma sin identitet. Han menar att individer ständigt uppmanas av samhället.<sup>52</sup>

---

<sup>44</sup> Shaw 2004:126

<sup>45</sup> Wrigley & Lowe 2002

<sup>46</sup> Giddens 2003:43

<sup>47</sup> Giddens 2003:43

<sup>48</sup> Alsmark 1997:9

<sup>49</sup> Giddens 2003:43

<sup>50</sup> Giddens 2003:44

<sup>51</sup> Alsmark 1997:10

<sup>52</sup> Johannisson 2005:302

Det finns skillnader på hur man ser på identitet under tidiga moderniteten och senmoderniteten, som vi tidigare har nämnt. Nu finns det varken djup eller substans i jaget såsom det fanns i den tidiga moderna identiteten.<sup>53</sup> Den senmoderna identiteten är alltså försvagad. Filosofen Kellner antyder att den tidiga moderna identiteten grundar sig i föreningen av en rad sociala roller och normer (såsom könsroller, familjeroller, etnicitet, yrkesroller) som gör den stabil. Tvärtemot är den senmoderna identiteten skör eller flyktig eftersom den framförallt bildas utifrån flyktiga livsstilsval och ”konsumtion av symboliska fenomen”.<sup>54</sup> Alltså, medan den moderna identiteten är ”fast” är den senmoderna flyktig – det handlar inte längre om att hitta sitt verkliga jag eller förverkliga självets kärna. De senmoderna individerna vill ha öppna möjligheter till förändring av identitet,<sup>55</sup> då de interaktivt finner nya vägar att leva sina liv.<sup>56</sup> Genom förverkligandet av ett livsprojekt byggs den tidiga moderna identiteten upp vilket förutsätter att man lever i en stabil omvärld. I den mycket föränderliga värld vi lever i blir det därför meningslöst att hålla sig fast vid sitt livsprojekt och därmed kan identitetsskapande inte ses som förverkligandet av ett visst livsprojekt, enligt Pedersen.<sup>57</sup> Idag ses alltså identitet som något flexibelt, utbytbart<sup>58</sup>, flyktigt och kontextberoende<sup>59</sup>. Det kan även handla om ”en uppsättning identiteter” som en individ kan ha och om de olika pusselbitarna som utgör en individs totala identitet<sup>60</sup>.

## Identitet och entreprenörskap

Johannisson skriver att individens strävan efter en identitet är ett uttryck ”för ett existentiellt behov av att vara någon, vara särskild...”.<sup>61</sup> Han menar att entreprenörer, genom att starta verksamheter som reflekterar deras personligheter och värderingar, formar sina identiteter<sup>62</sup>. Entreprenörskap blir för den vuxne ”vad leken är för barnet:

---

<sup>53</sup> Pedersen 2003:549-550

<sup>54</sup> Pedersen 2003:550

<sup>55</sup> Pedersen 2003:549-551

<sup>56</sup> Watson 1994:21

<sup>57</sup> Pedersen 2003:549-551

<sup>58</sup> Alsmark 1997:11

<sup>59</sup> Aldridge 2003:11

<sup>60</sup> Alsmark 1997:13

<sup>61</sup> Johannisson 2005:300

<sup>62</sup> Johannisson 2005:61

något som är oupplösligt förenat med formandet av den egna identiteten, något som *är* livet”<sup>63</sup>. Därför kan identitetsskapande ses genom arbetet alltmer som troligt bland väldigt många idag. Som Miller och Rose uttrycker det: ”det finns inte längre någon gräns mellan det ekonomiska, psykologiska och det sociala”<sup>64</sup>. Arbetet kan vara familjen, staten, eller till och med själen.<sup>65</sup> Men för att förstå hur identitet förmedlas introduceras begreppet livsstil.

## Livsstil

En livsstil kan man definiera ”som en mer eller mindre integrerad uppsättning praktiker som en individ följer, inte bara därför att sådana praktiker tillfredställer nyttobehov, utan därför att de ger en materiell inramning till en speciell berättelse om självidentiteten”<sup>66</sup>. En livsstil är alltså, enligt Giddens, ett uttryck för ens identitet, med hjälp av en livsstil kan man visa vem man egentligen är. Praktikerna som författaren pratar om är rutiniserade, det vill säga rutiner införlivas i människornas vanor, handlingssätt och umgängesmiljöer<sup>67</sup>, och ett slags enhet formas<sup>68</sup>. Dock anmärker Giddens att rutinerna är ”öppna för förändringar utifrån självidentitetens rörliga karaktär”<sup>69</sup>. Detta innebär att utifrån beslut om vem man vill vara gör människorna val och fattar olika beslut (såväl små, vardagliga som lite större beslut) som bidrar till att rutinerna skapas och därmed att en livsstil formas. (Liknande tankegångar om ”fritt väljande människa” hittar vi hos Bauman<sup>70</sup>.)

En livsstil är alltså inte något som ”går i arv”<sup>71</sup> – eftersom en identitet är något man kan ta på och av, alltså, något som är kontextberoende<sup>72</sup>. Samtidigt är livsstil en berättelse om identiteten är en livsstil något som man själv väljer och formar, det vill

---

<sup>63</sup> Johannisson 2005:346

<sup>64</sup> Parker 2002:57

<sup>65</sup> Parker 2002:57

<sup>66</sup> Giddens 2002:101

<sup>67</sup> Giddens 2002:102

<sup>68</sup> Giddens 2002:103

<sup>69</sup> Giddens 2002:102

<sup>70</sup> Bauman 1999:54

<sup>71</sup> Giddens 2002:102

<sup>72</sup> Aldridge 2003:11

säga något man ”lägger sig till med”<sup>73</sup>. Just för att begreppet livsstil innefattar val mellan olika möjligheter är det svårapplicerbart på traditionella kulturer och är därmed något som kännetecknar vårt senmoderna samhälle, skriver Giddens<sup>74</sup>.

Enligt Giddens bidrar ett livsstilsval till att forma individernas handlingar<sup>75</sup>, och detta har inte endast med aktiviteter på fritiden att göra. Författaren menar att det också spelar en stor roll i val av arbete och arbetsmiljö.<sup>76</sup> Detta kan förklaras med att ett val av en viss livsstil innebär att individer betraktar vissa möjligheter som helt oförenliga med den valda livsstilen<sup>77</sup> (detta kan också appliceras på arbete, det vill säga arbetsmöjligheter) samtidigt som ett val av en viss livsstil kan innebära att de känner sig ”illa till mods i miljöer som på något sätt ifrågasätter deras egen livsstil”<sup>78</sup> (om vi applicerar det på arbete blir det så att vissa arbetsmiljöer är oförenliga med de livsstilar som individer väljer).

#### ”Från arbetsetik till arbeteestetik”<sup>79</sup>

Bauman kallar det samhälle vi lever i för ett konsumtionssamhälle<sup>80</sup>, och det är estetiken och inte etiken som integrerar detta samhälle. Skillnaden mellan etiken, som integrerade produktionssamhället (det tidigt moderna samhället), och estetiken är att medan ”etiken sätter högst värde på den väl fullgjorda förpliktelsen premierar estetiken den sublimes upplevelsen”<sup>81</sup>. Med andra ord betraktades arbetet under tidiga moderniteten som en plikt som skulle utföras medan det nu i konsumtionssamhället, alltså under senmoderniteten<sup>82</sup> betraktas som källan till upplevelser, helst storslagna och härliga.

---

<sup>73</sup> Giddens 2002:102

<sup>74</sup> Giddens 2002:102

<sup>75</sup> Giddens 2002:104

<sup>76</sup> Giddens 2002:102

<sup>77</sup> Giddens 2002:103

<sup>78</sup> Giddens 2002:104

<sup>79</sup> Bauman 1999

<sup>80</sup> Bauman 1999:39

<sup>81</sup> Bauman 1999:51

<sup>82</sup> Giddens 2002



Individer strävar alltså efter tillfredställande arbeten, arbeten som källor för stolthet och självkänsla, arbeten som kall. Tyvärr är det inte alla arbeten som kan betraktas som det. I produktionssamhället gav den fullbordade plikten tillfredställelse, i konsumtionssamhället måste arbetet ge en estetisk, ”konstnärlig” upplevelse.<sup>83</sup> Arbeten måste alltså vara ”intressanta” vilket innebär att de måste vara ”varierande, spännande, äventyrliga, rymma ett visst (inte för stort) mått av risk och ge möjlighet till ständigt nya sensationer”<sup>84</sup>.

