

UTMANAR IKEA FRÅN DUBAI

Thomas Lundgren hävdar att en ängel satte sig på hans sängkant en natt för tio år sedan. Ängeln gav honom uppdraget att rädda världen från Ikea. Ren galenskap eller ett självförtroende av guld? Diego träffar Thomas Lundgren i Dubai.

DIEGO MÖTER THOMAS LUNDGREN på inredningskedjan The Ones huvudkontor som är inhytt i en stor, vit villa i Dubai. Några kvarter bort byggs Burj Dubai som om två år ska vara världens högsta byggnad, minst 850 meter hög. Man blir som man umgås; Thomas Lundgrens okonventionella idéer har likasinnade grannar. Han talar fort och blandar svenska med engelska.

"The one thing you most of the time glömmar är att en entreprenör måste vara naiv och korad för att lyckas", säger Thomas när vi går förbi väggen med alla inramade brev från banker och andra partner som sagt nej till honom under vägen.

"Man måste tro att hela världen vill ta emot en med öppna armar och vara blind för hur ont det kan göra och hur mycket tid det tar att bygga upp sin idé. Här nere finns inga konkurslagar, bara fängelse om du blir bankrutt. Det var tur att jag inte visste om det från början."

The One är den tio år gamla Mellanösternbaserade inredningskedjan som visade upp en försäljning på drygt 600 miljoner kronor i fjol. Kedjan har positionerat sig mellan Ikeas framgångsrika massriktade möbelvaruhus och de dyra, prestigefyllda designbutikerna.

Med tio butiker i Förenade arabemiraten, Kuwait, Qatar, Jordanien och Bahrain har Thomas Lundgren visat att det går att odla i öknen. Butiken på Hamngatan i Stockholm följs nu upp med en 4 000 kvadratmeter stor butik i Frihamnen. USA, Kina och Indien står på attgöra-listan.



THOMAS LUNDGREN

ALDER

44 år.

BOR

Har bott i Mellanöstern i 22 år. Nu i Dubai.

FAMILJ

Fru Ewa och barnen Izabel, Danielle och Renée.

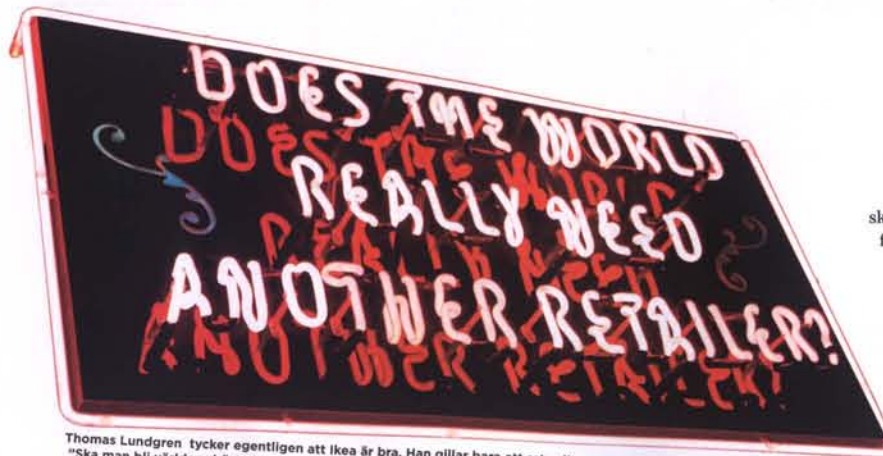
TJÄNAR

"Jag behöver inte vara hungrig längre."

DOLD TALANG

"Var andremålvakt i Hammarbys hockeylag bakom Rolf Ridderwall på 1980-talet. Men jag blev stöddig och fick sparken."

Att fråga en företagare om affärs- idén är normalt. Hos Thomas Lundgren resulterar frågan i en två timmar lång utläggning där världens samtliga ledare sägas vid fotknölna, Ikea görs ned och Thomas Lundgrens inredningskedja The One räddar världen.



Thomas Lundgren tycker egentligen att Ikea är bra. Han gillar bara att retas lite. "Ska man bli världens bästa boxare måste man säga att man ska slå Mohammed Ali. Så är det för mig också."

SOM 23-ÅRING blev Thomas Lundgren dekoratör på Ikea i Saudiarabien. Snart förflyttades han till Kuwait där han blev dekorationsansvarig och senare varuhuschef. Han drömde Ikea-drömmen ända fram till Gulfkriget 1990. Medan Thomas och frun Ewa var hemma i Sverige plundrade irakiska soldater deras hem.

"De tog allt utom tavlorna som jag hade målat själv. Jag visste inte riktigt hur jag skulle tolka det."

Snart var han tillbaka i Mellanöstern och 1993 hade idéerna kring en egen inredningskedja börjat ta form.

1996 öppnades den första The One-butiken i Abu Dhabi. Den första produkten på hyllan, en gul gratängform i keramik, var långt ifrån Thomas dröm.

"Det gick inte att komma bort från Ikea. Jag fick panik. Jag hade svikit mitt uppdrag."

Thomas Lundgren sätter på filmen Fight Club, där Edward Norton och hans Ikeamöbler utgör filmens intro. Thomas börjar måla upp sina idéer.

"Dagens konsumenter har mer pengar att konsumera för och är historiens mest utbild-

dade. Men ändå är de uttråkade. Alla produkter är ju likadana. The One ska vara magiskt och våra butiker ska vara som teatrar där kunderna blir underhållna. Det är idiotiskt att mäta försäljning per kvadratmeter, i stället

»Här nere finns inga konkurslagar, bara fängelse om du blir bankrutt. Det var tur att jag inte visste om det från början.«

borde vi mäta känslor per kvadratmeter. Det är vad du känner som är det väsentliga, inte vad du ser. Det stora gul-blå möbelvaruhuset får stå för det praktiska, The One för det känslomässiga. Allt handlar om hur vi känner oss i soffan, om må-bra-faktorn", predikar Thomas Lundgren.

Han har sju olika visitkort med olika bud-

skap och sinnesstämningar. Här står CEO för Chief Emotional Officer.

"Vi får mer engagerade kunder så. Från kundens första flört med butiken till dejting då och då och sedan förhoppningsvis ett livslångt äktenskap."

MÖBLER ÄR EN SKITTRÄKIG och långsam far-till-son-bransch, enligt Thomas som efterlyser mer rock 'n' roll. Inspirerad av hur ledningen för ett ungt Apple flög in sina medarbetare

till en Rolling Stoneskonsert, döpte Thomas sin chefs-kick off till Rock Off. Rockvideotävlingar och Thomas i Yngwie Malmsten-outfit. Och när The One i våras fyllde tio år bjöd kedjan på Robbie Williams-konsert på den berömda hästkapplöpningsbanan i Dubai.

"Vi ska ha 50 butiker år 2010 och en fördubblad omsättning per anställd. Men det viktigaste är att vi har roligt på vägen. Jag menar det, jag gick igenom en hjärtoperation för tre år sedan. Och vi ska göra vad vi kan för att göra världen lite bättre. Det finns inga ledare i dag som gör det bra, gör världen bättre alltså. Världen behöver inte ännu en inredningskedja. Vi säljer ändå bara prylar som ingen egentligen behöver. Men alla behöver en bättre värld."

Under nästa år vill Thomas Lundgren stänga alla The One-butiker för en vecka och skicka alla 800 anställda till Indien för att hjälpa till att bygga en skola tillsammans med organisationen Free the Children.

"Då hänger vi en skylt på butiksdörren som säger "Gone fishing". Det enda vi önskar tillbaka är att våra kunder inte är otrogna och handlar på Ikea under tiden som vi har stängt." *



The Ones butiker ska fungera som teatrar där kunderna blir underhållna. Thomas Lundgren skulle gärna vilja mäta känslor per kvadratmeter om det vore möjligt.