

Publications

Per Frankelius
August 2015

1. Research publications.....	2
Monographs	2
Scientific articles	3
Research anthologies	4
Conference papers (scientific)	6
Other scientific work (research reports etc.)	9
2. Pedagogic publications etc.	11
Monographs (published books)	11
Anthologies and chapters (pedagogic).....	12
Reports (pedagogic)	13
3. Popular science	14
Books.....	14
Anthologies and chapters (popular)	14
Conference papers (popular)	14
Conference proceedings by external specialists	15
Reports (popular).....	15
Articles (excluding debate articles).....	16
4. Research information	30
Publications (informing about research)	30
Websites (research information)	31
5. Debate articles etc.	32
6. Policy-related reports and vision documents	36
7. Other publications.....	37
8. Impact – media coverage.....	38
Articles by journalists.....	38
Films, radio and TV	63

1. Research publications

Monographs

Frankelius, P. (kommande, 2014). *Ecosystems as stimulators for innovative processes – Learning points from the creation and function of Silicon Valley and Research Triangle Park*. Stockholm: Swedish Entrepreneurship Forum.

Frankelius, P. (2014). *Innovation i offentlig verksamhet: Var står vi? Vart går vi?* Stockholm: Sveriges Kommuner och Landsting (SKL). ISBN: 978-91-7585-108-2.

Frankelius, Per & Norrman, Charlotte (2013). *Uppfinningars betydelse för Sverige – Analys och förslag för hur den svenska innovationskraften kan utvecklas och tas tillvara bättre* (VINNOVA Rapport VR 2013:03). Stockholm: Vinnova och Linköping: Vinnova. ISBN: 978-91-86517-83-0. ISSN: 1650-3104.

Frankelius, Per (2011). *Örebroregionen - igår och idag* (The Örebro region today and in history) (Rapport 2010:05). Örebro: Örebro Regional Council/Regionförbundet. ISBN 978-91-978233-6-4

Frankelius, Per & Utbult, Mats (2009). *Den innovativa kommunen – Lärdomar från åtta kommuner och relevant forskning* (The innovative municipality – Experience drawn from eight cases and international research). Stockholm: Sveriges Kommuner och Landsting, Vinnova, Trygghetsfonden and Tillväxtverket (Swedish Association of Local Authorities and Regions, Sweden's innovation agency VINNOVA, Swedish Security fund and Swedish Agency for Economic and Regional Growth). ISBN: 978-91-7164-440-4. 240 pp.

Frankelius, Per (2007). *Linné i nytt ljus – Den första översättningen av Systema Naturae samt ny analys av Linnés perspektiv* (Linnaeus in a new light: The first translation of Systema Naturae and a new analysis of Linnaeus perspective). Translation of latin parts: Bertil Aldén. Malmö: Liber. The book was published with financial support from Bank of Sweden Tercentenary Foundation (Riksbankens Jubileumsfond) and published also via financial support by Swedish Governmental Agency for Innovation Systems (VINNOVA). Before publication the Bank of Sweden Tercentenary Foundation organized a Peer Review Process of the manuscript. ISBN 47-08759-4. 240 pp.

Frankelius, Per (1999). *Företagande över tid – Kontextuellt perspektiv och visuellt beskrivningspråk* (Enterprise over Time – A Contextual Perspective and a Visual Language of Description) (Volume I of Doctoral Dissertation: Företagande över tid [Enterprise over Time]). Jönköping: Jönköping International Business School. ISBN 91-89164-08-3. 297 pp.

Frankelius, Per (1999b). *Pharmacia & Upjohn – Erfarenheter från ett världsföretags utveckling*. (Pharmacia & Upjohn – Experience Drawn from the Development of a World-beating Company) (Vol. II of Doctoral Diss. "Enterprise over time"). Jönköping: Jönköping International Business School/Malmö: Liber. ISBN 91-89164-07-5. 531 pp.

Frankelius, Per (1999c). *Enterprise over Time – Summary in English*. Summary of the doctoral dissertation "Enterprise over Time", published in a separate volume. Jönköping: Jönköping International Business School. ISBN 91-89164-11-3. 36 pp.

Scientific articles

Frankelius, Per; Innovationen som tog skruv, *Läkartidningen*, nr 20–21, 2015, pp. 985–987.

Frankelius, Per (2010). Searching for innovation excellence. *InnovationManagement*, 29 January (published on www.innovationmanagement.se).

Frankelius, Per (2009). Questioning two myths in innovation literature. *Journal of High Technology Management Research*, Vol. 20, No. 1, pp. 40–51.

Frankelius, Per (2009). The cave model of innovation. *InnovationManagement*, No. 1, November, 29, (published on www.innovationmanagement.se).

Frankelius, Per (2004). Information–Innovation? *The Nordic Journal of Documentation*. Vol. 59, No. 1, pp. 14–19.

Frankelius, Per (2002). Is this the future of marketing? Experience drawn from a world-class market leader. *Interactive Marketing*, Vol. 4, No. 2 (October/November), pp. 170–180.

Frankelius, Per (2001). Information management or mind management? *The Nordic Journal of Documentation*, Vol. 56, No. 3, pp. 67–78.

Frankelius, Per (1998). Om informationens nytta. *Tidskrift för Dokumentation*, Vol. 53, No. 2, pp. 47–53.

Frankelius, Per (1990). Ny marknadskommunikation. *Den Svenska Marknaden*. October, 13–16.

Frankelius, Per (1990). Strategisk direktmarknadsföring för effektiv marknadskommunikation. *Den Svenska Marknaden*. September, 30–34.

Frankelius, Per (1990). Professionell konkurrentbevakning – en viktig del i det strategiska informationssystemet. *Den Svenska Marknaden*. June, 7–11.

Frankelius, Per (1990). Strategiska informationssystem – ett effektivt vapen i den internationella konkurrensen. *Den Svenska Marknaden*. April, 12–16.

Research anthologies

Frankelius (Red.) (2014). *Aktiviteter och delresultat i projektet Grönovation Steg I*. Linköping: Linköpings universitet.

Frankelius, Per (2013). "Satelliter och flyg lyfter jordbruket till nya höjder". I *Flyg idag – Flygets Årsbok 2013*. Stockholm: Flygboken.se, s. 94–131. ISBN 978-91-97888036.

Frankelius, Per (2013). "Brilliant combinations of art and nature: Learning points from the world of opera and classical Music", Chapter 15 in Lars Lindkvist and Lisbeth Lindeborg (eds). *The Value of Arts and Culture for Regional Development – A Scandinavian Perspective*, London: Routledge April 2013, pp. 232–251). ISBN: 978-0-415-63837-1.

Frankelius, Per and Krause, Kirsten (2011). "Emergence of the Clean Technologies Sector in Sweden". In: Kaija Valdmaa and Tarmo Kalvet (Eds): *Emergence of the Clean Technologies Sector in the Baltic Sea Region* (Report from the Central Baltic Interreg IVA project "Enabling a Global Vision for the Baltic Cleantech Industry"). Tallinn: Tallinn University of Technology, pp. 45–157. ISBN: 978-91-7668-841-0

Kalvet, Tarmo; Valdmaa, Kaija; Frankelius, Per; Krause, Kirsten; Vanags, Juris and Brakovska, Vita (2011). "Clean Technology Developers and Policies in Sweden, Estonia and Latvia - Conclusions". In: Kaija Valdmaa and Tarmo Kalvet (Eds): *Emergence of the Clean Technologies Sector in the Baltic Sea Region* (Report from the Central Baltic Interreg IVA project "Enabling a Global Vision for the Baltic Cleantech Industry"). Tallinn: Tallinn University of Technology, pp. 349–365. ISBN: 978-91-7668-841-0

Kalvet, Tarmo; Valdmaa, Kaija; Frankelius, Per; Krause, Kirsten; Vanags, Juris and Brakovska, Vita (2011). *Emergence of the Clean Technologies Sector in the Baltic Sea Region – Executive summary* (A publication from the Central Baltic Interreg IVA project "Enabling a Global Vision for the Baltic Cleantech Industry"). Tallinn: Tallinn University of Technology. ISBN: 978-91-7668-842-7

Frankelius, Per (2011). "Innovative processes: experience drawn from the creation of Dalhalla". In Ivo Zander and Mikael Scherdin (Eds.): *Art Entrepreneurship*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing, pp. 98-141. ISBN 978 1 84844 369 3.

Frankelius, Per (2010). "Konsten att väva samman kultur, natur och ekonomi" (The art of integrating art, nature and economy). In Lisbeth Lindeborg and Lars Lindkvist (Eds): *Kulturens kraft som regional utvecklingsmotor* (The power of culture as a regional development force). Stockholm: SNS, pp. 300-328. ISBN: 978-91-86203-43-6.

Frankelius, Per & Ogeborg, J. (2009), "Societal Entrepreneurship for the Wealth of Nations – The Ireland case 1985–1995", In Malin Gawell, Bengt Johannisson and Mats Lundqvist (Eds.), *Entrepreneurship in the Name of Society*. Stockholm: The Knowledge Foundation (Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling). ISBN: 978-91-976914-5-1.

Frankelius, Per (2009) "Forskning om och för innovativa kommuner" (Research on and for innovative municipalities). In Frankelius, Per & Utbult, Mats, *Den innovativa kommunen – Lärdomar från åtta kommuner och relevant forskning* (The innovative municipality – Experience drawn from eight cases and international research). Stockholm: Sveriges Kommuner och Landsting, Vinnova, Trygghetsfonden and Tillväxtverket (Swedish Association of Local Authorities and Regions, Sweden's innovation agency VINNOVA, Swedish Security fund and Swedish Agency for Economic and Regional Growth). ISBN: 978-91-7164-440-4. 96 pp.

Frankelius, Per (2009) "Innovationsforskningens framväxt" (The rise of innovation research). In Frankelius, Per & Utbult, Mats, *Den innovativa kommunen – Lärdomar från åtta kommuner och relevant forskning* (The innovative municipality – Experience drawn from eight cases and international research). Stockholm: Sveriges Kommuner och Landsting, Vinnova, Trygghetsfonden and Tillväxtverket (Swedish Association of Local Authorities and Regions, Sweden's innovation agency VINNOVA, Swedish Security fund and Swedish Agency for Economic and Regional Growth).. ISBN: 978-91-7164-440-4. 38 pp.

Frankelius, Per & Ogeborg, J. (2009). "När samhälls-entreprenörskap lyfter en hel nation – fallet Irland" (When societal entrepreneurship moves a whole nation: The Ireland case). In B. Johannisson, M. Gawell & M. Lundqvist (Eds.) *Samhällets entreprenörer – En forskarantologi om samhälls-entreprenörskap*. Stockholm: The Knowledge Foundation (KK-stiftelsen), pp. 115–134. ISBN 978-91-976914-4-4. The chapter was accepted after peer review process. 19 pp.

Frankelius, Per & Vogel, O. (Eds.) (2009). *Värdeskapande möten* (Value-creating meetings). Malmö and Stockholm: Liber and The Knowledge Foundation (KK-stiftelsen). 320 pp. ISBN 978-91-47-08958-1. The book is based on a research project that was accepted for funding after Peer Review Process.

Frankelius, Per & Vogel, O. (2009). Forskning om möten (Research on meetings). In Frankelius, Per & Vogel, O. (Eds.) *Värdeskapande möten* (Value-creating meetings). Malmö and Stockholm: Liber and The Knowledge Foundation (KK-stiftelsen), pp 15–40.

Falkäng, J. & Frankelius, Per (2009). Entreprenöriella universitet – Specialister på möten? (Entrepreneurial universities – Meeting specialists?) In Frankelius, Per & Vogel, O. (Eds.) *Värdeskapande möten* (Value-creating meetings). Malmö and Stockholm: Liber and The Knowledge Foundation (KK-stiftelsen), pp. 67–80.

Sunnert, E. & Frankelius, Per (2009). Samhällspåverkande kunskapsinsatser genom tredje parts aktörer (Knowledge initiatives from third party actors that affect society). In Frankelius, Per & Vogel, O. (Eds.) *Värdeskapande möten* (Value-creating meetings). Malmö and Stockholm: Liber and The Knowledge Foundation (KK-stiftelsen), pp 99–134.