### Valfrihet och de suddiga gränserna

Vårt senmoderna konsumtionssamhälle har, förutom arbetets estetiska värde, andra kännetecknande faktorer såsom friheten att välja (att välja en identitet<sup>85</sup> och en livsstil<sup>86</sup>, att välja bland möjligheter så snart de dyker upp<sup>87</sup>) och konceptet ”*wish*”<sup>88</sup> (individernas spontana vilja eller önskan), samt de suddiga gränserna mellan arbete och fritid. Enligt Bauman handlar det om att helt utplåna gränsen mellan arbete och fritid och hobby, samt ”att upphöja själva arbetet till högsta och mest tillfredställande nöje”<sup>89</sup>. Sådana arbeten gav upphov till ett speciellt sätt att leva som andra bara kan se på avstånd<sup>90</sup>. Även Johannisson skriver om de suddiga gränserna. Han exemplifierar med den svaga gränsdragningen mellan affärsverksamheten och omgivningen. Enligt författaren kan ett besök på en mäsas i samband med en semesterresa ses både som företagsaktivitet och en underhållning.<sup>91</sup>

### Nätverk

Nätverk är något som har intresserat många entreprenörskapsforskare därför att det är en så pass betydelsefull del av entreprenörskapet. Det är i det initiala skedet som

---

<sup>83</sup> Bauman 1999:53-54

<sup>84</sup> Bauman 1999:54

<sup>85</sup> Alsmark 1997

<sup>86</sup> Giddens 2002

<sup>87</sup> Aldridge 2003

<sup>88</sup> Aldridge 2003:31

<sup>89</sup> Bauman 1999:55

<sup>90</sup> Bauman 1999:55

<sup>91</sup> Johannisson 2005:51

nätverkandet är som viktigast för det framväxande företaget. Det är då man fortfarande inte har legitimitet på marknaden samtidigt som man är i störst behov av resurser, man får alltså samla resurser från sitt nätverk. Men det är inte den primära orsaken till att det är viktigt att ha etablerat ett nätverk innan man konkretiserar affärsidén. Nätverket används för att införskaffa och stärka självtilliten. De befintliga relationerna kan förstärkas när företaget väl startats, dock är det alltid viktigt att vara beredd på att inleda nya relationer.

För att en individs personliga nätverk ska kunna realisera ett affärsprojekt måste ett antal krav uppfyllas, enligt Johannisson<sup>92</sup>. Nätverket måste existera redan innan idén föds, internationell forskning har visat de viktigaste personerna har entreprenören känt i över tio år innan lanseringen av affärsprojektet. Då nätverket fungerar som ett stöd vilket kan förstärka entreprenörens självtillit kan idéns bärkraft omedelbart testas.<sup>93</sup> Nätverket måste också kunna vara så pass formbart att det kan utvecklas tillsammans med affärsprojektet.

Generellt är nätverk ett system av noder i ett geografiskt rum som åtskiljer de noder som är med i nätverket och de som inte är det, skriver Gunnar Törnqvist<sup>94</sup>. Det finns tre typer av nätverk: fysiska, institutionella och sociokulturella. Det är de sociokulturella nätverken som förenar individer och idéer.<sup>95</sup> Denna typ av nätverk återfinns överallt i dagens samhälle. Det handlar om relationer via bland annat släktskap och gemensamma intressen. Nätverkets struktur är ytterst komplex, Törnqvist kallar det den ”sociala väven”<sup>96</sup> för att framhäva dess täthet. I personliga nätverk återfinns både sociala och affärsmässiga förbindelser.<sup>97</sup> Först består nätverket huvudsakligen av familjekretsen och går sedan över till att omfatta bredare intressenter i det externa, globala, nätverket. Sociologen Castells använder begreppet Network Society för att karaktärisera den värld vi lever i där många av de viktigaste samhällsfunktionerna

---

<sup>92</sup> Johannisson 2005:62

<sup>93</sup> Johannisson 2005:62, Landström 2000:111

<sup>94</sup> Törnqvist 1998:36ff

<sup>95</sup> Törnqvist 1998:37

<sup>96</sup> Törnqvist 1998:37

<sup>97</sup> Landström 2000:111

organiseras i olika nätverk.<sup>98</sup> Han menar alltså att det är ett globalt nätverksamhälle som nu håller på att växa fram.<sup>99</sup>

---

<sup>98</sup> Törnqvist 1998:38

<sup>99</sup> Törnqvist 1998:87

## Avhandlande del

---

*I denna avhandlande del presenteras vårt fältarbete där vi har valt att återge fyra narrativ utifrån fyra intervjuer samt vår analys där vi kopplar samman empirin och teorin.*

---

### Fältarbete – fyra röster

---

*Här återger vi fyra narrativ utifrån fyra intervjuer. Vi blandar intervjupersonernas fyra röster med våra observationer för att skapa en helhetsbild för läsaren samtidigt som vi gör en klar gräns mellan vad vi ser och vad de säger. Vi börjar med att återge Thora Celiks narrativ på Albertsgården, vi fortsätter med Britt-Inger Stolt på Café Annorledes, och sedan med Jessica Johansson på Fyra Vänners Matbutik, samt avslutar med Ebba Jarnbag på Ebbas Fika.*

---

#### Albertsgården

Thora Celik hade drömt om att omvandla familjens stall till ett café sedan tjuugoårsåldern. Idén började gro när hon sydde en klänning till sin förstfödda dotter som ”verkade passa bra till en servering”. Hennes mor tyckte däremot att idén var befängd, inte kunde väl någon vara intresserad av att fika i ett gammalt stall? Men Thora Celik lyckades aldrig släppa idén. Thora Celik berättar om en dag då hon var på Julia Lundgrens café i bygden. Det var i juletider och allting var pyntat, stämningen var glad och det bjöds på adventsfika. Mitt i salen fanns ett stort bord med många olika sorters kakor och bullar. Precis så ville Thora Celik också ha det!

Men det blev inget café just då. Istället hoppade hon från jobb till jobb – ”en riktig hoppjerka”. Hon var bland annat Höganäs första kvinnliga brevbärare och så har hon

kört truck på Höganäsbolaget. Hon tyckte att det var kul att prova på olika saker men lyckades aldrig riktigt rota sig någonstans, inte ens på caféet i Höganäs hon jobbade på ett tag. Hon bar fortfarande på sin ungdomsdröm.

När hon träffade sin nuvarande make, Risko Celik, berättade hon för honom om sina drömmar varpå han i hemlighet började bygga grunden för att realisera dem. Han renoverade hela stallet, höjde takhöjden, isolerade, byggde väggar och gjorde det användbart. När han behövde hjälp gav sönerna ett handtag. Men varje gång Thora Celik frågade vad han gjorde svarade han att ”det får vi se”.

En vacker dag när Thora Celik promenerade i Lund fick hon syn på en servering där ingen stol var den andre lik. Det fanns inte två saker som var likadana. Hon tyckte det var en rolig och snygg kombination. Något som hon skulle vilja ha i sitt framtida café. Det skulle vara ett ”ihopplock” av olika saker men ändå passa ihop med temat.

I juni 1987 var byggnaden, stallet, färdig och klar att användas. Thora Celik började med att sälja glass och keramik från Kullabygden men hon kände sig fortfarande inte tillfredsställd. Hon ville ju ha ett café! Hon började därför samla ihop gamla arvegods och gå på loppis för att hitta gamla prylar. Det skulle vara gammalt och genuint, ”det är det som lockar”. De samlade trädgårdsmöbler, stolar och bord. Sönerna hjälpte till att måla och fixa till möblemanget. Till slut kunde hon, inspirerad av Julia Lundgrens café, den första advent samma år erbjuda den adventsfika hon alltid drömt om.

Nu, 19 år senare, är adventsfikat en tradition. Gästerna bokar bord året innan och ”det finns inte plats för nytillkomlingar”, säger hon och skrattar. De har musiker de två första advent som spelar gamla låtar folk känner igen och uppskattar. Den tredje advent har de ett luciatåg som en bekant som jobbar på musikskolan hjälper till att fixa.

Familjehögtider firar de gärna i cafélokalerna och om de är några fler går de in i den stora salen. De är en stor familj med många födelsedagar och så är det ju jul och midsommar... Eftersom hela familjen har varit engagerad i caféet känner de det som

en självklarhet att träffas här. Att driva ett café ”känns rätt”. Hon tänker fortsätta så länge hon kan och förhoppningsvis tar barnen över en dag. Det hon tycker är bäst med företaget är att det täcker hennes enorma sociala behov. Eftersom hon sedan barnsben älskar gamla prylar, att baka, samt att umgås med folk är detta det ultimata jobbet för henne. Både hon och hennes barn och fosterbarn har växt upp på gården och man ser hur hela hennes liv kretsar härom.

Albertsgården har fått sitt namn efter Thora Celiks far Albert Olofsson. Ett internationellt namn som passar alla språk. De får ibland tyska och danska turister som kommer och övernattar i rummen som de hyr ut ovanför caféet. Lokaliseringen brukar då uppskattas väldigt mycket. Albertsgården ligger utanför Farhult i Kullabygden. Man kan blicka ut över Skälderviken och det är endast 200 meter till havet. Vill man köra över till Danmark har man nära till det samt nära till Helsingborg och kringliggande städer. Dessutom så ”sover alla som stockar”, berättar Thora Celik, ”det är så tyst och lugnt här”. Att man sedan väcks av doften av nybakade bullar och nybryggt kaffe är ju en uppskattning.

Gästerna sitter på caféet i timmar, det finns så mycket att titta på. Man ser på de gamla tallrikarna på väggen, de gamla tavlorna, fotona, keramiken, porslinet, taklamporna, dukarna, gardinerna – allting i en klass för sig. Detta är något som är viktigt för Thora Celik – hon älskar allt gammalt, allt ska vara ”äkta vara”. Många äldre gäster blir nostalgiska och berättar om hur vissa prylar påminner om deras barndom. De andra har minnen från hur mor eller mormor hade det ”precis såhär hemma hos sig”. Många gånger går det åt fler koppar kaffe än förväntat och kakbuffén får ofta fyllas på. Sommarhalvåret då det är öppet veckans alla dagar finns det mycket att göra. Thora Celik som har passerat sjuttio-trecket behöver ofta hjälp av barn och barnbarn. Dottern hjälper till att rensa rabatterna och underhålla trädgården, när hon inte bakar kakor. Sonen hjälper till att måla trädgårdsmöbler, reparera och underhålla hushållet. Mannen hjälper till med disken och serveringen. Det finns alltid mycket att göra. Vinterhalvåret är det ju bara öppet på lördag och söndagar men resten av veckan finns alltid mängder att göra, ”dagarna är så korta!”

Thora Celik har svårt att berätta vad hon gör på sin fritid, hon berättar hur allting smälter samman: ”jag börjar baka bullar och medan de är i ugnen sätter jag på tvätten, sen springer jag ut igen och sätter på kaffe till gästerna innan jag måste hänga upp de lakan jag tvättade tidigare, sen får jag kolla till bullarna och se till så att gubben inte har sönder koppar när han gör disken! Sen springer jag ju iväg och tvättar, manglar och stryker”. Eftersom det är ett ”u-hus” har de det privata boendet vägg i vägg med caféet vilket gör det hela mer effektivt. Hon berättar om att när hon var ledig förr brukade hon baka massor av olika kakor. Hon var också väldigt aktiv i bygdens olika intresseföreningar.

Thora Celik är full av liv och berättelser som verkligen visar hur tillfreds hon är med situationen hon befinner sig i. Hon bjuder oss på olika kakor med kaffe och te medan hon berättar om en man som bor några hus ifrån. Han startade ett eget företag ungefär samtidigt som hon startade caféet. Han säljer ”plåtdelar till ett lastbilsföretag och har blivit jätterik” till skillnad från henne. Men hon säger ”låt dem ha det, låt dem vara rika, jag träffar i alla fall människor, jag är känd i trakten... folket vet vem jag är och det trivs jag med”. Hon berättar om hur envis hon är, hur hon lyckades få sin fosterson på rätt spår trots att inga familjer lyckats med det tidigare. Hon berättar om hälsovårdsmyndigheten hon har haft jättebra kontakt med sedan hon var med i Höganäs styrelse för hälsovårdsnämnden. Hon berättar hur hon ”hejar på folk hos handlaren” och hur bra relationer hon har med alla. Thora Celik är väldigt tacksam och glad att allt har gått bra...

## **Café Annorledes**

Det kända caféet Annorledes ligger mitt i centrala Helsingborg och ägs av Britt-Inger Stolt, en glad och energisk kvinna i sextioårsåldern. Caféet slog upp sina dörrar för tolv år sedan, alltså 1994. Dessförinnan hade Britt-Inger Stolt jobbat på Helsingborgs Lasarett som barnmorska, mestadels nattskiften. Detta hade hon gjort i trettio år, till slut började hon tröttna på att jobba natt. Önskan att göra något annat växte sig allt

starkare med åren. Britt-Inger Stolt hade en stor familj (en man och tre barn) så ”man kunde ju laga mat”, säger hon i intervjun. När barnen blev så stora att de kunde klara sig själva bestämde Britt-Inger Stolt sig för att starta ett café, men inte vilket café som helst utan hon längtade efter något annorlunda, något som inte fanns i staden och därmed kunde locka gäster. Maken var sjukskriven så hon kunde räkna med hans praktiska hjälp.

Britt-Inger Stolt berättar att intresset för gamla ting alltid hade funnits i hennes hjärta. Hon hade alltid älskat att gå på loppmarknader, auktioner, utställningar – överallt där det fanns ”gamla ting som förtäljer historia”. Hon läste också olika auktionstidningar flitigt. I sina tankar föreställde hon sig ofta hur hon skulle inreda sitt café. Hemma hade det redan funnits massvis med gamla saker från föräldrarnas tid och den tid då hon var liten och ung, saker som påminde henne om hennes barndom och ungdom, men hon började också köpa på sig flera gamla ting på loppmarknader. Hon tänkte på sitt framtida drömcafé varje dag, hon visste precis hur det skulle se ut. Caféet skulle vara inrett med gamla ting. Alla familjemedlemmar var engagerade – någon som hjälpte till att leta efter intressanta recept, någon hjälpte att räkna ut vad allt skulle kosta, göra enkla kalkyler och budget. Britt-Inger Stolt fick också tips från nyföretagarföreningen där man tyckte att hennes idé var bra. Dock tog det sin tid att förverkliga idén – Britt-Inger Stolt ”behövde något som fick saken att hända”.

Britt-Inger Stolt tänkte på det framtida caféets lokalisering. Hon visste inte säkert var det skulle ligga. En tillfällighet hjälpte att lösa detta problem. En dag var hon på promenad med familjens hund och såg att den befintliga lokalen var tom. Det var ”ett drömläge” och Britt-Inger Stolt kände att hon måste slå till. ”Nu eller aldrig”, sa hon till sig själv. Samma dag började hon undersöka om möjligheter med lokalen. Lyckligtvis var den ledig och hyran var inte så hög så Britt-Inger Stolt gick raka vägen till banken. Av en bekant kvinna fick hon tips om att träffa en tjänsteman som var anställd på banken. Med hans hjälp och svågern, som gick i borgen, fick Britt-Inger Stolt låna 25 000 kronor. Med hjälp av dessa pengar samt familjens besparingar kunde hon äntligen förverkliga sin dröm. Det tog lite mer än ett halvt år från idén till



öppnandet av caféet. Från början då caféet precis öppnades vågade Britt-Inger Stolt inte lämna sitt jobb utan tog tjänsteledigt i ett halvt år. Sedan slutade hon helt med sitt ordinarie jobb och ägnade sig fullt till sitt Café Annorledes. Det goda ryktet om ett annorlunda café spred sig i staden och utanför dess gränser. Folk började ”strömma in” för att smaka av de goda pajerna och kakorna. Samtidigt kunde de njuta av inredningen och den underbara stämningen som caféet kunde erbjuda.

Idag ser caféet ut nästan oförändrat ut, säger Britt-Inger Stolt. Många saker som caféet är inrett med har kommit direkt från hemmet. Det är just meningen att caféet ska se ut som om ”man går direkt in i en annan epok”. Stället ska andas äkthet och vara hemtrevligt, säger Britt-Inger Stolt. Vissa saker har hon bytt i efterhand, vissa är kvar från början, dock är det alltid ”gamla, genuina saker”. ”De visar vem jag är”, säger Britt-Inger Stolt med stolthet. Britt-Inger Stolt gillar inte ”alla de nya flashiga, eller hur man ska kalla dem, caféerna som finns överallt och ser likadana ut”. Snart ska caféet renoveras, men ”inget ska förändras efter renoveringen”, säger Britt-Inger Stolt. ”Det finns historia bakom alla grejor”, tillägger hon. Britt-Inger Stolt har en idé om att skriva ner alla historier bakom de gamla tingen, men ”inte just nu”, suckar hon, ”det finns inte tid för det helt enkelt”.

Britt-Inger Stolt jobbar långa dagar. Klockan sex och trettio är hon på plats. Men hon klagar inte. Arbetet ger henne tillfredsställelse – hon säger att hon känner sig behövd, att hon kan erbjuda människorna något som gör dem glada, och är fri i utformningen i det hon gör. Hon lagar maten själv för det mesta, men har några anställda och praktikanter till sin hjälp som hon rekryterar från sitt kontaktnät. (Kontaktnätet använder Britt-Inger Stolt även när hon får problem, som till exempel då hon inte fick heta ”annorlunda” på grund av att det redan fanns ett sådant namn, då tog hon hjälp av sin systerson som var advokat.) En av de anställda är hennes kompis som hon jobbade med på lasarettet. Hon brukar hjälpa till på dagarna samtidigt som hon fortfarande jobbar på lasarettet på nätterna.

Även familjen och släktingar är deltagande. Exempelvis hjälper systerdottern till att baka pajer. Döttrarna hjälper också ofta till och svärsönerna får rycka in vid behov. Mannen finns till hjälp hela tiden. Alla tycker att det är oerhört roligt och vill gärna hjälpa till. De tänker själva ta på sig den största delen av renoveringen. De ser på caféet som ett avbrott i vardagslivet som de mår bra av. Britt-Inger Stolt berättar hur bra hon mår själv av att driva ett eget café. Hon har inte varit sjuk en enda gång de senaste tolv åren. Hon trivs med det hon gör. Caféet blir ”ett sätt att leva”.

Britt-Inger Stolt brukar, förutom att laga mat, servera sina gäster som hon tycker om att ha kontakt med. Många har hon lärt känna personligt under tiden caféet har varit öppet. Hon vill ta hand om sina stamgäster som är ganska många – ”det blir något speciellt... man har relation med sina kunder”, säger Britt-Inger Stolt. Det är alltid så mycket folk på caféet (vilket Britt-Inger Stolt förklarar med förändringar i cafékulturen) att det inte finns tid att vila. Hon menar att det idag betraktas som socialt umgänge att fika på ett café till skillnad från förr då man köpte med sig fika hem. Hem går Britt-Inger Stolt långt efter klockan sex på kvällen då caféet stängs. Det finns alltid något att göra även efter stängdags.

