

Tidskrifter

→ Hängivenhetens plats

Nöjesfabriken

Nöjesfabriken

Jag är uppväxt i Karlstad. Där finns en stor nattklubb som heter Nöjesfabriken.

I andra städer hade man kallat den “Fabriken”. Men inte i Karlstad. Där kallas den “Nöjes”.

Det låter lite fånigt först. Men tänker man efter så är det ganska rimligt.

Det är inte längre den mekaniska fabrik som byggnaden en gång rymde. Det är en plats för nöjen.

Klart det kallas “Nöjes”.

Minns det.

Skuld

Skuld

Ett vanligt begrepp i min värld – tekniken – är **teknisk skuld**.

Man bygger system som fungerar här och nu, men utan rätt struktur blir systemen svårare och svårare att utveckla över tid.

Man skjuter problem framför sig.

Och till slut blir varje liten förändring onödigt dyr.

Skuld

På samma sätt kan organisationer bygga upp något man kan kalla **konceptuell skuld**.

Man fortsätter göra saker som man alltid har gjort – men utan att längre riktigt veta varför.

Strukturerna finns kvar. Affären rullar – inte riktigt lika bra som förr, men ändå. Riktningen däremot blir allt mer oklar.

Jag tror att stora delar av tidskriftsbranschen tyvärr fortfarande befinner sig där.

Inte för att viljan saknats – utan för att idén om **varför man finns** inte riktigt har överlevt de senaste åren.

Minns det.

Tidskrifter

Tidskrifter

Tidskrifter. Vad är det 2026?

I många år har vi betonat andra delen av ordet: skrifter.

Innehåll. Publicering. Format.

Men kanske borde vi – som i Karlstad – titta på första delen.

Tid

Tid

Tid.

Tid är ert anspråk.

Tid är det ni ber om.

Och tid är det människor upplever att de har minst av.

Så hur fyller man tid i en sådan värld?

Förmodligen inte genom fler **skrifter**.

Utan genom att erbjuda något som är värt att stanna i.

Hängivenhet

Hängivenhet

Och det är här det blir intressant.

För människor saknar inte vilja att ägna tid.

De letar efter platser och sammanhang att lägga den.

Att fördjupa sig.

Att nörda ned sig.

Att bli bättre, klokare – mer sig själva.

Och ja – även livsstil och leisure handlar om hängivenhet.

Hängivenhet är giltigt oavsett om uttrycket är lättsamt eller allvarligt.

Whatever floats your boat.

Hängivenhet

Och just det är vad tidskrifter alltid har varit bra på.

Tidskrifter är hängivenhetens plats.

Oavsett form. Oavsett kanal.

Glöm nu det jag bad er minnas innan.

Minns istället bara:

Tidskrifter är hängivenhetens plats.

Tongång

Tomgång

Problemet är inte att hängivenheten har försvunnit.

Problemet är att våra organisationer inte längre är byggda för att ta den på allvar.

Det har körts på tomgång på en gammal idé om varför man finns.

Det är konceptuell skuld. Och det går att ta sig ur.

Men då måste man börja i kärnan.

Kärnan

Kärnan

Vad är det vi faktiskt erbjuder människor under den tid vi ber dem om?

Om man tar den frågan på allvar så får det ganska konkreta konsekvenser.

Exempelvis:

Att sluta se sig primärt som producenter av innehåll – och börja se sig som **organisatörer av hängivenhet**.

Innehåll är fortfarande viktigt.

Men det är inte slutprodukten.

Det är början.

Äfären

Affären

Och då händer något med affären.

För värdet uppstår inte bara i det ni publicerar
– utan i det som händer runt det.

I det som hjälper människor att gå vidare:
fördjupa sig, testa, delta, utvecklas.

Och där har tidskrifter en ganska unik position.

Ni har redan relationen.

Ni har redan förtroendet.

Frågan är vad ni bygger på det?

Frangång

Framgång

Det får också konsekvenser för hur vi mäter framgång.

För om vi ber om människors tid så räcker det inte att räkna hur många som tittar förbi.

Det viktiga är vad som händer sen.

Om de kommer tillbaka.

Om de stannar längre.

Om de rör sig vidare.

Vart – och varför?

Nyckeln

Nyckeln

Det är där hängivenheten finns.
Och det är där affären finns.

Ni har nyckeln. Kanske viktigast av allt:

Det här kräver **inte** att ni blir något helt annat.

För ni har redan mycket av det som behövs.

- Ni har målgrupper som bryr sig.
- Ni har varumärken med förtroende.
- Ni har en kultur som är snabb, skapande och nyfiken.
- Ni är, på många sätt, redan byggda för det här.

Nyckeln

Jag har sagt det förr:

En dynamisk redaktions **inneboende skaparkraft** är **exakt** vad alla vilsna startups letar efter.

Ni har förmågan att bygga de tjänster som er publik faktiskt vill ha.

Men:

Ni är organiserade för något annat.
Och det är **där** den konceptuella skulden sitter.

Ni har nyckeln
– men har lagt den i en låda som varit stängd lite för länge.

Frågan

Frågan

Alla letar efter svaret.

Men leta istället efter frågan.

Inte: “Hur ska tidskrifter överleva?”

Utan:

→ Är vi beredda att ta vår egen idé på allvar igen?

Att vara platsen
dit människor tar sig
för att ägna sin tid åt det de bryr sig om.

Och att faktiskt bygga våra verksamheter kring det.

Avslutning

Avslutning

Tack för mig.

Jag heter Joel.

Jag jobbar på Äventyret.

Och vi ställer ibland frågor
som är värda att stanna i.

Vi banar väg
mellan det som är
och det som kan bli.