Frankelius, Per (2009). En teoretisk modell av värdeskapande möten (A theoretical model on value-creating meetings). In Frankelius, Per & Vogel, O. (Eds.) *Värdeskapande möten* (Value-creating meetings). Malmö and Stockholm: Liber and The Knowledge Foundation (KK-stiftelsen), pp. 227–250.

Frankelius, Per (2008). "Linnaeus, the innovation economist?". In Claes Hultman & Jan Löwstedt: *Contemporary Research at Swedish Graduate School of Business*. Västerås and Örebro: Mälardalen University and Örebro University, pp. 45–72. ISBN 978-91-7668-606-5.

Frankelius, Per (2005). "Innovationsperspektiv i kritisk belysning" (Innovation perspective from a critical perspective). In Mats Benner (Ed.): *Innovationer – Dynamik och förnyelse i ekonomi och samhällsliv* (Innovations – Dynamics and renewal in economy and societal life). Lund: Studentlitteratur. The chapter was accepted after blind review. ISBN 91-44-04366-X. pp. 207–241.

Frankelius, Per (2004). "Behövs nya teorier och metoder?" (Do we need new theories and methods?). In L. Christensen & P. Kempinski (Eds.): *Att mobilisera för regional tillväxt. Regionala utvecklingsprocesser, kluster och innovationssystem* (Mobilising for regional growth. Regional development processes, clusters and innovation systems). Lund: Studentlitteratur, pp. 179–200.

Frankelius, Per (1995). "Omvärlden på skrivbordet – Att bygga en intern omvärldsdatabas" (The world at the desk – To create an internal database on the external world). In L. Höglund (Ed.) *Biblioteken, kulturen och den sociala intelligensen – Aktuell forskning inom biblioteks- och informationsvetenskap* (The libraries, culture and the social intelligence – Recent research in library and information science. Stockholm: Forskningsrådsnämnden, pp. 252–268.

Frankelius, Per & Rosén, C.G. (1991). *Strategisk informationshantering – Ökad lönsamhet i high-tech-företag genom omvärldsbevakning* (Strategic information management – More profitability in high-tech companies through business intelligence). Örebro: DM-centre at Örebro University and ABITEC AB. 108 s. ISBN 91-971321-3-6.

Conference papers (scientific)

Norrman, Charlotte; Bienkowska, Dżamila; Moberg, Magnus & Frankelius, Per (2014). Innovative methods for entrepreneurship and leadership teaching in CDIO-based engineering education. Proceedings of the 10th International CDIO Conference, Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona, Spain, June 16-19, 2014.

Ottosson, Mikael och Frankelius, Per (2013). "Är begreppet hållbar marknadsföring hållbart?" Paper presenterat vid sessionen "Hållbar marknadsföring och konsumtion" under FEKIS-konferensen "Företagsekonomi för en hållbar värld". Ekonomihögskolan, Lunds universitet, 23–24 oktober. FEKIS står för Föreningen Företagsekonomi i Sverige.

Aichagui, Victor, Frankelius, Per; Guyader, Hugo & Ottosson, Mikael (2014). Green service innovation: The Role of Resource Integration and Service Provision. Paper presented at AMA SERV-SIG 2014, American Marketing Association International Service Research Conference, Thessaloniki, Greece, June 13-15, 2014. Abstract was Accepted 24 January 2014.

Frankelius, Per; Gunnarsson, Claes; Hultman, Claes and Johanson, Conny (2013):. What's in it for me? How to understand relevance when designing greentech export assistance programs. Paper at 18th annual international conference on innovation "Baltic Dynamics 2013", September 11–13, Riga, Latvia.

Gunnarsson, Claes; Frankelius, Per; Hultman, Claes and Johanson, Conny (2012), Exploring Export Barriers of Cleantech Businesses: An Interview Survey of Swedish Cleantech Companies. Accepted paper presented at Greening of Industry Network Conference, GIN, Linköping, 22–23 October.

Frankelius, Per (2011). “Sustainable innovation: What can we learn from Linnaeus and his integration of nature and economy?” Research paper accepted by and presented at The 56th Annual ICSB World Conference, Stockholm, Sweden, June, 15–18, 2011 (Track: Sustainable Innovation, Entrepreneurship and Growth, Friday June 17, 2011).

Frankelius, Per (2011). *Innovation processes leading up to the launch of human growth hormone produced by means of DNA-technology*. Paper presented at Seminar arranged by the Unit for Bio-entrepreneurship, Karolinska Institute, Stockholm, May 16, 2011.

Frankelius, Per (2011). *Innovation and intellectual property rights: Some of the main factors that once made European welfare society?* Paper presented at seminar arranged by the Swedish Patent Office, during the Innovation Office Course (Utvecklingsdagar för Sveriges Innovationskontor), Stockholm, May 11, 2011.

Frankelius, Per; Hultman, Claes, Linton, Gabriel; Johanson, Conny and Gunnarsson, Claes (2011). The cleantech mystery: A new theoretical model for understanding export capabilities in small and medium-sized innovative cleantech companies. The R&D Management Conference 2011: R&D, Sustainability & Innovation, the need for new ideas, initiatives and alliances, Norrköping, Sweden 28-30 June. Accepted after Peer Review Process.

Frankelius, Per (2011). “The rise of the European continent: Old theories and new hypotheses related to innovation”. The 13th Annual SNEE European Integration Conference, Grand Hotel, Mölle, Sweden, 17–20 May, 2011. Accepted after Peer Review Process and published in proceedings.

Frankelius, Per (2011). ”Innovation out of nature: A new model derived from Carl Linnaeus in the 18th Century”. The R&D Management Conference 2011: R&D, Sustainability & Innovation, the need for new ideas, initiatives and alliances, Norrköping, Sweden 28-30 June. Accepted after Peer Review Process.

Frankelius, Per (2011). ”Innovationer och immaterialrätt i filosofiskt perspektiv”. Paper presented at seminar 10 February, 2011, Patent- och Registreringsverket (PRV), Stockholm.

Frankelius, Per & Eliasson, Fredrik (2010). “Innovative and socially motivated village development in a regional context: The Grythyttan case”. Paper presented at the 50th European Congress of the Regional Science Association International, Jönköping, Sweden, August 19th – 23rd. This was the European Regional Science Association (ERSA) 50th anniversary. Accepted after Peer Review Process and published in proceedings.

Frankelius, Per (2009). *Simon’s theorem reconsidered – towards a theoretical framework for competitive intelligence*. Accepted after Peer Review Process published in proceedings (in print). ECIS 2009, The Third European Competitive Intelligence Symposium: Competitive Intelligence: Competing, Consuming and Collaborating in a Flat World, Stockholm, Sweden, June 1–12, 2009.

Frankelius, Per (2008). *Why Infrastructure is Vital for the Wealth of the Baltic Sea Region*. Paper presented at the St Petersburg seminar “Issues and Prospects for Regional Cooperation between the European Union and the Russian Federation in the Baltic Sea Area” arranged by Leontief Centre in Saint Petersburg, The Swedish Institute of International Affairs and the Carnegie Moscow Center. Smolny Institute, Conference Hall, St Petersburg, Russian Federation, December 11, 2008. Published in Proceeding by The Swedish Institute of International Affairs on <http://www.ui.se/> (January 2009). The seminar was arranged by means of Ministry of Foreign Affairs, Sweden.

Frankelius, Per (2008). Innovation theory with or without marketing theory: Does cases like the creation of the innovative culinary art arena Grythyttan fit into traditional innovation discourse? Paper presented at the conference *FEKIS 2008*, School of Business, Economics and Law, University of Gothenburg, 12–13 November 2008. Accepted after peer review of draft sent 9 September. FEKIS stands for Föreningen Företagsekonomi i Sverige (Swedish Society for Business Administration).

Frankelius, Per (2008). Is it time for placing marketing theory at the core of innovation theory? Forthcoming in *Proceedings of the UIC International Research Symposium on Marketing and Entrepreneurship*, Stockholm, Sweden, 14–16 June, 2008. Accepted after review process.

Frankelius, Per (2008). *Re-thinking innovation – A call for a giant leap in perspective development*. Paper accepted after blind review process for the 15th Nordic Conference on Small Business Research, Tallin, 21–23 May, 2008. (The paper builds on a case study of the creation of Kolmården Zoo). 11 pp.

Frankelius, Per (2008). *En diskussion kring Simons teorem: Hur bibliotek och informationssökning skapar nya bilder av omvärlden* (A Discussion around Simon’s theoreme: How libraries and information search creates new Worldviews). In Proceedings of the national conference “Mötesplats inför framtiden – Arbetsliv, utbildning, forskning”, Swedish School of Library and Information Science at Borås University, 15–16 October, 2008.

Frankelius, Per (2008). *Has time come for a new innovation perspective?* Paper presented at World Entrepreneurship Summit (Arranged by OECD, EU, US State Department, United Nations, the UK’s All Party Parliamentary Group on Entrepreneurship, Business Week and CNBC.), Queen Elizabeth II Conference Centre, London, 11–12 January 2008. Accepted after blind review process.

Frankelius, Per (2008). *Äganderätten i historiskt perspektiv – bakgrunden till Nobelpristagaren Douglass North’s teori* (Property rights from a historical perspective). Paper presented at Higher Seminar at Faculty of Law, Örebro University, 16 January 2008.

Frankelius, Per (2007). Towards a new perspective on innovation – With empirical inspiration from creation of an opera scene. Paper presented at the 13th International Conference on Thinking, Norrköping, 17–21 June. Accepted after a blind review process and published in proceedings: Taxén, Lars (ed.). *The 13th International Conference on Thinking Norrköping, Sweden June 17–21, 2007*. Linköping: Linköping University Electronic Press, pp. 61–69 (ISSN [print]: 1650-3686 ISSN [online]: 1650-3740).

Frankelius, Per (2006). *Innovation beyond traditional contexts – Lessons from the creation of Dalhalla*. Paper presented at the 14th Nordic Conference on Small Business Research (NSCB), Stockholm, May 11–13, 2006. Accepted after blind review process.

Frankelius, Per (2005). “Towards a theory of reframing”. New version of a paper originally presented at the international conference “Movements of Entrepreneurship – Entrepreneurship in New Territories”, Tällberg, ESBRI, 6-8 June, 2004. The original version was selected by anonymous reviewers, presented at the conference, then modified three times with help a blind review process. It was intended also to publish the paper in a book, but partly due to family reasons in 2005, partly because of different perspectives, this step was not fulfilled.

Frankelius, Per & Rosén, C-G. (1995). *Defining your information needs – a creative approach*. Paper presented at the 2nd International Conference on Strategic Business Information in Biotechnology, October 23–24, Research Triangle Park, North Carolina, USA.

Frankelius, Per (1995). *Omvärldsbegreppets innebörd och dimensioner – Analys baserad på studie av genteknikföretag och dess samspel med omvärlden* (The term omvärld and its meaning and dimensions – Analysis based on a study of biotech companies and their interplay with the surrounding world). Paper presented at the research conference Teknisk och industriell utveckling, Wiks Slott 22–24 November.

Other scientific work (research reports etc.)

Frankelius, Per (2015). *Innovationsbegreppet och innovationsindikatorer – En analys med tonvikt på statistikens validitet* (En rapport skriven på uppdrag av Statistiska Centralbyrån, SCB i sin tur på uppdrag av Näringsdepartementet). Linköping: Linköpings universitet. Ingick som bilaga 3 i: Sven Silvander, Regina Vilkenas och Hans-Olof Hagén, *Utveckling av innovationsstatistiken, Delrapport 3*, Stockholm: SCB (publicerad februari 2015). Även på webben: http://www.scb.se/sv_/Applikationer-Svenska/Innovationsstatistik/Ar-du-intresserad-av-hur-innovation-mats/Delrapport-3/

Dahlöf, Carl Arvid, Frankelius, Per och Hultman, Claes (2013). Project level position paper on international relationships and networks in Estonia, Latvia and Sweden. Örebro: Global Vision (Örebro University).

Dahlöf, Carl Arvid, Frankelius, Per och Hultman, Claes (2013). Regional report from the export development programme in Sweden. Örebro: Global Vision (Örebro University).

Dahlöf, Carl Arvid, Frankelius, Per och Hultman, Claes (2013). Synthesis report of export development programmes and trans-regional policy seminar. Örebro: Global Vision (Örebro University).