Familjen och vänner kommer ofta till caféet även om det inte behövs någon hjälp – ”då kan man bara ta det lugnt och fika gott”. Det brukar hända på helger då caféet stängs lite tidigare än vanligt. ”Det har också hänt några gånger att familjen har firat födelsedagar på caféet... det är ju som ett hem för dem också”, säger Britt-Inger Stolt. Barnbarnen tycker att det är kul att komma till Café Annorledes och äta pannkakor med sylt och grädde och titta på alla de gamla sakerna. Oftast får de också ett gammalt vykort att ta med sig hem. Britt-Inger Stolt berättar att barnen inte vill ta över. De har sina yrken som de trivs med, men som sagt hjälper de gärna till. Självtänker hon fortsätta så länge hon tycker att det är roligt. Och det tycker hon ju!

## Fyra Vänners Matbutik

Fyra Vänners Matbutik är placerad i ett vackert gammalt hus vid Mölle hamn. Den gammeldags inredningen blandas med både butiks försäljning och en caféhörna. Här säljs lokalt odlade tomater av flera olika typer, egentillverkad ketchup, inlagd gurka, hembakade bröd och kakor, importerade italienska kakor, lokalt tillverkad must och mycket mer. Fyra Vänners Matbutik är alltså både en butik och ett café. Det ena dominerar inte över det andra, dock kommer vi huvudsakligen att benämna platsen som butik med tanke på dess namn.

Butiken slog upp sina dörrar för ett år sedan, av fyra goda vänner. Allt började för fyra år sedan då de fyra vännerna startade en skördemarknad på Krapperups slott i Mölle. Här samlade de dem lokala odlarna och producenterna. Idén var att kunna åka direkt och handla istället för att gå genom grönsaksgrossister. Sen kom planerna på butiken och caféet. De fyra hade en liten dröm om att öppna en butik och ett café där de kunde samla allting och även kunde förädla produkterna eller råvarorna. För ett år sedan, efter att de hade satt igång marknaden, öppnade de butiken.

De fyra vännerna har andra jobb bredvid, så de är i butiken när de hinner. På vintern håller de stängt, på våren har de bara öppet fredag till söndag men till sommaren är det alltid öppet och då finns där en person som jobbar heltid. De planerar inte ha öppet året runt. Det går inte om man är fyra personer som äger det. Men det var inte det som var meningen heller. Jessica Johansson säger att ”detta är som en hobbyverksamhet, en liten dröm man förverkligar men samtidigt riskerar man inte för mycket”.

Anledningen till att de finns lokaliserade i Mölle är att samtliga ägare länge har jobbat i trakten och känner till området bra. De kände att det fanns ett kundunderlag där, kunder som uppskattar kvalitet. När lokalen, eller huset, blev ledig så tänkte de fyra vännerna ”nu kör vi”. Just valet av lokal var alltså inte särskilt genomtänkt.

Vännerna samarbetar med Krapperups café i Mölle genom att de exempelvis lånar grejer av varandra. Det kan handla om allt från livsmedel till bakredskap. Dessutom har

de ofta kontakt med de flesta caféägarna som finns i Mölle och trakterna i närheten. De känner inte alls att de är konkurrenter, snarare att de har något gemensamt.

Vi har intervjuat en av ägarnas, Rikard Johannsons, fru, Jessica Johansson. Anledningen till att vi intervjuade henne är att hon enligt ägarna sågs som mest lämplig för detta ändamål. Detta eftersom hon är den som spenderar mest tid i butiken och därmed är mycket insatt i vad som sker i verksamheten. Även om hon inte äger verksamheten är hon en av entreprenörerna som driver stället sedan idén kom upp. Jessica Johansson kommer från Höganäs nära Mölle. Hennes pappa var kock och på så sätt fick hon inblick i yrket, detta har påverkat faktumet att hon idag är verksam inom den här branschen. Hon har gått restaurangskola samt jobbat med livsmedel på olika sätt, bland annat som kock, servitris och charkuterist.

När hon födde sina barn var hon anställd på ett ”sju till fyra” jobb och kände att hon ville jobba med något annat. Hon ville inte bara ha obekväma arbetstider, utan även känna en frihet och syssla med vad hon verkligen tyckte om. ”Jag kände att det inte var jag... jag vill kunna identifiera mig med det jag gör, och det kan jag bara göra om jag får vara med och bestämma själv... och det fick jag ju inte innan”. Hon läste in gymnasiebetyg på komvux och utbildade sig därefter till livsmedelstekniker på Campus Helsingborg. Idag är hon alltså med och driver Fyra Vänners Matbutik samtidigt som hon gör annat vid sidan om.

Namnet på butiken kommer just ifrån att det är fyra vänner som äger och (tillsammans med Jessica Johansson) driver den. De ville ha ett personligt stuk på sin verksamhet och kände att namnet lät inbjudande och varmt. Alla fyra har tidigare jobbat på Grand Hotell i Mölle, två gör det fortfarande. En jobbar på restaurang i Ängelholm och en är lärare. Det var i Mölle de lärde känna varandra och började handla med lokala odlare. Mat är något de alla har som gemensamt intresse. Det är en del av deras livsstil som de lever ut genom sin butik. ”Att kunna blanda egen verksamhet med vanligt jobb gör att man känner sig extra fri när man är i butiken.” Dessa är endast en av de inblandades ord, men hon säger också att det är en känsla som hon vet att de alla har. Just att det är

flera goda vänner som driver butiken gör att de tar med sig en del av sitt liv, sin fritid och vänskapsband till arbetet vilket gör det till en ”rolig och avslappnad känsla” som Jessica Johansson uttrycker det.

Detta innebär dock samtidigt att det stundtals kan bli väldigt svårt att skilja på arbete och privatliv. Särskilt då man är i butiken för att jobba och sen samtidigt är goda vänner som dessutom umgås på fritiden. ”Det kan faktiskt bli lite jobbigt ibland” säger Jessica Johansson. ”Men man får själv sätta gränsen. Och oftast är det ju bara kull!”

Gällande arbetets påverkan på familjen tycker Jessica Johansson däremot att det kan bli tufft många gånger när det är extra mycket som ska göras. ”Men när det väl lugnar ner sig tänker man att det är ett privilegium och fruktansvärt roligt att ha ett sådant här ställe.” Jessica Johansson fortsätter: ”Ibland tänker man: å vad skönt med ett ”sju till fyra” jobb, men det blir ju vardag av det med. Och det var ju just det man ville undvika när man kom på idén om det här.” Hade hon väntat hade hon kanske aldrig fått en ny chans, känner hon.

I samband med att butiken öppnades fick vännerna stor hjälp från släkt och vänner. Alla som de kände fick hjälpa till när de skulle ställa i ordning lokalen. Även idag när verksamheten är i full gång får de hjälp utav släkt och vänner när det behövs. Exempelvis med att baka och ta hand om kunder. Så det händer inte ofta att de anställer folk utanför familj eller vänskapskretsarna. Förutom Jessica Johansson och de fyra ägarna arbetar ytterligare två personer i butiken på sommaren. Förra sommaren var den första och då var det genom kontaktnätet anställningen skedde. Men de känner att det är väldigt viktigt att kemin stämmer mellan alla som arbetar tillsammans. Detta eftersom de är så få och då är det viktigt att man trivs ihop.

På vägen från idé till realisering stötte de inte på några större hinder. ”Det skulle i så fall vara hindret att hitta rätt lokal och tillfälle” säger Jessica Johansson. Idag stöter de på hinder hela tiden, men det handlar mest om det ekonomiska planet. ”Första året

gick vi plus minus noll. Det är ju hela tiden hinder och prövningar, men det är ju givande för oss, vi lär oss att förbättra saker som kanske inte var så bra”.

Gällande potentiella hinder i framtiden ser Jessica Johansson en liten risk i att det kan bli svårt att få det att gå ihop ekonomiskt. Till stor del på grund av att det inte fungerar att ha öppet på vintern. De har försökt kombinera butiken med catering. ”Om vi kan få den att gå igång så tror jag att det kan funka.” Annars ser Jessica Johansson inget hinder. Hon känner att de hela tiden utvecklas och har trogna kunder som uppskattar vad de gör och därför kommer igen.

Jessica Johansson upplever sitt arbete som väldigt intressant och spännande. Hon känner inga begränsningar i det hon gör utan bara en enorm frihet. Som exempel på frihet berättar Jessica Johansson om när de köper in fina råvaror och kan göra precis vad de vill med dem. ”Om jag vill prova på att göra ett nytt bröd så är det ingen som kan säga att jag gör fel. Jag kan leva ut mina fantasier, och ingen säger att jag inte får... Det är som konst, och jag har ju lite av en konstsjäl.” Jessica Johansson berättar också att hon känner att butiken verkligen reflekterar hennes identitet. ”Den är ju en del av mig.” Det hon gillar mest med det hon gör, utöver all frihet, är att alla kunder och gäster som kommer är glada och uppskattar det man gör. Vännerna lägger ner väldigt mycket tid på sina produkter, som på exempelvis brödet. ”Det är ett helt hantverk bakom det, och när gästerna verkligen uppskattar det och märker att det inte är ett bröd man kan köpa på konsum blir vi så glada!” Jessica Johansson är tillfredsställd med det hon gör, och väldigt stolt.

## Ebbas Fik

Ebbas Fik är ett av Helsingborgs mest kända café. Trots femtiotals stuket har caféet inte funnits till i mer än nio år.<sup>100</sup> Fiket ägs av Ebba Jarnhag och Henrik Jönsson. Efter skolan började Ebba Jarnhag arbeta på Konsum på Råå, strax utanför Helsingborg, där

---

<sup>100</sup> Jarnhag 2006

stannade hon i några år.<sup>101</sup> Efter det gick hon över till att fullfölja sina drömmar om skrivande, hon blev journalist. I en intervju i dagstidningen Helsingborgs Dagblad, berättar Ebba Jarnhag att hon träffade Henrik Jönsson på en fest på Röda Kvarn i Helsingborg 1991 och att de flyttade ihop dagen efter för att gifta sig fyra år senare.<sup>102</sup> Efter hand som Ebba Jarnhag och Henrik Jönsson ”tröttnade” på sina jobb (Ebba Jarnhag som journalist och Henrik Jönsson som lärare) växte idén om att öppna ett café. De hade jobbat mycket och kände att de inte hade lika roligt som de skulle kunna ha, de ville göra något ”kul”, och för att citera Ebba Jarnhag ”varför ska man ha tråkigt om man kan ha kul?”<sup>103</sup>. I flera år samlade de på prylar från femtiotalet. Ebba Jarnhag säger att hon alltid varit intresserad av femtiotalet, när andra intresserade sig för fotboll eller bilar intresserade hon sig för femtiotalsprylar. I en intervju säger hon ”Jag älskar 50-talet, allt var så snyggt då: formgivningen så cool och respektlös!”<sup>104</sup>. Att Henrik Jönsson också är en femtiotalsentusiast gjorde senare att valet av caféets inredning var självklart.

Det var bekymmersamt att hitta en lokal men med hjälp av Ebba Jarnhags farfar och Hantverksföreningen hittade de den, för dem, ultimata,<sup>105</sup> en före detta klädesaffär<sup>106</sup> på Bruksgatan. Den var i perfekt gammal stil som passade affärsidén om femtiotalssimage. Efter en lättare renovering där bland annat el-dragningar gjordes av Ebba Jarnhags lillebror som är elektriker var de färdiga att flytta in alla prylar de hade samlat på sig. Det var med hjälp av familj och vänner som hela projektet sedan realiserades. All hjälp och planering gjorde dem oberoende av lån.

Ebba Jarnhag och Henrik Jönsson tillbringar mycket tid på jobbet. De har nästan aldrig någon ledig tid, detta är det enda de saknar och som de kan se som negativt med att driva eget – men de klagar inte, de har roligt. Ebba Jarnhag berättar för oss om hur hårt arbete som krävs när man driver eget, när man driver ett café. I intervjun i

---

<sup>101</sup> Helsingborgs Dagblad 2004

<sup>102</sup> Helsingborgs Dagblad 2004

<sup>103</sup> Jarnhag 2006

<sup>104</sup> Sehlin 2004

<sup>105</sup> Jarnhag 2006

<sup>106</sup> Sehlin 2004

Helsingborgs Dagblad säger hon ”Jag vill ha tid för att både köra min scooter från 1955 och min bil, en Hillman Super Minx från 1962!”<sup>107</sup>. Att de är så mycket på caféet gör att det varit viktigt att känna sig hemma på caféet. Femtiotalsstilen är med andra ord inte något som bara präglar fiket utan hela deras liv. De få gångerna de har ledig tid och kommer ifrån jobbet, åker de på loppmarknader för att fynda eller till festivaler där de träffar likasinnade. Deras hem är inrett i samma stil ända på tapeterna som är gamla och fina, självklart daterade från femtiotalet.

Caféet är ständigt i en förändringsprocess. Så fort ett fynd görs på en loppmarknad ersätter det något på caféet. Dessutom har de en liten vindsvrå ovanför fiket där man kan köpa gamla böcker och LP-skivor. Som nämndes tidigare är caféet känt, även utanför stadens gränser. Genom det goda ryktet hör folk talas om fiket och caféet drar idag åt sig mer än lokala gäster, bland annat besöker många danska och tyska turister fiket, berättar Ebba Jarnhag.<sup>108</sup> Fiket beskrivs som det ”coolaste caféet i stan, Grymt mysigt :) perfekt läge shyssta ’innehavare’”<sup>109</sup>. De serverar allt från enorma kakor till enorma toast och hamburgare. Att allt är stort beror på att de ”inte gillar folk som snålar”<sup>110</sup>. Det är så omtalat att om man söker på Internets söksida Google<sup>111</sup> får man över 200 träffar.<sup>112</sup> Man märker direkt hur vana Ebba Jarnhag och Henrik Jönsson är att stå i centrum. De är omnämnda i flera guider som ett ställe man ”måste gå till” för att inte nämna alla tidningsartiklar de är med i. Ebba Jarnhag berättar att deras hem snart ska vara med i ett reportage i en inredningstidning och på dörren till caféet har de satt upp ett femsidigt reportage från tidningen Nostalgibörsen. Caféet är centralt beläget i Helsingborg och är ensam i sitt slag – allt går i femtiotalstema, från möblemang till servis.

---

<sup>107</sup> Helsingborgs Dagblad 2006

<sup>108</sup> Jarnhag 2006

<sup>109</sup> Cint 2006

<sup>110</sup> Jarnhag 2006

<sup>111</sup> Google 2006

<sup>112</sup> Google 2006



## Analys

---

*I denna del utreds senmodernitetens valfrihet, familjekretsen som del av nätverk, arbetet som en förlängning av hemmet och som källa till upplevelse och sammanfattas med de slutsatser vi har dragit.*

---

### Samtida samhällets valfrihet

Dagens samhälle kännetecknas av en valfrihet.<sup>113</sup> Man har alltså idag möjlighet att välja vad man vill göra i livet och hur man vill göra det till skillnad från förr då man var mer begränsad. Man hade oftast ett arbete livet ut. Den som bytte arbete flera gånger ansågs vara en ”hoppjerka”, säger Thora Celik.<sup>114</sup> Senmodernitetens valfrihet återspeglar sig också i valet av vem man vill vara, alltså i valet av identitet. I vårt senmoderna samhälle ses identitet som något man kan ”ta på och av” vid behov, något som är kontextberoende.<sup>115</sup> Denna självidentitet förmedlar man genom val av en viss livsstil. Livsstil är olika rutiner som formar människans vanor och handlingar.<sup>116</sup> Alltså, om man har valt att skapa en viss identitet, och därmed en viss livsstil, handlar man på ett visst sätt som utesluter andra handlingar. Således har alla val man gör med den för tillfället valda identiteten och livsstilen att göra (den senmoderna individen har ju ”öppna möjligheter” för identitetsförändring,<sup>117</sup> och följaktligen ett öppet val av en annan livsstil). På så sätt kan vi säga att när det gäller valet av arbete väljer den senmoderna individen alltså ett arbete som överensstämmer med dennes livsstil och identitet.

Thora Celik bytte arbete i flera år utan att känna sig tillfreds förrän hon valde att byta yrke och öppna Albertsgården.<sup>118</sup> Thora Celik utstrålar värme, hennes kärlek till det

---

<sup>113</sup> Aldridge 2003; Alsmark 1997, Giddens 2002

<sup>114</sup> Celik 2006

<sup>115</sup> se Aldridge 2003:11

<sup>116</sup> Giddens 2002:101

<sup>117</sup> Pedersen 2003:549-551

<sup>118</sup> Celik 2006

gamla går inte att undvika, inte heller hennes starka sociala behov. Allt detta är något som återspeglas i hennes verksamhet. Hennes tidigare rutiner och handlingsmönster (de många sociala aktiviteterna och frekventa loppmarknadsbesöken) utgjorde en helhet som befann sig i konflikt med hennes dåvarande yrkesval. Hon berättar att hon i hela sitt liv har brunnit för en sak: att servera människor på sin fars gård. Det var alltså för att kunna hitta sitt verkliga ”jag”, för att kunna skapa en stark identitet, som hon startade en egen verksamhet. Vi förstår att samtliga intervjupersoner gjorde liknande aktiva val i samband med öppnandet av verksamheterna. Valet föregicks av obalans mellan deras personlighet och arbete. Jessica Johanssons ord är ett annat tydligt exempel på detta: ”[...] jag vill kunna identifiera mig med det jag gör, och det kan jag bara göra om jag får vara med och bestämma själv... och det fick jag ju inte innan”<sup>119</sup>. Det var då hon bestämde sig för att göra något annat. Jessica Johansson berättar om hur hon genom engagemanget i den nya verksamheten kan leva ut sin fantasi i sin matlagning. Hon berättar om sin ”konstsjäl” som hon längtade efter att tillfredsställa. Fyra Vänners Matbutik har verkligen hjälpt henne att utveckla den kreativa och spontana sida som hon inte kunde leva ut på sina gamla arbetsplatser.

En ytterligare intressant illustration på samband mellan vad man vill göra och hur man väljer att göra det, alltså på ett aktivt och fritt val, är Ebba Jarnhag som berättar hur hon ville göra något kul, något som mer stämde överens med hennes personlighet. Hon fick som journalist inte utrymme för sin passion. Hennes starka längtan efter frihet, möjlighet att få utlopp för sin energi, att leva ut sitt intresse för femtiotalet, sin glädje och sprallighet, trodde hon att hon skulle få uttrycka i yrket som journalist, men så blev det inte. Hennes personlighet och yrkesval stred mot varandra. Hon trivdes inte med denna konflikt och eftersträvade något som kunde spegla hennes personlighet. Genom att plocka olika ”pusselbitar” från femtiotalet återskapade Ebba Jarnhag en sorts hyperrealistisk värld (en så kallad simulerad verklighet<sup>120</sup>, eller en virtuell realitet som uppstår där både tid och rum försvinner<sup>121</sup>). I detta återskapande gjorde hon ett medvetet urval, anser vi, då hon endast tog med de bitar som hon ansåg stod för det

---

<sup>119</sup> Johansson 2006

<sup>120</sup> Edvardsson, Enquist & Johnston 2005

<sup>121</sup> Nuryanti 1996

positiva med just den epoken. På så sätt kan vi konstatera att hon har valt att leva i en sorts femtiotalillusion som härstammar ur hennes personlighet och som spelar stor roll i identitets- och livsstilsskapandet. Gällande hennes urval kan man anmärka på att hon inte tog med vissa mindre positiva kopplingar till epoken. Synen på kvinnor (kvinnans roll som hemmafru) har hon exempelvis inte tagit med, och orsaken till detta tror vi vara att det inte stämmer överens med det hon är. Vi får känslan av att Ebba Jarnhag är en energisk, självmedveten och stark kvinna, därför tror vi att hon valde bort det.

Något som återspeglar de fyra individernas identitet, som vi alltså kan se, är deras oerhört starka längtan efter frihet och deras behov av att kunna leva ut sina genuina intressen både på fritiden och på arbetet. För att skapa ny (eller förändra befintlig) identitet bröt de upp med sina gamla rutiner, de fick därmed frihet och kunde leva ut sina intressen. Följaktligen kunde de identifiera sig med sina yrkesval i och med att de skapade sina arbeten själva, vilket var viktiga byggstenar i deras identitets- och livsstilsskapande. Deras nuvarande arbeten kan vi se som deras livsprojekt som de alltså har förverkligat för att kunna skapa sin identitet. Detta kan vi inte se som något nytt då det snarare är något traditionellt.

Mot bakgrund av de möjligheter som finns idag, alltså att fritt kunna välja, kunde således intervjupersonerna byta till något som överrensstämde med deras personlighet. Viljan att ha en stark identitet, att hitta sitt verkliga jag är inte något som kännetecknar senmoderniteten (detta är kännetecknande för tidiga moderniteten), härifrån problematiken – det fria och aktiva valet av identitet och identitetsförmedling med ”öppna möjligheter” och förverkligandet av jaget och den starka identiteten.

Som vi tidigare betonat skapades den tidiga moderna identiteten utifrån sociala roller och normer vilket alltså gjorde att den var ”fast” och stabil. Den senmoderna identiteten däremot, skapas utifrån fria livsstilsval och symbolisk konsumtion. Våra intervjupersoner har alla gjort ett fritt aktivt val av det de ville vara. Dock ser vi inte att

de önskar ha ”öppna möjligheter”<sup>122</sup> att förändra sin identitet. De har hittat varsin väg att leva sina liv och säger sig inte vilja ändra på någonting, de trivs väldigt bra med det de gör och därmed med det de är, vilket framgår ganska tydligt i intervjuerna. Våra intervjupersoner eftersträvade och skapade just en stabil och ”fast” identitet. Det här med ”ta på och av” som kännetecknar vårt samtida samhälle stämmer alltså inte överens med våra undersökningar. Vi kan således se en sorts problematik här. Vi kan urskilja vissa drag från både förr och nu när det gäller identitetsskapande och valet av livsstil hos våra intervjupersoner.

## Familjekrets som del av nätverk

Entreprenörskapet kännetecknas ofta av ett stort risktagande.<sup>123</sup> Det är delvis därför det är viktigt att en individs personliga nätverk existerar redan innan man lanserar affärsprojektet. I det personliga nätverket förstärks entreprenörens självtillit vilket kan innebära att känslan av risktagande reduceras.<sup>124</sup> På så sätt kan vi säga att det sociokulturella nätverket<sup>125</sup> spelar stor roll i formandet av identitet. Ett exempel är Jessica Johansson som har påverkats av sitt sociokulturella nätverk. Hennes närmaste vänner är kockar som delar hennes strävan efter frihet och efter att ha känt varandra i flera år har de influerat varandra. På samma sätt kan vi förstå att hennes pappa, som i flera år arbetade som kock, påverkade hennes ”konstnärliga” attityd till matlagning. Därmed vill vi påstå att Jessicas Johannsons sociokulturella nätverk delvis lade grunden för hennes strävan efter en viss identitet. Ebba Jarnhags familj är, precis som hon, femtiotalfantaster. De många loppmarknads- och festivalbesöken har funnits länge i hennes familj och har därför på ett naturligt sätt påverkat hennes formande av identitet.

Betydelsen av olika nätverks karaktärer ser olika ut beroende på vilken typ av entreprenör det gäller. Vi kan tänka oss att det finns en skillnad mellan

---

<sup>122</sup> Pedersen 2003

<sup>123</sup> Europeiska Gemenskapernas Kommission 2006

<sup>124</sup> Johannisson 2005

<sup>125</sup> Törnqvist 1998

caféverksamhetens natur och mellan en högteknologisk verksamhet som exempelvis kräver mycket större kapitalinvestering. Det handlar om olika nätverk – det externa personliga nätverket med affärsförbindelser, kan vi tänka oss, har större betydelse för högteknologiska verksamheter (hitta de rätta kunderna, de bästa leverantörerna etcetera) medan ett nätverk bestående av familjekretsen är det viktigaste nätverket för caféverksamheter. Vi ser exempelvis att våra intervjupersoner inte har behövt ett stort kapital för att starta verksamheterna – exempelvis har Britt-Inger Stolt behövt ta ett lån på endast 25 000 kronor<sup>126</sup> – men däremot har de behövt stor hjälp av familjekretsen. Trots att det inte handlar om så stora kapitalinvesteringar anser vi att dessa livsstilentreprenörer tar en stor risk i samband med öppnandet av verksamheterna. Det kan handla om inkomstbortfall och personlig katastrof, ifall de inte lyckas. Förmågan de har haft att kunna starta eget utan att gå i konkurs (och därmed undvika den personliga katastrofen) kommer, tycker vi oss se, från stödet från det personliga nätverket och livsstilentreprenörernas starka önskan om att skapa en identitet och leva ut sin livsstil.

Våra intervjupersoner berättar hur de nyttjat sina personliga nätverks, familjekretsarnas, resurser. Affärsprojekten hade antagligen aldrig kunnat ha realiserats utan nätverkens existens.<sup>127</sup> Albertsgården är Thora Celiks barndomshem som Risko Celik, hennes man, har byggt om till ett café, med andra ord är det tack vare familjekretsen som den drömmen har kunnat bli sann. Hennes vänner sedan tiden hon jobbade på hälsovårdmyndigheten tillhör också det sociokulturella nätverk som har hjälpt henne med verksamheten. Efter något år utvidgade Thora Celik även sitt nätverk till att innefatta affärsmässiga förbindelser såsom marknadsföringsansatser i lokala kartguider och broschyrer. Detta är alltså ett tydligt exempel på hur entreprenörens nätverk till en början huvudsakligen (givetvis beroende på verksamhetens natur) består av familjekretsen och går sedan över till att omfatta bredare intressenter i det externa nätverket.<sup>128</sup>

---

<sup>126</sup> Stolt 2006

<sup>127</sup> jmf Johannisson 2005

<sup>128</sup> Landström 2000:111

Ebba Jarnhag har också utnyttjat sitt sociokulturella nätverk på ett praktiskt sätt. Det är tack vare sin familj som hon bland annat har kunnat få tag på lokalen och har kunnat få den renoverad utan allt för stora kapitalkostnader. Inom cafébranschen ser vi alltså att det är lätt att ta steget till att starta en egen verksamhet då man tenderar få stor hjälp av det personliga nätverket som reducerar riskerna. Det sociokulturella nätverket, eller snarare en del av det, familjekretsen, kan alltså vara en betydelsefull faktor (tillsammans med längtan efter att förmedla sin identitet och att leva ut livsstil) i att få en dröm att bli verklighet. Vi ser hur väsentliga nätverken har varit för våra intervjupersoners möjlighet att förverkliga startandet, samt drivandet, av verksamheterna.

Sammanfattningsvis kan vi säga att de har fått ett sorts teknologiskt stöd (på ”cafénivå”), en experthjälp som är viktig för just deras verksamheter (allt från hur man bakar pajer till juridisk rådgivning). Tack vare att caféägarna är duktiga på att mobilisera resurser från det personliga nätverket har de fått tillgång till det kommersiella nätverket (såsom kunder, leverantörer, eller att omtalas i guideböcker och tidningsartiklar). De blir på så sätt en del av det framväxande globala nätverksamhället<sup>129</sup>. Vi kan alltså konstatera att det är genom det traditionella nätverket (familjekretsen, som inte är något nytt) som de har fått tillgång till de större kommersiella nätverken (som är mer ”nya”, ”globala” på en liten skala). Vi kan alltså se att problematiken ligger i att våra intervjupersoners nätverk innehåller kännetecknande element för både det traditionella och det samtida samhället.

## Förlängning av hemmet

I föregående avsnitt påvisade vi hur intervjupersonerna har haft stor nytta av familjekretsen i byggandet av verksamheten. Det personliga nätverket har också påverkat att gränsen mellan arbete och fritid har blivit diffus.<sup>130</sup> Utifrån intervjuerna ser vi att entreprenörernas familjer och vänner fortsätter att hjälpa till än idag. Dessutom kommer de till caféerna även då det inte behövs någon hjälp. Att fika blir en naturlig

---

<sup>129</sup> se Castells i Törnqvist 1998

<sup>130</sup> Jmf Bauman 1999; Johannisson 2005

del av vardagen – ”då kan man bara ta det lugnt och fika gott”, säger Britt-Inger Stolt<sup>131</sup>. Cafégåarna med respektive familjer och vänner firar familje- och andra högtider på caféerna. Som Britt-Inger Stolt säger: ”Det har också hänt några gånger att familjen har firat födelsedagar på caféet... det är ju som ett hem för dem också”<sup>132</sup>. Exempelvis firar Thora Celik och Britt-Inger Stolt högtider och familjemiddagar på sina respektive café. De tar alltså det privata, hemmet, till arbetsplatserna. Arbetet kan alltså även inkludera familjen.<sup>133</sup>

Arbetstiden blandas med fritiden också på andra sätt. Exempelvis berättar Britt-Inger Stolt om hur mycket hon jobbar. Hon kan inte ens räkna hur många timmar i veckan det blir. Hennes man och barn hjälper henne ofta, både med räkenskaper och med kakkbak. Vi ser hur hennes arbete och fritid går in i varandra. Denna tendens hittar vi hos samtliga intervjupersoner. Jessica umgås, till exempel, ofta med de fyra vännerna utanför cafémiljön då de diskuterar olika recept, förslag på uppdukningar, meny och servering. Även för Ebba Jarnhag har gränsen mellan hobby, fritid och arbete blivit suddig. Det som tidigare var hennes hobby har nu blivit något som hon tjänar pengar på. Hon spenderar fritiden på loppis där hon letar fynd till caféet och till hemmet – är det en sorts fritidsaktivitet eller en arbetsyssla? När familjen Jarnhag-Jönsson, åker på festivaler är det för att få inspiration både för sig själva och för jobbet. Den diffusa gränsen mellan arbetet och fritiden framhävs även då de tvingas att ta med sig sin relation till arbetsplatsen, de är tillsammans hela tiden, både på jobb och på fritid. Detta tycker vi är ett av de bättre exemplen på den suddiga gränsen mellan arbete och fritid.

Sammanfattningsvis ser vi att de fyra intervjupersonerna är väldigt lika. Det finns ingen klar gräns mellan arbete och fritid. Antingen tar man arbetet till fritiden eller så tar man fritiden till arbetet. Detta gäller både tidsmässigt, socialt och mentalt. Tidsmässigt då man jobbar mer än många andra, man jobbar när andra har sin fritid. Socialt då man tar med familj och vänner till arbetsplatsen och tar med sig arbetsplatsen hem till familjen. Mentalt då man har svårt att släppa jobbet från tankarna, eftersom man har

---

<sup>131</sup> Stolt 2006

<sup>132</sup> Stolt 2006

<sup>133</sup> jmf parker 2002

varit på jobbet hela dagen fortsätter man gärna tänka på det och planera även när man kommit hem. Så som Britt-Inger Stolt säger blir caféet ”ett sätt att leva”<sup>134</sup>. Vi har också kunnat se en tendens till att det finns en suddig gräns mellan hobby och arbete (jämför med Ebbas festivals- och loppmarknadsförkärlek). Samtidigt förstår vi att det är verksamhetens natur som förutsätter att man är beredd att sudda ut gränserna.

## Arbete som källa till upplevelse

Bauman skriver att det är strävan efter upplevelser i arbetet som kännetecknar dagens konsumtionssamhälle.<sup>135</sup> Upplevelserna ska gärna vara storslagna och ”konstnärliga”. Arbetet är källan till stolthet och förhöjd självkänsla. Variation, spänning och äventyr är mått på ett bra arbete idag. Vi förstår att intervjupersonerna inte kände att de fick några ”storslagna” upplevelser på de tidigare arbetsplatserna. Vi kan även se skillnaden mellan hur varmt de pratar om det de gör nu och hur de pratar om det de gjorde tidigare. Exempelvis säger Britt-Inger Stolt att hon var nöjd som barnmorska men att det kanske inte riktigt var det hon ville göra, hon kände sig inte tillfredsställd med det hon gjorde då. Idag säger hon att hon mår bra och beviset är att hon inte har varit sjuk en enda gång sedan hon öppnade caféet. Detta uttalande ser vi bygger på en outtalad mening om att hon var sjuk oftare förr. Författaren Sundin skriver att sjukskrivningar och utbrändhet har ett tydligt samband med byråkratiska organisationer där människor inte har möjlighet att utvecklas eller agera.<sup>136</sup> Utifrån Sundins ord applicerat på detta fall kan vi dra slutsatsen att det bland annat är handlingsfriheten i den egna verksamheten som kan vara en direkt orsak till att Britt-Inger Stolt mår bättre idag (tidigare jobbade hon ju på Helsingborgs lasarett).

Intervjupersonerna säger att de känner sig stolta över vad de gör vilket de inte kunde vara innan de öppnade verksamheterna. Deras narrativ säger oss att de är stolta över att de har åstadkommit så mycket, att deras verk har blivit erkänt. De finns med i guideböcker över Sverige, deras recept har blivit efterfrågade, men framförallt är det

---

<sup>134</sup> Stolt 2006

<sup>135</sup> Bauman 1999

<sup>136</sup> Sundin 2004:16



uppskattningen gästerna visar som påverkar dem positivt. Caféerna har återkommande gäster, några som de lärt känna personligen, och detta tycker entreprenörerna är väldigt spännande. De tycker även att det innebär, förutom spänning, variation att driva ett café. De har många olika sysslor som måste skötas – allt från möte med gäster och kreativ marknadsföring (exempelvis utstickande reklam och annonsutformning) till bullbak och städning. Även om vi kanske inte alltid kan tycka att det är spännande att stå och arbeta i ett café från morgon till kväll, så är det något som tillfredställer *dem*. Livsstilsentreprenörerna uppfattar det på ett helt annat sätt, det är deras liv och intressen, det är deras drömmar som har gått i uppfyllelse. Jessica Johansson säger att hon ser matlagning som ett konstverk där hon får möjlighet att tillfredsställa sin estetiska hunger.

Sammantaget ser vi att det gemensamt för de fyra entreprenörerna är att de har fått en dröm att gå i uppfyllelse, får visa sin nyskapade självidentitet och leva ut sin livsstil, därför är de mycket tillfredsställda och nöjda med vad de gör. Förutom att de själva berättar om att de trivs med den valda sysselsättningen får vi intrycket av det verkligen stämmer genom att tillfredsställdheten återspeglas i deras sätt att prata om det, deras sätt att värna om kunderna, och i stämningen på caféerna. Utifrån vår analys kan vi säga att de fyra entreprenörernas arbeten för dem kan ses som en källa till upplevelser och stolthet. Detta anser vi överensstämmer med den teoretiska synen på arbetet i dagens samhälle.

## Slutsats

I vår analys har vi alltså kunnat påvisa hur livsstilsentreprenörskapet kan kopplas till de flesta dragen som kännetecknar dagens samhälle. Men några element som livsstilsentreprenörskapet kännetecknas av är inte nya – ”fast” identitet och livsstil, samt familjekretsen som traditionellt nätverk. Visserligen har livsstilsentreprenörerna tidigare gjort ett aktivt fritt val av identitet och livsstil men de eftersträvar inte längre ”öppna möjligheter” att förändra identitet och livsstil (kännetecknande för senmoderniteten) utan vill ha dessa ”fasta” och stabila (vilket står för den tidiga

moderniteten). Livsstilsentreprenörernas familjekretsar som traditionella nätverk (inte särskilt nytt) har stor betydelse för dem inte minst när det gäller att få tillgång till de globala nätverken (kännetecknande för den senaste utvecklingen av vårt samhälle). Vi har alltså visat på verksamheternas komplexitet – att de lånar drag från olika håll. Livsstilsentreprenörer kännetecknas inte enbart av nya element utan även av element från det traditionella och tidiga moderna samhället.

Det fanns en stark längtan efter frihet hos entreprenörerna som gjorde att de ville förändra sina (eller skapa nya) identiteter och förmedla dessa genom valda livsstilar. Längtan efter frihet och intolerans mot alla former av hierarki<sup>137</sup> är något som är relativt nytt i samhället. Att skapa identitet genom arbete är också något som kännetecknar vårt samhälle idag.<sup>138</sup> De gjorde också ett aktivt val då de förändrade sina liv och förverkligade sin önskan om frihet och storslagna upplevelser. Entreprenörernas verksamheter kan ses som källan till upplevelser och stolthet. Men det har dessutom inneburit att de har haft mindre tid över för andra aktiviteter. Det har blivit en diffus gräns mellan arbete och fritid. Våra livsstilsentreprenörer säger sig trots det vara nöjda och tillfreds med sina val av arbete.

Genom att undersöka våra livsstilsentreprenörer kan vi se att livsstilsentreprenörskapet inte riktigt kan sägas vara ett helt nytt fenomen. Begreppet livsstilsentreprenörskap karaktäriseras i och för sig av en hel del nya utvecklingsdrag men skulle inte ha kunnat existera utan somliga ”gamla” element från det tidigt moderna och det traditionella. Mot bakgrund av ovanstående blir vår huvudsakliga slutsats att livsstilsentreprenörskapet inte kan ses som ett helt nytt fenomen.

---

<sup>137</sup> Pedersen 2003:549

<sup>138</sup> Parker 2002:57

## Avslutande Del

---

*I detta avslutande kapitel binder vi samman uppsatsen genom att lyfta fram det mest väsentliga som framkommit ur vår studie i förhållande till syfte och frågeställning. Avslutningsvis gör vi mer övergripande tolkningar och drar mer långtgående slutsatser utifrån vår undersökning.*

---

## Diskussion

Det som fångade vårt intresse var den starka kontrasten mellan stora kedjor och privatägda mindre verksamheter som har startats av livsstilsentreprenörer. Begreppet introduceras i Shaws<sup>139</sup> och Ateljevic och Doornes<sup>140</sup> artiklar. Livsstilsentreprenörer drivs av en inre vilja av att forma och förmedla sin fritt valda identitet genom sin livsstil. Det fria valet är också något som kännetecknar dagens samhälle där man har ett fritt val av att bland annat välja identitet och livsstil. Vi har undersökt om livsstilsentreprenörskapet kan ses som ett nytt fenomen genom djupintervjuer med fyra caféägare. Vi har därigenom kunnat påvisa verksamheternas komplexitet då de lånar drag från olika håll. Genom att utgå från konkreta caféer har vi bidragit med kunskaper om verksamheternas komplexitet och relation till de olika samhällsepokerna som kan användas som underlag för vidare forskning också inom andra branscher.

Vi har bland annat kommit fram till att entreprenörerna har drivits av en önskan att förändra sin identitet och livsstil. Vi antar att det finns fler personer som har en önskan av att förändra sin identitet och livsstil, att det finns fler som inte trivs med situationen de befinner sig i. Det är långt ifrån alla dem som drivs av denna önskan som blir entreprenörer. Vi påstår även att det är lätt att ta steget in i denna bransch eftersom man inte måste satsa lika mycket som i andra branscher. Men att ta det här steget kan vara stort, allt beror på hur individen uppfattar det. Det är alltid osäkert att starta en ny

---

<sup>139</sup> Shaw 2004

<sup>140</sup> Ateljevic & Doorne 2000

verksamhet och vi tror att det krävs mer än det vi kommit fram till för att våga satsa. Det räcker inte bara med det sociokulturella nätverket, inte bara med önskan om förändring, viljan att kunna uttrycka sig mer fritt, det måste finnas något mer. Detta är något som vidare kan undersökas i framtida forskning.

Vi tror dessutom att trots att man är beredd på att arbeta mycket, beredd på att gränsen mellan arbetsliv och privatliv kommer att bli mer diffus, kan man aldrig veta hur det kommer att bli. Att starta en egen verksamhet innebär stora förändringar som man inte kan förbereda sig nog inför. Det finns säkerligen tusentals olika exempel på misslyckande försök till livsstilsentreprenörskap – flera som försökt förverkliga sina drömmar men inte har klarat av det. Företagen vi undersökt har varit exempel på verksamheter, inom cafébranschen, som lyckats hålla sig kvar på marknaden.

Frågan om livsstilsentreprenörerna fortfarande är entreprenörer idag kan möjligen uppstå. Entreprenörer i sig sägs ju vara innovativa, det vill säga komma med nya idéer och projekt hela tiden och förverkliga dem. Men när livsstilsentreprenörerna väl har hittat sin nisch väljer de att behålla det så och inte förändra någonting. Detta skulle kunna betyda att de växer ifrån entreprenörrollen till att endast bli verksamhetsägare. Men livsstilsentreprenörer motiveras inte enbart av ekonomiska faktorer, de genomför inte olika projekt för att erhålla så stora vinster som möjligt. De har valt att leva ut livsstilen genom verksamheterna och därmed lever de, flera år efter grundandet av verksamheterna, trots allt kvar i rollen som entreprenörer – livsstilsentreprenörer.

Att livsstilsentreprenörer inte drivs av ekonomiska faktorer tror vi är något man ska ta med en nypa salt. Ekonomiska faktorer är ett ”måste” i dagens samhälle, något som alla drivs av på ett eller annat sätt. Dock kan vi se att de prioriterat andra faktorer som de drivs mycket starkare av, som längtan efter frihet. ”Att tänka rätt är stort, att handla fritt är större”<sup>141</sup>.

---

<sup>141</sup> Johannisson 2005:27

## Referensförteckning

### Muntliga källor

Celik Thora (2006-04-28) ägare av Albertsgården, intervju i Farhult.

Fritzin Klara (2006-06-14) representant för EspressoHouse Stureplan, Stockholm.  
Telefonintervju från Helsingborg.

Jarnhag Ebba (2006-04-03) delägare av Ebbas Fik, intervju i Helsingborg.

Johansson Jessica (2006-04-27) representant för Fyra Vänners Matbutik, intervju i Mölle.

Stolt Britt-Inger (2006-04-12) ägare av Café Annorledes, intervju i Helsingborg.

### Elektroniska källor

Albertsgården (2006-08-14) *Kaffé och Bed & Breakfast*: <http://www.albertsgarden.se/>

Cint (2006-08-14) *Ebbas Fik*:  
[http://www.cint.se/sweden/asp20/Leaf.asp?id=63050&LastJudgement\\_ID=97319](http://www.cint.se/sweden/asp20/Leaf.asp?id=63050&LastJudgement_ID=97319)

Ebbas Fik (2006-08-14) *Ebbas Fik! 50-talscafeet mitt i Helsingborg*:  
<http://www.ebbasfik.se/>

Europeiska Gemenskapernas Kommission (2006-04-25) *Grönbok Entreprenörskap i Europa*:  
[http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green\\_paper/green\\_paper\\_f  
inal\\_sv.pdf](http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green_paper/green_paper_final_sv.pdf)

Fyra Vänners Matbutik (2006-08-14) *Fyra Vänners Butik*:  
<http://www.fyravannersmatbutik.se/>

Google (2006-04-02) Sökning på "Ebbas Fik":  
[http://www.google.se/search?hl=sv&q=%22Ebbas+Fik%22&btnG=Google-  
s%C3%B6kning&meta](http://www.google.se/search?hl=sv&q=%22Ebbas+Fik%22&btnG=Google-s%C3%B6kning&meta)

Sehlin, M (2004-07-22) *50-talsnostalgi till kaffet*.  
<http://www.skantrafiken.se/informationroot/RAKAVAGEN/87714/rakavagen.pdf>

Nutek (2006-04-25) *Skolans Entreprenörsbok* <http://www.nutek.se>

Nutek (2006-06-17) *Vad är entreprenörskap* <http://www.nutek.se/sb/d/123>

## Litteratur

- Aldridge, A (2003) *Consumption*. Cambridge: Polity Press.
- Alsmark, G (red.) (1997) *Skjorta eller själ? : kulturella identiteter i tid och rum*. Lund: Studentlitteratur.
- Ateljevic och Doorne, I & Doorne, S (2000). Staying Within the Fence: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol 8, nr 5. s.380.
- Bauman, Z (1999) *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen*. Göteborg: Daidalos AB.
- Boje, D M (2001) *Narrative methods for organizational and communication research*. London: Sage.
- Edvardsson, B; Enquist, B; Johnston, R (2005) Cocreating Customer Value Through Hyperreality in the Prepurchase Service Experience. i: *Journal of Service Research*. Sage 8:2:149-161.
- Giddens, A (2002) *Modernitet och självidentitet. Självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos AB.
- Giddens, A (2003) *Sociologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Helsingborgs Dagblad* (2004-06-02), Drömmen blev verklighet. 2004-06-02:38
- Johannisson, B (2005) *Entreprenörskapets väsen*. Lund: Studentlitteratur.
- Kvale, S (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Landström, H (2000) *Entreprenörskapets rötter*. Lund: Studentlitteratur.
- Nationalencyklopedins ordbok (2004) Göteborg: Språkdata; Höganäs: Bokförlaget Bra Böcker AB.
- Nuryanti, W (1996) Heritage and nationalism: gender and the performance of power, i: Crouh, D (red) *Leisure/ tourism geographies*. Routledge, London.
- Parker, M (2002) *Against management : organization in the age of managerialism*. Cambridge: Polity Press.
- Pedersen, P P (2003) En postmodern nutid?. i: Andersen, H & Kaspersen L B (red.) (2003) *Klassisk och modern samhällsteori*. Lund: Studentlitteratur.

- Shaw, G (2004) *Entrepreneurial Cultures and Small Business Enterprises in Tourism*, i:  
Lew, A A, Hall, M & Williams A M (2004) *A Companion to Tourism*. Blackwell  
Publishing.
- Sundin, E (2004) *Små företag – lösning på vad och för vem?*. i: Ericsson, D (red) (2004) *Det  
oavsedda entreprenörskapet*. Lund: Academia adacta.
- Törnqvist, G (1998) *Renässans för regioner*. Stockholm: SNS förlag.
- Watson T J (1994) *In search of Management. Culture, chaos and control in managerial work*.  
London and New York: Routledge.
- Wrigley, N & Lowe, M (2002) *Reading retail – A geographical perspective on retail and  
consumption and spaces*. London: Arnold.