

The X

Begynnelsen av sommeren, kvelden er kommet og annonsen til KLP blir oppdaget. Ide? Konkurransen? Denne muligheten må tas med til Tokyo denne sommeren for å hente inspirasjon. Start alltid i Tokyo. Per skrivende stund er ideen ferdig skissert.

09.september.2018 – Oslo

Introduksjon (Hvorfor?):

Dagens samfunn ivaretar kun deres *personlige* interesser og mål. Den gjennomsnittlig person i Norge lever fra dag-til-dag, så måned-til-måned. Noen lever fra lønn-til-lønn. Mennesker med kompetanse, nettverk, muligheter og karismatiske personligheter får muligheten til å gjøre noe større enn dem selv. Hva med resten av befolkningen? Disse får sjeldent muligheter, de må lage eller grave etter dem.

Ruter AS inngår kampanje på bussene hvor de signaliserer at mennesker ønsker en hilsen og føler seg ensomme i rush-tiden, dette gjør de ved hjelp av plakater. Den yngre generasjonen signaliserer på sosiale medier- og ved hjelp av unge partier at de har visjoner, drømmer, mål og ideer. Media signaliserer alltid mangelen, etterspørselen og negativiteten ved byen vår, selv landet vårt.

Til tross for alt dette, hvor er resultatene? De solide resultatene som folk i dagliglivet snakker om? De eksisterer ikke. Ikke enda. Eneste milepæl som er oppnådd; 2018, Norge er det første landet i verden til å *forby* avskoging.

Hvem?:

Norge styres av en cocktail fylt med kapitalisme, sosialisme, utdanning, eksport, politikk, monopoler med mangel på konkurranse og for all del arbeidsmarkedet. Vi har også kjærlighet, militæret, ski og kvikklunsj, den norske bonden og fjordene. Gang på gang blir vi kåret til et av de lykkeligste stedene å leve i. Allikevel er det nesten en dobling i antall pensjonister som flytter ut, stadig flere unge som vil reise internasjonalt og flere som stadig ser etter karrierer og drømmer utenfor våre grenser. Hva er da mangelen?

Det er veldig simpelt. Vi mangler;

- ✚ Muligheter. Kreativitet og muligheter. En stimulerende generasjon, kanskje et stimulerende marked? Det vet ingen. Ikke enda.

Her er løsningen som ingen tør å tilstå eller fullføre:

Det nye bygget BG14B er planlagt oppstandelse mid-2020. Det gode resultatet ved en slik bygning i denne høyden er frigjørelsen av masse ledig tomt og areal i nærområdet. Dette er et klokt valg, på samme måte som Japanerne bygger alt fra bygg og badekar smalere i bredden, men høyere i høyden. " *Man skal alltid tenke på andre og utnytte kapasiteten og ressursene sine* " sier noen av de 127mill menneskene fra et land som er geografisk mindre enn Norge. Endelig gjøres

det noe samfunnsnyttig i Oslo. Klp la frem på annonser at de ikke ønsker flere rooftop-barer, restauranter og VIP-fester, men noe samfunnsnyttig.

Da anbefaler jeg sterkt å overlate toppen til en helt ny generasjon og bedriftsform kalt The X.

Konseptet er kompleks, vi overlater hele toppen til å drives av et samlet team med internasjonal bakgrunn. Hva disse har tilfelles er; alle tilhører millennial generasjonen. En yngre, men solid generasjon som tar over verden med innovasjon, nyskapning, kreative ideer og for all del mot til gjennomføring.

Stedet kalles for The X, for en X symboliserer gjerne det ukjente i den matematiske verden, en markering på et sted som i skattekart og fortellinger. Vi har lenge lett etter den hypotetiske *planet X* som jeg mener er vår egen planet. Vi er så opptatt av det ukjente at vi leter etter en hypotetisk planet når vår egen trenger vedlikehold.

Derfor skal The X gjøre noe veldig unikt. Virksomheten skal styres av en yngre generasjon med oppgaver som å løse ukjente og kjente verdensproblemer, samle kompetente ideer og kreative sjeler verden rundt. Et hotell lokale i samme bygg stimulerer til muligheter for internasjonal samling og konferanse. Vi skal være et sted åpent for alle, i alle klasser, kategorier, aldre og bakgrunner. Alle ideer skal bli hørt, selv en første klassing med en god ide blir tatt på alvor.

Med slike fasiliteter kommer et stort ansvar, en ny generasjon som befinner seg på toppen av Oslos høyeste bygg kommer til å føle dette presset. Når politikere, bedriftseiere, lønnstakere og drømmere ser opp på dette bygget, symboliserer alle i denne toppetasjen noe viktig. Det er den nye generasjonen som skal ta over neste kapittel, og dette gjør de på sin egen måte. Enten skal folk se på dette med stolthet eller sjalusi, men en ting er sikkert. Dette blir en helt ny form for internasjonal og samfunnsnyttig business.

En gruppe som jobber med problemer som bistand i naturkatastrofer, innsamlinger via nett, problemløsninger, kreativ skapning av nye bedriftsformer, karrierer, historier og kunst skal stimulere til motivasjon hos nye personer og generasjoner til å ta en del av denne nye formen. Ikke alt må være A4 eller 09-17 jobb. Det er klare eksempler på dette i den nye verden:

Digitale valutaer får verdier høyere enn gull, høyesteretten endrer lovverk pga modernisering/digitalisering, bedrifter flytter fra fysiske lokaler til "*opp i skyene*", ungdom under 18-årene blir millionærer, lærde uten utdanning innoverer produkter og innovasjoner som redder verden, kreative sjeler gir internett til India osv. osv. osv... Hvem har mer kompetanse, interesse og forståelse over denne nye verden enn den nye generasjonen? Ingen. Derfor skal denne ideen skape historie for Norge som et grønt, rikt, ressurs basert og snart innovativt land som markerer en tydelig X på verdenskartet. Casey Neistat siterer; *I denne nye verden, er det ingen som vet noen ting.*

The X er simpelt en ny type virksomhet. Vi løser problemer, vi fremmer kreativitet og innovasjon og tar imot alle ideer. Ingen møtebooking, kun drop-in. En gruppe millennials skal koble opp folk og ideer raskere enn enhver investor, bedrift eller oppstartslos klarer å gjøre.

Konseptet er inspirert av den vedlagte video (Youtube-lenke). Er det fortsatt ikke klart hva dette dreier seg om betyr det kun to ting: Dere trenger oppdatert kunnskap, eller vi trenger å ta en prat sammen snarest. Vi ses.

- Alexander