Frankelius, Per (2008). *Opportunities for innovative coproduction in selected fields around the Baltic Sea? First step towards a map of organisations related to waste management, energy and transportation*. Örebro: Swedish Business School, Örebro University commissioned by Örebro Regional Development Council. 88 pp.

Frankelius, Per (2007). *Living tomorrow: Issueanalys (Living Tomorrow: Issue analysis)*. Unpublished report prepared for Örebrobostäder and other municipality companies in the collective project "Living Tomorrow", Örebro: DM-centret, Örebro University.

Frankelius, Per (2005). *World Future Studies Federation 19th World Conference "Futures Generation for Future Generations"*, Corvinus University, Budapest, 21–26 August. Report. Foresight Laboratory, Örebro University.

Gidlund, J. & Frankelius, Per (2005). *Processer för kunskapsutveckling och innovationer som skapar tillväxt och välfärd – Vilken roll spelar kulturöverbryggande möten?* (Processes for knowledge development and innovations that create growth and welfare). Research Proposal to KK-Foundation accepted (25 February) after blind review process (First version 23 December 2004).

Frankelius, Per (2005). *Under ytan – en explorativ studie av problem och utmaningar relaterade till Entreprenörskap och innovation i upplevelsesektorn* (Under the surface – An explorative study of problems and challenges related to entrepreneurship and innovation in the experience industry). Research Proposal to KK-Foundation. The project was accepted after blind review process.

Karlsson, F. & Frankelius, Per (Ed.) (2005). *Foresight Laboratory – The final proposal to The Swedish Agency for Innovation Systems for establishment of a Center of Excellence that also will be a substantial node for international partnerships*. Örebro, Sweden: Örebro University (15 December). Research proposal 30 November to VINNOVA. The proposal got high scoring from an international peer review, but due to financial reasons this project did not get funding from VINNOVA.

Karlsson, F. & Frankelius, Per (Ed.) (2004). *Foresight Laboratory – Proposal to The Swedish Agency for Innovation Systems for establishment of a Center of Excellence that also will be a substantial node for international partnerships* (Pre Study). Örebro: Örebro University. Accepted 18 May 2005 after blind review process.

Frankelius, Per (1999). *Från öl till miljardmolekyler* (From beer to billion-dollar molecules). Stockholm: Pharmacia & Upjohn.

Frankelius, Per (1999). *Marketing Thinking in the 20th Century*. Jönköping: Jönköping International Business School.

Frankelius, P., Höglind, U. & Wigblad, R. (1997). *Elektronisk handel – möjligheter och begränsningar. En utredning om behov av forsknings- och utvecklingsarbete* (Electronic commerce – possibilities and limitations. An investigation on research and development needs). Department of Economics, Statistics and Informatics (Institutionen för ekonomi, statistik och ADB) at Örebro University.

Frankelius, Per (1995). *Omvärlden, kunden och kvalitetsprocessen* (The external world, the customer and the quality process). Örebro: DM-Centre at Örebro University. Report from a project financed by Svenska Förbundet för Kvalitet.

Frankelius, Per (1993). *Utanför ett högteknologiföretag* (Outside high-tech firms). Research report. Linköping University, EKI.

Frankelius, Per (1993). *Forskning om småföretag – Svensk småföretagsforskning under perioden 1980–1993. (Research on small companies – Swedish small business research during 1980–1993.* DM-Centre at Örebro University.

Frankelius, Per (1993). *En "klassisk" bild av företagets omvärld* (A classical view on companies environment). Örebro University, Department of Economics, Statistics and Informatics.

Frankelius, Per (1993). *Ansoffs och Porters syn på omvärlden – Ett perspektivtest* (Ansoff's and Porter's view on the business environment – A test of perspective). Linköping University, EKI.

Frankelius, Per & Rosén, C.G. (1992). *Strategisk informationshantering – Metodutveckling och tillämpning i bioteknikföretag* (Strategic information management – Method development and practice in biotech companies). Örebro: DM Centre, Örebro University and ABITEC AB. Final report from a NUTEK Project.

Frankelius, Per (1992). *Ökad lönsamhet med rätt information – Informationsstrategiskt tänkande i en turbulent omvärld – med en metod för att bestämma behovet av omvärldsinformation* (Better profitability with the right information – Information-strategic thinking in a turbulent world, with a method to investigate the need for external information). Örebro: DM-Centre, Örebro University.

Frankelius, Per & Rosén, C.G. (1990). *Strategisk informationshantering – Lönsamhet i high-tech-företag genom omvärldsinformation. Med fallstudie i bioteknikbranschen* (Strategic information management – Profitability in high-tech companies by means of external information. With case studies from the biotech industry). Stockholm: Board of Technical Development (Styrelsen för Teknisk Utveckling, STU).

Comment: A lot of empirical case studies are published in popular form in the magazine *Entreprenör*. Some articles has scientific content, but written in a more popular way (about 150 articles).

2. Pedagogic publications etc.

Monographs (books)

Frankelius, P.; Norrman, C. and Parment, A. (coming 2015). *Marknadsföring: Vetenskap och praktik*. Lund: Studentlitteratur.

Frankelius, Per (2001). *Omvärldsanalys* (Analysis of the outside world). Malmö: Liber Ekonomi. ISBN: 47-06254-1. 280 pp.

Frankelius, Per (1997). *Kirurgisk marknadsföring. Skapande av möten och relationer i en föränderlig värld* (Surgical marketing. Creation of meetings and relationships in a world of changes). Malmö: Liber. ISBN: 47-04012-2. 186 pp.

Frankelius, Per & Rosén, C-G. (1993). *Företaget & Omvärlden* (The Company and the Surrounding World) Malmö: Liber. ISBN: 91-23-01251-X. 178 pp.

Fernau, S., Frankelius, P., Ludvigsson, H. (1993). *Informationsguiden – Svensk guide över källor för affärsinformation* (The Information Guide – A Swedish guide to sources for business information). New extended edition. Örebro: DM-centre, Örebro University.

Ekström, J. Frankelius, Per & Manneby, J. (1992). *Fånga den information du behöver – Hur du lyckas med ditt EIS-projekt* (Catch the information you need – How to succeed with a EIS project). DM-Centre, Örebro University.

Berzelius, C., Frankelius, P., Holm, T. & Wahlberg, M. (1990). *Informationsguiden – Svensk guide över källor för affärsinformation* (The Information Guide – A Swedish guide to sources for business information). Örebro: DM Centre, Örebro University. ISBN: 91-971321-8-7.

Frankelius, Per (1989). *Strategiska Informationssystem – En introduktion* (Strategic information systems – An introduction). Örebro: DM Centre, Örebro University.

Frankelius, Per & Holm, T. (1989). *Sökmanual Data-Star* (Search Manual Data-Star). Örebro: DM Centre, Örebro University.

Anthologies and chapters (pedagogic)

Frankelius, Per (2001). “Att söka befintlig information” (Searching among existing information). In P. Lekvall & C. Wahlbin with website from Per Frankelius: *Information för marknadsföringsbeslut* (Information for marketing decisions). 4th Edition. Göteborg: Studentlitteratur/IHM Publishing, pp. 79–119.

Frankelius, Per (2000). “Framtidens marknadsföring – mångfald och möten” (The future of marketing: Variety and meetings). In T. Söderblom (Ed.) *Sälj 3000* (Selling 3000). Lund: Söderblom international, pp. 32–82.

Frankelius, Per (1996). “Diagnos och behandling i modern marknadsföring – några tips och teorier” (Diagnosis and treatment in modern marketing – Some tip and ideas). In T. Söderblom (Ed.). *Försäljning 2000* (Selling 2000). Lund: Söderblom International. ISBN: 91-973009-1-8

Frankelius, Per (1993). “Utbud och användning av marknadsinformation i Sverige” (Supply and use of market information in Sweden). In P. Lekvall & C. Wahlbin: *Information för marknadsföringsbeslut* (Information for marketing decisions). Göteborg: IHM Publishing. ISBN: 91-86460-64-1

Frankelius, Per (1993). “Informationssökning – källor och metoder” (Information search – sources and methods). In P. Lekvall & C. Wahlbin *Information för marknadsföringsbeslut* (Information for marketing decisions). Göteborg: IHM Publishing. ISBN: 91-86460-64-1

Frankelius, Per & Holm, T. (1990). "Håll dig up-to-date" (Be up to date). In *Marknadsdatabasen – framtidens konkurrensmedel*. Örebro: DM Centre, Örebro University.

Reports (pedagogic)

Frankelius, Per (2009). *Marknadsföringens fundament och domäner*. (Kompendium framtaget för kursen "Företagsekonomi A, Marknadsföring" inom ramen för nya Civilekonomprogrammet, i januari 2009 även använt i D-kursen "Modern Marknadskommunikation"). Örebro: Handelshögskolan vid Örebro universitet. 24 pp.

Frankelius, Per (1994). *Liten Uppslagsbok för strategisk informationshantering och omvärldsfrågor* (A small encyclopedia for strategic information management). Örebro: DM-Centre, Örebro University.

Frankelius, Per (1993). *Några råd om att skriva PM + litteratur + tips på källor för information* (Some tip for writing memorandums + literature + information sources). Örebro University, Department of Economics, Statistics and Informatics.

See also Websites.

3. Popular science

Books

Paulsson, Johnny & Roswall, Lars (baserat på Frankelius, Per & Utbult, Mats) (2013). *Den innovativa kommunen – Sammanfattning av lärdomar från åtta kommuner och relevant forskning* (The innovative municipalcity – Summary of Learning points from eight cases and relevant research). Vinnova Rapport VR 2013:10. Stockholm: Vinnova i samarbete med Sveriges Kommuner och Landsting.

Anthologies and chapters (popular)

Frankelius, Per (2007). "Omvärldsanalys – både konst och vetenskap" (Business intelligence – Both art and science). In Carlberg, Margareta and Boson, Pia (Red.) *Business-to-Business Pocket 2007*, Stockholm: *Dagens Industri*. pp. 250–253. ISBN 91 7630 156 7

Frankelius, Per (2002). "World mapping method". In Lars Abramson (Ed.): *Ett smakprov på Bättre Ledarskap* (A taste of Better Management). Malmö: Liber, pp. 31–44.

Conference papers (popular)

Frankelius, Per (2010). Ensam är inte stark nog! Documentation from speech during Business Day (Näringslivsdagen) 2010, arranged by Örebro municipality 29 januari at Nya Parkteatern, Örebro. Published via www.orebro.se.

Frankelius, Per (2009). "Hemligheterna bakom innovativa miljöer?" Paper presented as documentation from speech at "Nobelfrukost", Oscarsteatern i Stockholm arranged by Stockholm Business Region Development and Innovation Stockholm, 10 December 2009.

Frankelius, Per (2008). *På väg mot en ny innovationsteori* (Towards a new innovation theory). Paper presented as documentation from the speech "Fragmentering eller samling" (Fragmentation or joining together), Forum for Innovation Management (FIM), Uppsala Innovation Centre, Uppsala, November 27, 2008.

Frankelius, Per (2008). *Innovativa processer kräver omvärldsimpulser och motivation* (Innovative processes need external impulses and motivation). Paper presented at the conference Foresight Stockholm-Mälardalen Region (Framsyn Stockholm-Mälardalenregionen), Stockholm 7 October 2008. 17 pp. Published as PDF at <http://www.framsynstockholmmalarregionen.se/>

Frankelius, Per (2007). *Med Linné i nytt ljus ser man längre än botaniken* (New light on Linnaeus make one see longer than botany). Proceeding from Småföretagsdagarna, Conventum, Örebro 24–

25 January, published by The Swedish Foundation for Small Business Research (Forum för Småföretagsforskning).

Frankelius, Per (2006). *Konsten att utveckla ett samfund i kunskapssamhället – varning för myter* (The art of developing a society in the knowledge era – warning for myths). Innovation Conference at Norwegian University of Science and Technology (NTNU), 11 May 2006 (in co-operation with Trondheim Municipality and och Mittnordenkommittén).

Frankelius, Per (2004). “Tredje generationens innovationspolitik” (Third Generation Innovation Policy). Speech at the conference “How long takes development? Why are all project three years?” The Sigtuna foundation (Sigtunastiftelsen) 30 November, 2004 arranged by the KK Foundation and presented in proceedings: Pålsson, Stefan (2004), *Hur lång tid tar utveckling? eller Varför är alla projekt tre år?* (How long takes development? Why are all project three years?) Stockholm: KK-Foundation.

Frankelius, Per (2003). “Världen förändras och vi med den” (The world changes and so do we). In proceedings from *Årsmöteskonferens i Örebro den 22–23 August*, Sandviken & Garphyttan: Nordisk Trådteknisk Förening, pp. 151–162. (ISSN 1404-6237).

Frankelius, Per (1991). *Executive Information Systems*. Proceedings from Cap Gemini Symposium, 10–11 April. Stockholm: Cap Gemini Logic AB.

Conference proceedings by external specialists

European Commission (2010). Proceedings ”Europe 2020: Competitiveness, co-operation and cohesion for all regions” (Open Days 2010). Per Frankelius gave a speech under the title “Transforming the Baltic Sea region into a global growth player”. Proceeding edited by the Committee of the Regions. Brussels: European Commission, DG Regional Policy.

Hellström, Mia (2007). “Innovativa processer – behövs ett nytt perspektiv” (the text was written by Mia Hellström and based on material from Per Frankelius). *In Proceedings from Entreprenörskap utan gränser*. Symposium 15–16 November in co-operation with European Union, The European Social Fund Sweden (Svenska ESF-rådet) and, The County Administrative Board (Länsstyrelsen i Stockholm), the Swedish Agency for Economic and Regional Growth (NUTEK) and och Sthlm=jämt.

Månsson, H. (2005). “Huvudtalare/Per Frankelius: Jakten på den magiska formeln” (Key-note speaker/Per Frankelius: The hunt for the magical formula). *HSS 05*. Documentation from the conference Högskolor och samhälle i samverkan (HSS), Östersund 6–8 April 2005. Published in co-operation between Mid Sweden University (Mittuniversitetet, Östersund), National Institute for Working Life (Arbetslivsinstitutet, Stockholm) and The Swedish Institute for Growth Policy Studies (Institutet för Tillväxtpolitiska Studier, Östersund), pp. 18–22.

Reports (popular)

Frankelius, Per & Segerborg, K. (Ed.) (1995). *Vem Gör Vad inom DM?* (Who does what in DM?). Swedish Post and DM Centre, Örebro University.

Frankelius, Per (1994). *Att hitta nya kunder. Ett föredrag i text och bild* (Finding new customers. A speech in text and photos). Örebro: DM-Centre, Örebro University.

Articles (excluding debate articles)

Frankelius, Per (2014). Lantbruket är en framtidsbransch, *Entré*, nr 4, s. 24.

Frankelius, Per (2012). Mycket har hänt sedan Rutgers dagar (om dikningens och täckdikningens historia). *Lantmannen*, nr 10, s. 22–25.

Frankelius, Per (2012). Bönderna harvade redan på Jobs tid. *Lantmannen*, nr 9, s. 22–25.

Frankelius, Per (2012). Plogen vände misär till välfärd. *Lantmannen*, nr 7, s. 24–25.

Frankelius, Per (2012). Tippvagnen fick vänta länge på succén. *Lantmannen*, nr 6, s. 18–19.

Frankelius, Per (2012). Trepunkten blev ett vapen mot svälten. *Lantmannen*, nr 5, framsidan samt s. 24–25.

Frankelius, Per (2011). Vad kännetecknar innovativa miljöer? *Nobelvännen* (Medlemstidning för Nobelmuseets Vänner), nr 1, 2011, s. 21-32.

Frankelius, Per och Hedenstierna-Jonson, Charlotte (2010). Uppfinningen som erövrade världen: Stigbygeln. *Mixr* (Internetbaserad mediaportal producerad av LRF Media. De skirver: ” Mixr.se är en produkt från LRF Media. Här finns det bästa från sjutton av förlagets magasin”. <http://www.mixr.se/vetenskap/uppfinningen-som-erovrade-varlden-stigbygeln>

Frankelius, Per och Hedenstierna-Jonson, Charlotte (2010). Stigbygeln: Uppfinningen som erövrade världen. *Vetenskap & Historia*, nr 4, s. 66-71.

Frankelius, Per (2010). Åkerns elegant kom från Kina (Artikel som ingår i artikelserien Plogen, Harven och Välten), *Land Lantbruk*, nr 32, 6 augusti, s. 1, 16-17.

Frankelius, Per (2010). Första harven – en trädgren (Artikel som ingår i artikelserien Plogen, Harven och Välten), *Land Lantbruk*, nr 33, 13 augusti, s. 1, 14-15.

Frankelius, Per (2010). Tungviktaren som packar fälten (Artikel som ingår i artikelserien Plogen, Harven och Välten), *Land Lantbruk*, nr 34, 20 augusti, s. 1, 12-13.

Frankelius, Per och Hedenstierna-Jonson, Charlotte (2010). Stigbygeln – uppfinningen som förändrade världen, *Hästmagazinet*, nr 4, s. 70-74. Detta är ett exempel på forskning som först publiceras i fackpress. Artikeln innehåller nya analyser av stigbygeln utveckling.

- Frankelius, Per (2009). Hemligheten bakom högpresterande miljöer. *Science Park Jönköping Magazine*, Winter, pp. 4-5.
- Frankelius, Per (2009). Myt och verklighet om strategisk kunskap för innovation. *InnovationManagement*, nr. 1, January, Premier Number of this new Magazine (www.innovationmanagement.se).
- Frankelius, Per (2007). Fallet Bränna Getgård – Med tradition som affärsidé. *Entreprenör*, No. 10, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2007). Fallet Dammsugaren – Myten om den mördande konkurrensen. *Entreprenör*, No. 9, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2007). Fallet Sparkling Water – Klok omvärldsanalys ger briljanta affärer. *Entreprenör*, No. 8, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2007). Fallet cykeln – En idé räcker inte för succé. *Entreprenör*, No. 7, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2007). Fallet Eka Chemicals – Goda cirklar ger bra information. *Entreprenör*, No. 6, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2007). Fallet IDA på Irland – Kan man affärsutveckla ett helt land? *Entreprenör* No. 5, pp. 64–65.
- Frankelius, Per (2007). Fallet Fuji/Sakura – När varumärket blir viktigare än varan. *Entreprenör*, No. 4, pp. 64–65.
- Frankelius, Per (2007). Fallet Sölden Bergbahnen – När snö blir tö är det försent. *Entreprenör*, No. 3, pp. 64–65.
- Frankelius, Per (2007). Fallet Bölebyns garveri – Naturprodukterna fler än forskarna hävdar. *Entreprenör*, No. 2, pp. 66–67.
- Frankelius, Per (2007). Fallet med den stulna museimasken – X en verklig faktor att räkna med. *Entreprenör*, No. 1, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2006). Jordbruksinnovationen som förändrade världen – Fallet Harry Ferguson och trepunktslyften. *Entreprenör*, No. 9, pp. 72-73.
- Frankelius, Per (2006). Fallet Walking with Dinosaurs – samverkan med praktiker stärkte forskningen. *Entreprenör*, No. 8, pp. 64–65.
- Frankelius, Per (2006). Fallet Rockoperan The Wall – så skapas mötesupplevelser. *Entreprenör*, No. 7, pp. 56–57.
- Frankelius, Per (2006). Fallet Globen – Från vild vision till klotrund världsattraktion. *Entreprenör*, No. 6, pp. 48–49.

- Frankelius, Per (2006). Fallet Data General – studenter tog projekt till oanade höjder. *Entreprenör*, No. 5, pp. 70–71.
- Frankelius, Per (2006). Fallet Disney – blunder la grunden till filmimperium. *Entreprenör*, No. 4, pp. 64–65.
- Frankelius, Per (2006). Fallet Pyramidbageriet – Kulturkrock blev knäcksuccé. *Entreprenör*, No. 3, pp. 64–65.
- Frankelius, Per (2006). Fallet Ottomotorn – Ju fler innovatörer desto bättre uppfinningar. *Entreprenör*, No. 2, pp. 64–65.
- Frankelius, Per (2006). Fallet Axfood – viktig närkontakt via lådan. *Entreprenör*, No. 1, pp. 56–57.
- Frankelius, Per (2005). Fallet Bildverkstäderna – att tänka längre än läroboken. *Entreprenör*, No. 10, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2005). Fallet Otis – pedagogisk show tog säkerhetshissen till skyarna. *Entreprenör*, No. 9, pp. 64–65.
- Frankelius, Per (2005). Fallet EkoGo – Kunden som fick nog. *Entreprenör*, No. 8, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2005). Forskning på blötdjur ska ge marknadens torraste blöja. Fallet SCA – affärsnytta driver fram grundforskning. *Entreprenör*, No. 7, 21 September, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2005). Är givmildhet en glömd innovationskraft? Fallet LKB – Kärnbolaget. *Entreprenör*, No. 6, 24 August, pp. 54–53.
- Frankelius, Per (2005). Hur håller man ut i väntan på intäkter? Fallet Mackmyra. Rätt tajming, en bra idé och kreativ finansiering. *Entreprenör*, No. 5, 1 June, pp. 58–59.
- Frankelius, Per (2005). *I nytt vatten finns storfisken. Fallet ABU – från fickur till spinnrulle.* *Entreprenör*, No. 4, 20 April, pp. 52–53.
- Frankelius, Per (2005). Resa i Arns fotspår. *Akademikern*, No. 6, pp. 12–13.
- Frankelius, Per (2005). Extraordinära ansträngningar kan löna sig. Fallet Lexus – hur bryter man igenom lojalitet? *Entreprenör*, No. 1, p. 40.
- Frankelius, Per (2005). Upplevelser på hög nivå. Fallet Katolska kyrkan under medeltiden – ett framgångsrikt koncept. *Entreprenör*, No. 1, pp. 41–42.
- Frankelius, Per (2004). Vad betyder Entreprenörskap för orter? Fallet Newcastle – allt började med en svindyr staty. *Entreprenör* No. 9, pp. 52–53.
- Frankelius, Per (2004). Använd kunden som marknadsförare. Fallet Flavia – Gott kaffe till chefen. *Entreprenör* No. 9, p. 53.

Frankelius, Per (2004). Katalogförsäljning när den är som bäst. Fallet Elfa - hur skapar man en bibel för el-folk? *Entreprenör*, No. 8, pp. 46–47.

Frankelius, Per (2004). Har ditt företag ett genomtänkt formspråk? Fallet Tuborg – allt började med en konstnär. *Entreprenör*, No. 8, p. 47.

Frankelius, Per (2004). Res ut i världen så blir du rik. Fallet K A Almgrens sidenväveri – att spinna på andras framsteg. *Entreprenör*, No. 7, 46–46.

Frankelius, Per (2004). Glöm aldrig arenornas betydelse. *Entreprenör*, No. 6, p. 38.

Frankelius, Per (2004). Håll ut – storkovan väntar runt hörnet. Fallet Richard Steiff - ingen björn-tjänst precis! *Entreprenör*, No. 6, p. 38.

Frankelius, Per (2004). Tävlingar kan vara inkörsporren. Fallet Jack Daniel's – Guld blev guld värt. *Entreprenör*, No. 6, p. 39.

Frankelius, Per (2004). Det lockropet hittade hem. Fallet bilföretaget – nyckeln till allt.... *Entreprenör*, No. 6, p. 39.

Frankelius, Per (2004). Övertyga genom utmaningar. Fallet Manpower – huvudet på spiken. *Entreprenör*, No. 6, p. 39.

Frankelius, Per (2004). Alltid först med det senaste. Fallet CNN – folk älskar att håna nytänkare. *Entreprenör*, No. 5, pp. 40–41.

Frankelius, Per (2004). Säg mig vad du sitter på... Fallet Liggunderlaget – namnet kontra verkligheten. *Entreprenör*, No. 5, p. 41.

Frankelius, Per (2004). Kunder belönar lyhörda företag. Fallet Ving: Lyssna, lär och gör sedan något. *Entreprenör*, No. 4, pp. 38–39.

Frankelius, P. (2004). En observation kan betyda så mycket. Fallet Beecham: Insikt blev till handling. *Entreprenör*, No. 4, p. 39.

Frankelius, Per (2004). Kunskap som konkurrensmedel. Fallet Mannheimer Swartling – samlar ihop all företagets kunskap...går det? *Entreprenör*, No. 3, pp. 46–47.

Frankelius, Per (2004). Vadå nytt kunskapssamhälle? Fallet Gustafspinglan – bronsåldersmetoder är inte att förringa. *Entreprenör*, No. 3, p. 47.

Frankelius, Per (2004). Roboten som sålde bilar. Fallet Honda: Konsten att få genomslag på mässor. *Entreprenör*, No. 2, p. 48.

Frankelius, Per (2004). Gjord för rock och rollspel. Fallet HBL: När möjligheterna vidgas. *Entreprenör*, No. 2, p. 49.

Frankelius, Per (2004). Fruktodlaren som blev Sälenfjällens räddare. Fallet Armond Marriot: Oväntade fenomen gav nya affärer. *Entreprenör*, No. 2, p. 49.

Frankelius, Per (2004). Separera guld ur informationshavet. Fallet Gustaf de Laval: Idéerna fanns i en tysk tidning. *Entreprenör*, No. 1, pp. 42–43.

Frankelius, Per (2004). Marknadsför inte fel sak! Fallet Hopkins: Reklam kräver eftertanke. *Entreprenör*, No. 1, p. 43.

Frankelius, Per (2003). Spets ger extra krydda. Fallet Kinnarps – kundintresset och köpkraften kan aktiveras! *Entreprenör* No. 11, pp. 44–45.

Frankelius, Per (2003). Missar kostar pengar. Fallet Hallandsåsen – grundskolans kunskaper inte helt fel. *Entreprenör* No. 11, p. 45.

Frankelius, Per (2003). Kunden har aldrig behov av produkter och teknik! Fallet SKF – Så tillgodoser man kundens egentliga behov. *Entreprenör* No. 11, p. 46.

Frankelius, Per (2003). Konsten att komma fram. Fallet Coming Through – När innovationer inte passar in i regelsystemet. *Entreprenör*, No. 10, pp. 42–43.

Frankelius, Per (2003). Se upp McDonalds! Fallet Café Kårtorp – Nöjda kunder tipsar varandra. *Entreprenör*, No. 9, pp. 43–43.

Frankelius, Per (2003). Strategiskt tänkande när det är som bäst. Fallet Guinness – Hjälp kundens affär. *Entreprenör*, No. 9, p. 43.

Frankelius, Per (2003). Orter viktiga varumärken. Fallet Wasabröd – de ville, men blev stoppade. *Entreprenör*, No. 9, p. 44.

Frankelius, Per (2003). Saltet blev till guld. Fallet Ridderheims – när man vill krydda sin framgång. *Entreprenör*, No. 8, pp. 38–39.

Frankelius, Per (2003). Hur blommar trender upp? Fallet Helley-Hansen – blås när medvinden kommer. *Entreprenör*, No. 8, pp. 40–41.

Frankelius, Per (2003). Spräng gränserna. Fallet InnoCentive – Internet som innovationsbolster. *Entreprenör*, No. 8, pp. 40–41.

Frankelius, Per (2003). Är du också i känslobranchen? Fallet Hammarby Fotboll – en lyckad omvandlingsprocess. *Entreprenör*, No. 6–7, pp.58–59.

Frankelius, Per (2003). Ladda varumärket med värderingar. Fallet Red Bull – Framgång genom hemlig strategi. *Entreprenör*, No. 6–7, pp. 60–61.

Frankelius, Per (2003). Använd dina ögon. Fallet Nissan – kundobservation gav innovation. *Entre-*

prenör, No. 6–7, pp. 60–61.

Frankelius, Per (2003). Att skära av framgång. Fallet Elekta – när det nya möter traditioner. *Entreprenör*, No. 5, pp. 44–45.

Frankelius, Per (2003). Hur lockar man fram nya idéer. *Entreprenör*, No. 5, pp. 44–45.

Frankelius, Per (2003). Låt konsten och Entreprenörskapet gifta sig. Fallet Galleri Platina – Är konkurrensrädslan en farlig låsning? *Entreprenör*, No. 5, p. 46.

Frankelius, Per (2003). Tuffa strapatser ger mervärden. Fallet Landrover – Att ge kunden mer. *Entreprenör*, No. 4, pp. 44–45.

Frankelius, Per (2003). Att blåsa liv i en hel bransch. Fallet Tyska Bryggeriet – När nytänkande slår igenom. *Entreprenör*, No. 4, p. 46.

Frankelius, Per (2003). Så bygger man ett företag. Fallet Benetton – nytänkande på flera fronter. *Entreprenör*, No. 3, pp.44–45.

Frankelius, Per (2003). Rhapsody in Rock blev magik. Fallet Wells/Labero – en ny mix kan ge miljarder. *Entreprenör*, No. 3, p. 45.

Frankelius, Per (2003). Lönsamt efterlikna idoler. Fallet Behringer – Följa John kan vara en utmärkt strategi. *Entreprenör*, No. 3, p. 46.

Frankelius, Per (2003). Skaka liv i en byggd. Fallet Kolmårdens djurpark – När inget är omöjligt. *Entreprenör*, No. 1–2, pp. 44–45.

Frankelius, Per (2003). Bortom Karius och Baktus. Fallet tandborstföretagen – intäkterna beror på din tankeförmåga. *Entreprenör*, No. 1–2, p. 45.

Frankelius, Per (2003). Företag “comittar” sig. Fallet Ikea – seg uthållighet skapar trovärdighet. *Entreprenör*, No. 1–2, p. 46.

Frankelius, Per (2002). Tuffa tävlingar sätt att testa bågen. Fallet Husaberg Motor – snacka om “fighting spirit”. *Entreprenör*, December, pp. 44–45.

Frankelius, Per (2002). Så fel det kan bli... Fallet värktabletten – när reklam skapar ännu mer huvudbry. *Entreprenör*, December, p. 45.

Frankelius, Per (2002). Konsten som inspiration. Fallet Roy Andersson – blick för scengestaltning. *Entreprenör*, December, p. 46.

Frankelius, Per (2002). Till Kina i full skala. Fallet Ostindiefararen – Drakar lyfter bara i motvind. *Entreprenör*, October/November, p. 56–57.

- Frankelius, Per (2002). Brilljant reklam är alltid bra. Fallet U.S. School of Music – När man når människor. *Entreprenör*, October/November, pp. 56–57.
- Frankelius, Per (2002). Gå ihop och gör saker. Fallet Arla Oboe – Den framgångsrika mixen. *Entreprenör*, October/November, p. 58.
- Frankelius, Per (2002). När problem inte har en glasklar lösning. Fallet Älghults Glasbruk – Ibland hopar sig svårigheterna. *Entreprenör*, October/November, p. 58.
- Frankelius, Per (2002). Förvandlingen. *Entreprenör*, October, pp. 40–46. (Artikeln handlar om betydelsen av design samt föreslår ett nytt perspektiv på design. I fokus står djupare dimensioner än bara form och färg.)
- Frankelius, Per (2002). Platens list banade väg. Fallet Göta kanal – konsten att få igenom sina idéer. *Entreprenör*, August, pp. 50–51.
- Frankelius, Per (2002). Steget före alla andra. Fallet Lagerlings – tradition och nytänkande. *Entreprenör*, August, pp. 50–51.
- Frankelius, Per (2002). Belöna idéerna. Fallet Astra – så stimuleras innovationslustan. *Entreprenör*, August, p. 52.
- Frankelius, Per (2002). Ombytta roller. Fallet Cheironstudion – När köparen får marknadsföra sig. *Entreprenör*, August, p. 53.
- Frankelius, Per (2002). Våga ta ställning. Fallet Coop – Företaget med typiska värderingar. *Entreprenör*, August, p. 53.
- Frankelius, Per (2002). Grop fylld med magi. Fallet Dalhalla – kalkbrottet som blev en operascen. *Entreprenör*, June, pp. 44–45.
- Frankelius, Per (2002). En doft av kryddigt Thailand. Fallet ICA – att bemöta mattrender. *Entreprenör*, June, pp. 44–45.
- Frankelius, Per (2002). När startskottet stärker värdet. Fallet Nokia – spektakulära produktlanseringar. *Entreprenör*, June, p. 46.
- Frankelius, Per (2002). Fräckhet gav nöjda kunder – Fallet Rapp's Car Design – Bilplädens comeback. *Entreprenör*, June, p. 47.
- Frankelius, Per (2002). Bondens glassbil. Fallet DeLaval – servicekoncept som växte. *Entreprenör*, June, p. 47.
- Frankelius, Per (2002). När science-fiction blir verklighet. Fallet Kabi – Sveriges mest lyckade riskprojekt, mot alla odds. *Entreprenör*, May, pp. 42–43.

Frankelius, Per (2002). Gräddfilen till succé. Fallet Nostalgia Festival – Tänk i samarbetstermer. *Entreprenör*, May, pp. 42–43.

Frankelius, Per (2002). Bustricket som lyfte företaget. Fallet Stay in Place - En behå hittar sin målgrupp. *Entreprenör*, May, p. 44.

Frankelius, Per (2002). Vägen till kundens kassa går via magen. Fallet Sverige Bygger – måltiden som relationsförstärkare. *Entreprenör*, May, p. 45.

Frankelius, Per (2002). Storslam fem i tolv. Fallet Österby Gjuteri – oväntad order kom på mässan. *Entreprenör*, May, p. 45.

Frankelius, Per (2002). Med koranen som språngbräda. Fallet Touch & Turn – Får boken i datorn att vända sidor. *Entreprenör*, April, pp. 48–49.

Frankelius, Per (2002). Pricksäker strategi. Fallet Jon van Leuven – drog en extra slutsats. *Entreprenör*, April, pp. 48–49.

Frankelius, Per (2002). Leve asfalten. Fallet Malmö – ett stort lyft för stadskärnan. *Entreprenör*, April, p. 50.

Frankelius, Per (2002). Det går lika bra med turbin. Fallet Stal – vände hot till möjlighet. *Entreprenör*, April, p. 51.

Frankelius, Per (2002). Kundkluster som marknad. Fallet Roxtec – sinnrik exportstrategi gav tillväxt. *Entreprenör*, April, p. 51.

Frankelius, Per (2002). Det krävs nya modeller för att förstå omvärlden. *MiG-Aktuellt* (Tidning som ges ut av Marknadsföreningen i Göteborg), No. 1, pp. 36–37.

Frankelius, Per (2002). Framsynt investering. Fallet ABBA - spetsteknik låg bakom deras sound. *Entreprenör*, March, pp. 48-49.

Frankelius, Per (2002). www mer än ett skyltfönster. Fallet ÖLM - en lagerbetjänt som säljer. *Entreprenör*, March, pp. 48-49.

Frankelius, Per (2002). Med sikte på utlandssvenskar. Fallet Svenssons - en smart exportsatsning. *Entreprenör*, March, p. 50.

Frankelius, Per (2002). Svarta T-forden ett genidrag. Fallet Ford - visste vad kunden ville ha. *Entreprenör*, March, p. 51.

Frankelius, Per (2002). Till väders igen. Fallet Zeppelinaren - ett arbete i motvind. *Entreprenör*, March, p. 51.

Frankelius, Per (2002). Affärer i Arns fotspår. Fallet Forshems Gästgivaregård – Omsättningen tredubblades. *Entreprenör*, February, pp. 46-47.

- Frankelius, Per (2002). Katastrofer kan vara en motor för framsteg. Fallet MAN - en ovanlig brandbil. *Entreprenör*, February, p. 47.
- Frankelius, Per (2002). Den geniala Exponeringen. Fallet Ultraförlaget - Nytt ställ lyfte försäljningen. *Entreprenör*, February, p. 48.
- Frankelius, Per (2002). En marknadsanalys som brast. Fallet Contactum - När 1+1 inte blir 3. *Entreprenör*, February, p. 49.
- Frankelius, Per (2002). Att gå till sig själv. Fallet Sony - plagiat vägen till originalitet. *Entreprenör*, February, p. 49.
- Frankelius, Per (2001). Att skapa sin egen nisch. Fallet Storhogna Högfjällshotell och SPA. *Entreprenör*, December, pp. 46–47.
- Frankelius, Per (2001). Inspiration för designarbete. Fallet Nobelmuseet – När idén kom från tvätten. *Entreprenör*, December, p. 47.
- Frankelius, Per (2001). Den perfekta PR-kuppen. Fallet Karlssons klister – Innan event marketing var fött. *Entreprenör*, December, p. 48.
- Frankelius, Per (2001). Det perfekta namnet. Fallet Här går man – ett litet företag med attityd. *Entreprenör*, December, p. 48.
- Frankelius, Per (2001). Att ta sig ur en katastrof. Fallet Intel – Klagande kunder är guld värd. *Entreprenör*, December, p. 49.
- Frankelius, Per (2001). Produkten är viktigast. Fallet Strix. När idén fångas in på mässan. *Entreprenör*, December, p. 49.
- Frankelius, Per & Östgren, K. (2001). Golvleverantören som slutar sälja golv vänder upp och ned på branschlogiken. *Sälj & Marknadsföring*, No. 9, framsida samt pp. 20–22.
- Frankelius, Per & Östgren, K. (2001). 10 vinnande strategier. *Sälj & Marknadsföring*, No. 9, framsida samt pp. 23-26.
- Frankelius, Per (2001). Att segla i positiva vindar. Fallet Eva Dahlgren och Andersson Records. *Entreprenör*, November/December, pp. 46–47.
- Frankelius, Per (2001). Verkstaden som marknadsföring. Fallet Nord West Yachts AB. *Entreprenör*, November/December, p. 47.
- Frankelius, Per (2001). Relationsmarknadsföring när den är som bäst. Fallet Promotor – när kunderna försvarade företaget. *Entreprenör*, November/December, pp. 48–49.

Frankelius, Per (2001). Att trampa på en affärsmöjlighet. Fallet Geos – och sedan gå vidare. *Entreprenör*, November/December, p. 49.

Frankelius, Per (2001). Det går visst att förutse framtiden. Fallet Trankometer – vad god dröj...inte! *Entreprenör*, November/December, p. 49.

Frankelius, Per (2001). Världen är inte vad den har varit. *Professionellt Styrelsearbete*, No. 3, förstasidan samt p. 4. (*Professionellt Styrelsearbete* ges ut av StyrelseAkademin i samarbete med Ekerlids Förlag).

Frankelius, Per (2001). Att bryta tusenåriga vanor. Fallet gummihästskon. *Entreprenör*, November, pp. 60–61.

Frankelius, Per (2001). Att tänka det som andra inte tänkt. Fallet Morris Mini. *Entreprenör*, November, pp. 60–61.

Frankelius, Per (2001). Faran med teknikfokusering. Fallet OptiSensor. *Entreprenör*, November, pp. 62–63.

Frankelius, Per (2001). Att förstå kundens omvärld. Fallet Väderstad-verken AB. *Entreprenör*, November, p. 62.

Frankelius, Per (2001). Att tänka flera steg framåt. Fallet Munkedals. *Entreprenör*, November, p. 63.

Frankelius, Per (2001). Från ingenting till megasuccé på ett år. *Entreprenör*, November, p. 63.

Frankelius, Per (2001). Den lysande omprofileringen - Fallet Stadium. *Entreprenör*, October, pp.58-59.

Frankelius, Per (2001). Symbolernas betydelse - Fallet Busslink. *Entreprenör*, October, p. 59.

Frankelius, Per (2001). Att leta kunder över hela världen - Fallet Plymo Vent. *Entreprenör*, October, p. 60.

Frankelius, Per (2001). När kreativiteten blomstrar - Fallet Sandvik Coromant. *Entreprenör*, October, p. 60.

Frankelius, Per (2001). När man inte tror det är sant är det ofta sant - Fallet Eastern Meat Farms. *Entreprenör*, October, p. 61.

Frankelius, Per (2001). När "faktor X" ger nya affärer och marknader - Fallet Moälvens Sågverk. *Entreprenör*, October, p. 61.

Frankelius, Per (2001). Att skapa kreativ pånyttfödelse – Fallet Gränsfors Bruk. *Entreprenör*, September, pp. 62–63.

- Frankelius, Per (2001). Färger kan vara ett perfekt ledmotiv – Fallet Ericsson. *Entreprenör*, September, p. 64.
- Frankelius, Per (2001). Att lägga energin på rätt kundämnen – Fallet Klippman. *Entreprenör*, September, p. 65.
- Frankelius, Per (2001). Kreativ lösning på logistikproblemen – Fallet Herb Miller. *Entreprenör*, September, p. 65.
- Frankelius, Per (2001). När affärsidén är rätt men tidpunkten fel – Fallet Meaning Green. *Entreprenör*, September, p. 66–67.
- Frankelius, Per (2001). Rätt design ger kunden trygghet – Fallet brandbussen: Det viktiga signalspråket. *Entreprenör*, vecka 25, pp. 20–21.
- Frankelius, Per (2001). Ny inspiration är skapandets motor – Fallet film och musik: Kreativitet genom intryck. *Entreprenör*, June-July, pp. 62-63.
- Frankelius, Per (2001). Att ta vara på möjligheter. Fallet Hasselblad: Gör någonting bättre. *Entreprenör*, June-July, p. 63.
- Frankelius, Per (2001). Magnetkluster som framgångsfaktor. Fallet Deira Gould Soug i Dubai: Lönsam konkurrens. *Entreprenör*, June-July, pp. 64-65.
- Frankelius, Per (2001). Att hitta kunder kräver eftertanke. Fallet termometerföretaget: Ny användning. Nya kunder. *Entreprenör*, June-July, p. 65.
- Frankelius, Per (2001). Att aktivera kundernas alla sinnen. Fallet Harley-Davidson: En arena för kundmöten. *Entreprenör*, June-July, p. 66.
- Frankelius, Per (2001). Kreativa metoder för att få nya kunder. Fallet brunnsborring: Kombinera informationskällor. *Entreprenör*, June-July, pp. 62-63.
- Frankelius, Per (2001). Världen är inte vad den har varit. *NFF-nytt*, No. 2, 7 May, pp. 8–10. NFF-nytt utges av Nordisk Företagsekonomisk Förening.
- Frankelius, Per (2001). Volvoreklamen bakom ishotellets världsrykte. *Entreprenör*, premiärnumret, vecka 19, pp. 64–65.
- Frankelius, Per (2001). Så fångas kunden innan han köper: Fallet Rolls-Royce. *Entreprenör*, premiärnumret, vecka 19, p. 65.
- Frankelius, Per (2001). Design viktig även för pallspikare: Fallet IMH Industrier. *Entreprenör*, premiärnumret, vecka 19, p. 66.
- Frankelius, Per (2001). Branden där Nokia tog ett steg framåt. *Entreprenör*, premiärnumret, vecka 19, p. 67.

- Frankelius, Per (2001). Ett växthus i storföretaget: Fallet ABB Future Center. *Entreprenör*, premiärnumret, vecka 19, p. 68.
- Frankelius, Per (2001). Omvärldsanalys – Världen är inte vad den har varit. *Högskolenytt*, våren, pp. 5–6.
- Frankelius, Per (2000). En värld av möten. *Event&ExpoMarketing*, No. 2, pp. 28–29.
- Frankelius, Per (1999). Frizon. *Phorum* (Personaltidning för anställda inom Pharmacia & Upjohn), No. 3, p. 2. *Artikeln handlar om betydelsen av möten och mötesarenor.*
- Frankelius, Per (1999). Den nygamla ekonomin. *Dolly/Finanstidningen*, December, p. 32 och 78.
- Frankelius, Per (1999). Den nya marknadsföringen. *Entrepreneur*, No. 1, pp. 20–27.
- Frankelius, Per (1999). Vaska guld ur omvärlden. *Entrepreneur*, No. 3, June–July, pp. 15–16.
- Frankelius, Per (1999). De “nya” kunderna kräver nya marknadsgrepp. *Entrepreneur*, No. 1, p. 27.
- Frankelius, Per (1999). Kirurgisk marknadsföring. *Entrepreneur*, No. 2, April, pp. 13–16.
- Frankelius, Per (1998). Fånga världen i flykten. *Media Intelligence*, No. 4, p. 5 och 17.
- Frankelius, Per (1998). Relationer ger affärer. *På Direkten*, No. 4, pp. 5–6.
- Frankelius, Per (1998). Om att nå människors inre tankevärld – kan symfonitänkande vara nå't? *MiG-Aktuellt*, Vol. 13, No. 7, pp. 32–34.
- Frankelius, Per (1998). Möten ger rätt ton i kommunikation. *Resumé Direkt*.
- Frankelius, Per (1997). Kirurgisk marknadsföring. *Telia Atargos hemsida* (www.atargo.se) hösten 1997. Elektronisk artikel om den kirurgiska företagsfilosofin.
- Frankelius, Per & Rosén, C-G. (1995). Är det vägen som är mödan värd? *Den Svenska Marknaden*, Vol. 50, No. 3, pp. 12–13. *Artikeln handlar om informationsteknologidebatten och om olika sätt att skapa nytta med informationsteknologiska nätverk.*
- Frankelius, Per (1995). Vilka krafter driver på förändringar? *Den Svenska Marknaden*, Vol. 50, No. 3, p. 13. *Artikeln handlar om olika faktorer som påverkar och driver fram olika marknadskommunikationsstrategier.*
- Frankelius, Per (1994). Kundvård eller kundfiske eller...? *Den Svenska Marknaden*, årgång 49, December, pp. 24–25.
- Frankelius, Per (1994). Matchning – ny trend i Marknads-Sverige. *Den Svenska Marknaden*, årgång 49, December, pp. 26–28.

- Frankelius, Per (1994). På jakt efter intäktsskapande idéer. *Medlemsbladet No. 84 för Data 3 föreningen*, September, pp. 16–17.
- Frankelius, Per (1994). Det är informationen vi vill åt. *Corporate Computing*, October, p. 12. Artikeln handlar om användningen av elektroniska motorvägar.
- Frankelius, Per (1994). Riskbedömning – Nya metoder & Verktyg. *Den Svenska Marknaden & KnowHow*, No. 3, p. 14. 1994.
- Frankelius, Per (1994). Lär samhället “konfronteras” med universiteten! *Den Svenska Marknaden & KnowHow*, No. 3, p. 15.
- Frankelius, Per (1994). Är personalfunktionens bild av omvärlden fel? *Personalarbete & Ledarskap*, No. 4, p. 43.
- Frankelius, Per (1992). Kunskapsföretag eller industri? *Den Svenska Marknaden KnowHow*, No. 6, s 11. *Om möjligheten att satsa på kunskapsföretag utan en svensk traditionell basindustri.*
- Frankelius, Per (1992). Gör det lätt för kunden att svara. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, No. 5, s 11. *Om att utforma svarstalonger.*
- Frankelius, Per (1992). Känn din kund. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, No. 5, s 10. *Om att definiera kunder och att skaffa fram information om nya kunder.*
- Frankelius, Per (1992). Vad sägs om ett nytt huvud – tio gånger större! *Den Svenska Marknaden KnowHow*, No. 5, s 9. *Om att bygga interna omvärldsdata-baser.*
- Frankelius, Per (1992). Vet du egentligen vad “DM” betyder? *Den Svenska Marknaden KnowHow*, No. 5, s 7.
- Frankelius, Per (1992). Att tackla svallande vågor – Strategens svåraste nöt? *Den Svenska Marknaden KnowHow*, No. 5, s 5–6. *Om att klargöra och tillgodose informationsbehov.*
- Frankelius, Per (1992). Så förbättrar du din omvärldsinformation: Räkna med att din information kostar. *Corporate Computing*, June, s 127. *Om en metod för att räkna ut värdet av olika typer av information.*
- Frankelius, Per (1992). Vilken kunskap? *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 3, s 14–15. *Om att klassificera olika kunskaper om omvärlden som ett företag behöver för att driva sin affärsidé.*
- Frankelius, Per (1992). Sällsynta Jackpots. *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 4, s 13. *Om hur lågkonjunkturen beskrivs i svenska företags årsredovisningar samt hur högskolor skall agera – tänka fritt eller göra som man gör i företag.*
- Frankelius, Per (1992). Kunskap – inte konkurrens. *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 3, s 10. *Om åtgärder för att få fart på svenska småföretag och svensk industri.*

Frankelius, Per (1992). Varning för "Högskole-Taylorism". *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 3, s 9–10.

Frankelius, Per (1992). Så förbättrar du din omvärldsinformation – Räkna med att din information kostar. *Corporate Computing* (Strategen), June, s 127. *Om en metod för att beräkna värdet av information d v s nyttan i relation till kostnader.*

Frankelius, Per (1992). Lönsamhet i svensk High-tech. *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 2, s 14.

Frankelius, Per (1992). Ideon i Lund för Sveriges framtid. *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 2, s 12–13.

Frankelius, Per (1992). Äntligen en framtidsbransch för Sverige?. *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 2, s 11. *Om att satsa på industriprodukter i svenskt jordbruk.*

Frankelius, Per (1992). Simon och nobelpriset. *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 2, s 10.

Frankelius, Per (1992). Det talas om beslut. *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 2, s 9–10. *Om olika teorier runt beslut och beslutsfattande.*

Frankelius, Per (1992). Rätt affärsidé ger dig ökad lönsamhet? *Den Svenska Marknaden KnowHow*, February, s 5. *Om att använda affärsidén som verktyg för att strukturera tänkandet i affärsverksamhet.*

Frankelius, Per (1991). Mer känsla i marknadsföringen. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, November, s 15. *Om att skriva mer personligt och udda.*

Frankelius, Per (1991). Strategisk tankeställare: Konkurrens på icke lika villkor. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, November, s 10.

Frankelius, Per (1991). Venture Capital – öppning för svensk framtid. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, November, s 9.

Frankelius, Per (1991, October). Information viktigare än många tror. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, 9–10

Frankelius, Per (1991, October). Kirurgisk marknadsföring. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, p.13

Frankelius, Per (1991, September). Ökad lönsamhet i high-tech-företag genom omvärldsinformation. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, 17–18.

Frankelius, Per (1991, September). Ökad konkurrenskraft med kunskap om omvärlden. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, p. 18.

Frankelius, Per (1991, September). Ökad lönsamhet i high-tech-företag genom omvärldsinformation. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, 17–18.

Frankelius, Per (1991, June). Forskning om informationskällor för marknadsinformation. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, pp. 23–24.

Frankelius, Per (1991, June). En ny syn på företagande breder ut sig. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, p.19.

Frankelius, Per (1991, June). Life time value ny fart på gammalt begrepp. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, pp.17–18.

Frankelius, Per (1991, June). Hur skall vi minska avståndet mellan forskning och praktik?. *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, p.17.

4. Research information

Publications (informing about research)

Agebjörn, Anika med foto av Per Frankelius (2012). Kreativa möten hos Vreta Kluster, Webbnyheter från Linköpings universitet, den 23 oktober 2012 (<http://www.liu.se/sustainable/gin2012/news-in-full?l=sv&newsitem=412231>)

Frankelius, Per (2009). Därför skrev vi boken Värdeskapande möten. *Högskolenytt* (Liber Ekonomi), nr 1, p. 26.

Frankelius, Per (2008). Möten förändrar världen. *minST: Nyhetsbrev från Expertkompetens mikro/nano systemteknik* (Mälardalens högskola, KK-stiftelsen, Imego, Tekniksa högskolan Jönköping, Högskolan I Halmstad och KK-stiftelsen), November, s. 1.

Frankelius, Per (2008). Därför skrev vi boken Värdeskapande möten. *Högskolenytt* (Liber Ekonomi), nr 3, frontpage and p. 13.

Andersson, C. & Frankelius, Per (2005). Creative Business Management. *Intermezzo* (ges ut av Svenska Artisters och Musikers Intresseorganisation, SAMI), No. 4, pp. 20–21.

Frankelius, Per & Bodin, L. (2000). *Forskning om elektroniska affärer – En unik satsning vid Örebro universitet* (Research about electronic business – A unique commitment from Örebro University). Örebro: Department of Economics, Statistics and Informatics (Institutionen för ekonomi, statistik och ADB) at Örebro University.

Frankelius, Per (1997). Ny bok om företagande i förändring – med tonvikt på marknadsföringens utveckling i teori och praktik. *Högskolenytt*, hösten, pp. 4–5.

Frankelius, Per (1995). Nya frukter från kreativitetens träd ger lyft för marknadsföringen. *Direkt-kommunikation*, No. 1, (Tidning som ges ut av Posten Brev). pp. 5–9.

Frankelius, Per (1992). Vad är ditt verkliga informationsbehov?. *Teknik, affärer, ledarskap – STF's konferensprogram för Tekniska Veckan 1992*, s 36.

Frankelius, Per (1992). DM-branschen i stor undersökning. *Den Svenska Marknaden Know-How*, No. 3, s 17. *Om ett forskningsprojekt vid DM Centre*.

Frankelius, Per (1990). Ett projekt vid DM Centret (A project at the CM Centre). In documentation material from the course *Kurs för envisa marknadsförare*. Stockholm: Statistics Sweden.

Websites (research information)

www.gronovation.com – website for the project ”Grönovation” funded by Vinnova (launched in September 2013).

www.global-vision.se – International website about the EU funded research and development project Global Vision (Launched April 2011).

www.hollstad.com – webstite for research and development related to agriculture.

www.frankelius.com – webbplats som bl.a. tjänar som portal till flera andra webbplatser relaterade till Per Frankelius (Launched 1 January 2001).

www.swedgrad.se – en webbplats för den nybildade Swedish Graduate School of Business vid Örebro universitet och Mälardalens högskola. Gjordes i samarbete med Fredrik Karlsson. Utvecklades under 2006 och lanserades 2007.

www.foresightlaboratory.se – en webbplats för forskningssatsningen Foresight Laboratory vid Örebro universitet. Gjordes tillsammans med Fredrik Karlsson. Lanserades under 2004.

www.marknadsinfo.nu – student aid developed by Per Frankelius for the book *Information för marknadsföringsbeslut*, 4th Edition. Göteborg: IHM Publishing (2001). Launched May 2001.

www.frankelius.com/student (pedagogic material for students relaxade to management, marketing and innovation). Launched 1 January 2001.

[www.oru.se/esa/elektroniska affärer](http://www.oru.se/esa/elektroniska%20aff%C3%A4rer) – webbplats som beskriver forskningsprofilen elektroniska affärer och logistik vid Örebro universitet. Lanserades den 4 October 2000.

www.fairlink.se (my part was ”Mässportalen” launched 1999).

www.liber.se (website for the book ”Omvärldsanalys”, launched 2001).

www.liber.se (website for the book "Kirurgisk marknadsföring", launched 1997).

5. Debate articles etc.

Frankelius, Per (2014). Lantbruk – dåtidsbransch eller framtidsbransch? *Land Lantbruk*, nr 36, 7 november, s. 2.

Frankelius, Per & Eklund, Mats (2014). Instabila spelregler och förbud hämmar innovation. Göteborgs-Posten (GP), 16 augusti 2014. Finns på webben: <http://www.gp.se/nyheter/debatt/1.2458493-instabila-spelregler-och-forbud-hammar-innovation>

Frankelius, P. (2014). Satsa mer pengar på gröna innovationer. ATL (Lantbrukets Affärstidning), 12 augusti, s. 2. <http://www.atl.nu/synpunkten/satsa-mer-pengar-p-gr-na-innovationer>

Frankelius, P. (2014). Nya innovationer kan lyfta jordbruket. *Ny Teknik*, nr 10, 5 mars, s. 28–29.

Frankelius, P. (2014). Hög tid för en ny agrar revolution. *Land Lantbruk*, nr 9, 29 februari, s. 2.

Frankelius, P., Goldman, H., Mickos, K., Norrman, C., Johnsson, G., Jeggefors, K., Larsson, P., Mohr, M., Olsson, M. and Stoltz, K. (2013). Upp med alla idéer ur byrålådan, *Ny Teknik*, nr 10, 6 mars, s. 32–33. Handlar om betydelsen av uppfinningar och skrevs i anslutning till lanseringen av Vinnovareporten på samma tema.

Frankelius, Per (2012). Bara forskning räcker inte. *Dagens Industri*, 5 mars, s. 3. Handlar om komplexiteten i avancerade läkemedelsföretag, forskningspolitik och innovatonsbegreppet.

Frankelius, Per (2012). Bara forskning räcker inte. *DI.se* (Dagens Industris Webbtidning), 5 mars (www.di.se).

Frankelius, Per (2010). Kommunikation nyckeln till innovation. *Dagens Media* (www.dagensmedia.se), publicerad 6 september.

Frankelius, Per (2010). Örebro har chans att bli världskänt. *Nerikes Allehanda*, 26 april, s. 22. Handlar om gamla ekonomiska omvärldsmodeller och kontrasten mot händelser av typen vulkanaskan som lamslog flyget under 2010.

Frankelius, Per (2010). Marknadsföring är strategiskt viktigt för Sverige – men eftersatt. *Dalslands Affärer*, nr 1, mars, framsida samt s. 15.

Frankelius, Per (2010). Sverige har inte förstått betydelsen av marknadsföring. *Svenska Dagbladet*, Brännpunkt, 15 januari (www.svd.se).

- Frankelius, Per (2010). Konsekvent att Saab försvinner. *Dagens Industri*, 14 januari, s. 4. Artikeln handlar om betydelsen och innebörden av marknadsföring som kunskapsområde.
- Frankelius, Per (2009). Behöver svensk innovationspolitik en ny teori? *Gränsbrytning*, nr 4, s. 8–9.
- Frankelius, Per (2009). Korsberfruktning av kunskapsvärldar. Glöm nanoteknik: Det är speciella former av utvecklade möten allt handlar om. *Nerikes Allehanda*, 31 januari, s. 38.
- Frankelius, Per (2008). Är tiden kommen för ett naturekonomiskt perspektiv? *IVA-aktuellt*, Publication from Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (The Royal Swedish Academy of Engineering Sciences), No. 4, May, p. 17.
- Frankelius, Per (2008). Sverige behöver en naturekonomisk politik. *Nya MiljöAktuellt och Dagens Miljö*, Vol. 35, No. 3, p. 6.
- Frankelius, Per (2008). Pirate-Bay-målet får konsekvenser. *Dagens Industri*, 13 febr, p. 4. Debattartikel om upphovsrättens betydelse för Europas historiska utveckling.
- Frankelius, Per (2008). Sverige behöver en naturekonomisk politik. *Nya MiljöAktuellt och Dagens Miljö*. Webbtidning införd 11 feb., www.miljoaktuellt.se
- Frankelius, Per (2008). Vägskalet för det kreativa samhället – Det västerländska undret gav oss penicillin, insulin och Gibsongitarrer. *Nerikes Allehanda*, 9 February, p. 38. Debattartikel om urlakningen av äganderätten som följd av attityder kring nedladdning av musik.
- Frankelius, Per (2008). Hållbar miljöpolitik. *Aktuellt i Politiken*, måndagen den 14 January, pp. 12–13. Även på nätet: <http://www.aip.nu/aip/smpage.fwx?page=119&recid=7#>
- Frankelius, Per (2007). När vetenskapen triumferar – tankar kring rymdäventyret. *IVA-aktuellt*, Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (The Royal Swedish Academy of Engineering Sciences), No. 1, February, p. 17.
- Frankelius, Per (2007). Behovsmotiverad triumf i rymden. *Vinnovanytt*, No. 1, February, pp. 14.
- Frankelius, Per (2006). Rymdäventyret mer än bara teknik. Begrepp eller subjektivitet mindre viktigt när raketmotorn måste starta. *Nerikes Allehanda*, 14 December, p. 38.
- Frankelius, Per (2006). När vetenskapen triumferar – tankar kring rymdäventyret. *Linköpings Tidning*, 13 December.
- Frankelius, Per & Hultman, C. (2003). Dags igen för något nytt i det akademiska landskapet? *Öret* (Örebro studentkår), No. 4, p. 8.
- Frankelius, Per (2000). Marknadsföringen av Sverige måste följa sin tid. *Dagens Industri*, 16 August, p. 4.
- Frankelius, Per (1999). Svälj inte Porter. *Veckans Affärer*, No. 49, 6 December, p. 8.

- Frankelius, Per (1998). Kreativa kombinationer: DM är omodernt, framtidens marknadsföring är en symfoni. *Resumé Direkt*, No. 36.
- Frankelius, Per (1996). Skyll inte bara på kunderna. *Resumé Direkt*, i Resumé, No. 14–17, 28 March, p. 12 (baksidan i deltidningen Resumé Direkt).
- Frankelius, Per (1996). Ett rättvist antagningssystem. *Akademix*, No. 5, 5 September, p. 4.
- Frankelius, Per (1996). Gamla kunder räcker inte! *Dagens Industri (Dialog)*, 11 March, p. 4.
- Frankelius, Per (1996). Kompetensen kostar också. *Expressen*, 5 February.
- Frankelius, Per & Rosén, C-G. (1995). Informationsbrist kan ge miljardförlust. Utbildningssystemet och svensk industri har lett till brist på omvärldsinformation. *Corporate Computing*, January, p. 10.
- Frankelius, Per (1994). Är det oss det är fel på? *Civilekonomen*, No. 6, pp. 26–27.
- Frankelius, Per (1994). Trångsynt värdering. *Dagens industri*, 13 January. *Om att beakta omvärldsfrågor vid kreditgivning samt att klargöra sitt informationsbehov mm.*
- Frankelius, Per (1994). Kvalitetssatsningen – en papperstiger?. *Civilekonomnytt*, No. 1, p. 18.
- Frankelius, Per (1994). Driver du kvalitetsprojekt utan kunskap om kunden?. *Småföretag & Utveckling (NUTEKs tidning)*, No. 1, p. 26.
- Frankelius, Per (1993). Svenska företag brister – Kunden i centrum men bara på papperet?. *Nerikes Affärer*, 8 December 1993. *Om kopplingen mellan kundvård och annat inom marknadsföringssidan å ena sidan och kvalitetskoncepten å andra sidan.*
- Frankelius, Per (1993). Driver du kvalitetsprojekt utan kunskap om kunden? *Resumé* No. 49–52.
- Berzelius, C. & Frankelius, Per (1992). Carl Bildt ger fel råd. *Dagens Industri*, 6 May. *Om svensk hjälp till mindre teknologidrivna företag.*
- Frankelius, Per (1991). Krisen en fråga om information. *Göteborgsposten*, 22 November. *Om bankkrisen och bankernas behov av att vara informerade om sina kunders affärsverksamhet.*
- Frankelius, Per (1991). Bankkrisen – ett informationsproblem? *Affärsekonomi Management*, November 1991.
- Frankelius, Per (1991). Konsten att nå lönsamhet i export av miljöteknik. *Miljö i Sverige*, (5), 11–13.
- Frankelius, Per (1991). Vi måste lära oss Business Intelligence. *Marknadstendenser*, June, 58.

Frankelius, Per (1991, 11 April) Svenska företag är dåliga på att bevaka omvärlden. *Dagens industri*.

6. Policy-related reports and vision documents

Strålsjö, L. (Red.) (2015). *Lantbruk och trädgård 2030 – En nationell strategisk forsknings- och innovationsagenda*. Stockholm: Stiftelsen lantbruksforskning. En agenda framtagem genom ett antal workshops under 2014 med bland andra Per Frankelius som medverkande. Arbetet sker på initiativ av VINNOVA, Energimyndigheten och Formas.

Brieze, Inga; Frankelius, Per; Gabrielsson, Nils; Hultman, Claes; Kalvet, Tarmo; Seger Kirsten and Valdmaa, Kaija (2012), *Joint strategy and action plan for the clean technologies sector in the Baltic Sea Region* (Report from the Central Baltic Interreg IVA project “Enabling a Global Vision for the Baltic Cleantech Industry”), Örebro: Örebro University, School of Business.

Frankelius, Per (2010). "Innovativa miljöer". I Magnus Persson: "Idéstudier - så når vi målen", Örebro: Regionförbundet Örebro, s. 50-66.

Frankelius, Per (Red.) (2009). *The Heart of Sweden – Regional utvecklingsstrategi för Örebroregionen 2010-2025* (Dialogremiss juni 2009). Örebro Regionförbundet Örebro.

Gidlund, J. & Frankelius, Per (2003). *Innovativa processer* (Innovative Processes). The Swedish Government Official Reports SOU 2003:90. Stockholm: Ministry of Education and Research (Utbildningsdepartementet) and Fritzes/Nordstedts Juridik. 353 pp.

Granskningsnämnden för TV och Radio (2009). Remissyttrande till Kulturdepartementet gällande betänkandet “En ny radio- och TV-lag” (SOU 2008:116) och Radio- och TV-verkets rapport “Vidaresändningsplikt i kabelnät”. Det svenska betänkandet var en följd av det större Europeiska s.k. AV-direktivet. Remissarbetet gjordes våren 2009 (rapport 16 mars) genom min roll som ledamot i Granskningsnämnden för TV och Radio.

Riksbankens Jubileumsfond (2006). *Redogörelse till riksdagen 2006/07:RJI - Styrelsen för Stiftelsen Riksbankens Jubileumsfonds berättelse över fondens verksamhet och förvaltning under år 2006*. Stockholm: Stiftelsen Riksbankens Jubileumsfond. (Innehåller bl.a. information om forskningsprojektet Linné i nytt ljus av Per Frankelius).

Hultman, C. & Frankelius, Per (Eds.) (2005). *Swedish Business School. En analys, en idé, en vision, ett förslag, en uppgift och en möjlighet* (Swedish Business School. An analysis, an idea, a vision, a suggestion, a challenge, and a possibility). Örebro: Örebro University. ISBN 91-7668-429-6.

Frankelius, Per & Karlsson, F. (2005). *Foresight Laboratory: Var står vi och vart går vi?* (Foresight Laboratory: Where are we and where do we go? Proceeding from Seminar at the Observatory/The Royal Swedish Academy of Sciences Kungl. 30 September 2005. Örebro: Örebro University.

Niklas Karlsson, N., Svensson, E. och Frankelius, Per (2005). "Statistiskt förhållningssätt och kompetens i framtidens X-school". (A statistical perspective and statistical competence in the X school of the future). In C. Hultman & P. Frankelius, (Eds.) *Swedish Business School. En analys, en idé, en vision, ett förslag, en uppgift och en möjlighet* (Swedish Business School. An analysis, an idea, a vision, a suggestion, a challenge, and a possibility). Örebro: Örebro universitet, pp. 191–192.

Frankelius, Per (2005). *REMISS: Departementspromemorian (Ds 2004:46) "Tänka om världen"*. (Referral: Ministry memorandum "Think about the world"). Referral from Örebro University regarding business intelligence at the Ministry of Foreign Affairs. Örebro: Örebro University. Partly published in Gudmundson & Lekander (2005). *Sammanställning av remissyttranden över departementspromemorian (Ds 2004:46) Tänka om världen* (UD2004/61208/ANA). Stockholm: Rege- ringskansliet, Ministry of Foreign Affairs.

Frankelius, Per (2004). Nordiska Ministerrådet/Utbildningsdepartementet/Örebro universitet: Analys och remissyttrande av vitboken *NORIA. Nordisk forskning och innovation – globalt ledande genom ökat samarbete* (av professor Gustav Björkstrand) som handlar om att utveckla Norden till en ledande region för forskning och innovation. Analysen mynnade ut i mycket kritiska slutsatser och behandlades av rektor och i Örebro universitets ledningsgrupp innan det översändes till departemen- tet.

Frankelius, Per (Ed.) (2003). *Det värdeskapande universitetet* (The value-creating university). Final report from the vision group Regional innovation systems (presented 29 August). Örebro: Örebro University. This text was one vital part of the overall vision document of Örebro university entitled "Det unga universitetet för växande människor – Vision för Örebro universitet 2015 (Örebro: Öre- bro University, 2004).

7. Other publications

Frankelius, Per (2011). Rusta stallet inför vintern med rätt värmefläkt (Promemoria för tidningen Ridsports läsare). Publicerad på hemsidan www.tidningenridsport.se den 10 november 2011 I an- slutning till artikel om samma rapport: Andersson, Ingrid (2011). Viktigt att välja rätt värmefläkt i stallmiljö. *Tidningen Ridsport*, nr 22, s. 14-15.

Frankelius, P., Karlsson, M-A. & Andersson, C. (Ed.) (2007). *Att attrahera och kommunicera med ungdomar – Analys av ungdomars villkor och önskemål kring Vasaloppet i framtiden* (Attracting and communication with young people: Analysis of conditions and wants related to Vasaloppet). Tällberg and Örebro: Creative Business Management.

Karlsson, M-A., Andersson C. och Frankelius, Per (Ed.) (2007). *Konsten att hålla engagemanget på topp – Analys av idealismens villkor och Vasaloppets funktionärer i framtiden* (The art of keeping engagement high: Analysis of the engagement of idealism among functionaries around Vasaloppet). Rättvik: Creative Business Management and Örebro University.

Naprelac, I., Karlsson, M-A., Andersson C. och Frankelius, Per (Ed.) (2006). *Nya spår – Analys och idéer till utveckling av Vasaloppet* (New tracks – Analysis and ideas for development of Vasaloppet). Rättvik: Creative Business Management and Örebro University.

Ohlin, F., Norgren, K., Johansson, B. & Frankelius, Per (Eds.) (2005). *Vasaloppet nu och i framtiden – Analys och förslag* (Vasaloppet now and in the future). Rättvik: Creative Business Management and Örebro University.

Frankelius, Per & Hasselqvist, E. (2005). *Intryck från Liverpool Academy of Performance Art*, Rättvik: Persborgs Ideella Förening och Örebro Universitet.

Frankelius, Per (2001). *Musikbranschen – Problem, fenomen och utmaningar*. Örebro: Örebro universitet.

Högskola & näringsliv i kreativ samverkan för tillväxt 2000 (Universities and industry in cooperation for growth) (2002). Göteborg: Teknikbrostiftelsen i Göteborg.

8. Impact – media coverage

Articles by journalists

Virgin, Karin (2015). Jordbruk 2.0: High tech på vägen från ax till limpa. *Ingenjören*, nr 3, s. 28–45. Artikel om innovationer i jordbruket i hög grad baserad på intervju med Per Frankelius, Grönovation.

Frennemark, Markus (2015). Svensk satsning på Agritechnica, *Lantmannen* nr 5, s 57.

Cajsa Lithell (2014). Prinsen gästade Agriculture Innovation Day på Ultuna (SLU Holdings nyhetsbrev, 18 november 2014, <http://www.slu.se/sv/centrumbildningar-och-projekt/sluholding/nyhetsarkiv/2014/11/prinsen-gastade-agriculture-innovation-day-pa-ultuna/>

Kungahuset (2014). Prins Carl Philip vid Agriculture Innovation Day (november). <http://www.kungahuset.se/kungafamiljen/aktuellahandelser/aktuellt2014/prinscarlphilipvidagriculturreinnovationday.5.3e708146148cb83ad7ea224.html.printable>

GEW (2014). Engaging students through GEW Events in Sweden (18 nov. 2014). <http://www.gew.co/blog/engaging-students-through-gew-sweden>

Marcus Frennemark (20014). Stora, gröna möjligheter, *Lantmannen*, nr 12, s. 66.

Lars Tulin (2014). Lantbruk är högteknologi, *Dagens Industri*, 11 november, s. 21.

- Helene Thorgrimsson (2014). Prins Carl Philip gästade grön innovationdag. Esbribloggen ((nyhetsbrev för Esbri, publicerat 18 nov. 2014). <http://esbribloggen.blogspot.se/2014/11/prins-carl-philip-invigde-gron.html>
- Johan T. Lindwall (2014). Prinsens recept – mot matkrisen, *Expressen*, 18 nov., s. 15. Artikel om Agriculture Innovation Day.
- Anna Mi Skoog (2014). Martin har idéer som flyger högt, *Östgöta Correspondenten*, 12 nov., s. 4. Artikel om Grönovation och Agriculture Innovation Day.
- Anna Mi Skoog (2014). Gröna innovationerska möta världensframtida matbehov, *Östgöta Correspondenten*, 12 nov., s. 5. Artikel om Grönovation och Agriculture Innovation Day.
- Anna Mi Skoog (2014). Martin har idéer som flyger högt, *Norrköpings Tidningar*, 11 nov., s. A4. Artikel om Grönovation och Agriculture Innovation Day.
- Anna Mi Skoog (2014). Gröna innovationer ska möta världens framtida matbehov, *Norrköpings Tidningar*, 11 nov., s. A5. Artikel om Grönovation och Agriculture Innovation Day.
- Anna Mi Skoog (2014). Gröna innovationer ska möta världens framtida matbehov, *NT.se*, 11 nov. <http://www.nt.se/nyheter/grona-innovationer-ska-mota-varldens-framtida-matbehov-10337065.aspx> Artikel om Grönovation och Agriculture Innovation Day.
- Johan T. