

# Dansk erhvervsliv kan stadig lære en hel del af Christiania.

Hvis Christiania var en virksomhed, ville den være sjældent succesfuld. Christiania har på bare tredive år opbygget et internationalt "brand", der kan måle sig med Tivolis 160-årige. Som "brand" betragtet er Christiania måske endda det mest danske, vi har. På niveau med Danish Design, Kongehuset og Lego.

Det er i hvert fald en af vores største turistattraktioner og noget sjovere at fortælle om end Den lille Havfrue.

Det paradoksale er, at Christiania er blevet så stærkt et brand på de samme præmisser, som gælder for virksomheder – men udelukkende baseret på intuitiv intelligens. Det er de begejstrede amatørers triumf.

Der var hverken management-guruer eller reklamebureauer med omkring bordet, da Christiania blev født. Men der er ingen tvivl om, at grundlæggerne af Christiania kunne lære os alle noget. Fundamentet for et stærkt brand er egenart. Christiania har det hele.

En vision om et bedre samfund. En mission om at være et fristed for dem, der ikke passer ind i det omgivende samfund. Og et sæt af grundlæggende humanistiske værdier.

Christiania har gennemført en slags økonomisk demokrati længe før nogen havde opfundet begrebet. Og som socialt eksperiment har fristaden bevist en evne til at socialisere mennesker uden at berøve dem personligt initiativ. Den liberale grundtanke trives faktisk bedre på Christiania end nogen andre steder i Danmark. Christianias virksomheder

“DET ER SJOVT NOK

DANSK ERHVERVSLIVS EVNE

TIL AT TÆNKE ANDERLEDES,

DER ER VORES

VÆSENTLIGSTE

KONKURRENCEPARAMETER”

har bevist deres bæredygtighed derud, hvor selv den mest normaliserede del af det omgivende samfund er ivrige aftagere af deres kakkelovne, cykler, smykker og brugskunst.

Set igennem normaliseringens prisme er der meget at kritisere. Men tro imod sit "brand" kan Christiania svare på det meste. Der betales faktisk ejendomsskat, ligesom der betales for renovation, vand og el. Narkotika har i mange år været begrænset til hash-handel, men med rydningen af Pusherstreet er denne handel nu eksporteret til resten af København.

Men selvfølgelig er Christiania i bund og grund stadig ulovligt. Et brud med utallige af samfundets regler og normer. Problemet er bare, at dette brud også er et gennembrud.

Christiania er det modsatte af normalisering. En bevidst blæsen på reglerne for at nå et højere mål. Og det har vist sig utroligt effektivt. På samme måde som it-revolutionen

brød med vanetænkningen, sætter Christiania spørgsmålstegn ved om det hele nu også skal ensrettes, for at vi alle bliver lykkelige.

Christiania kan ødelægges med et pennestrøg. Hele skidtet kan bulldozes væk og frigøre nogle af Københavns mest attraktive byggegrunde.

Driftige entreprenører står allerede på spring, for der kan ikke klemmes ret meget mere ind på Kalvebod Brygge og den øvrige havnefront.

Men pladsen i vores hjerter kan ikke fyldes med moderne ejerlejlighedsbyggeri. Ligesom friværldi aldrig kan erstatte fristad.

Det er nemt nok at rive ned. At kræve tilpasning og normalisering. Det er straks sværere at springe ud af normaliteten. Tænke det utænkelige. Sige det usigelige.

Men det er sjovt nok dansk erhvervslivs evne til at tænke anderledes, der er vores væsentligste konkurrenceparameter. En evne til nytænkning, som grundlægges i vores ungdom.

Selv i de mest velrenommerede direktionelokaler sidder der folk, der har prøvet at ryge hash. Har haft et lidt yderliggående politisk standpunkt. Måske endda deltaget i en demonstration.

Og Christiania minder os om dengang. Dengang vi tænkte nyt. Før karrieren, før vanetænkningen, før friværdien. Dengang alt kunne lade sig gøre – selv en fristad midt på nogle af Københavns mest attraktive byggegrunde.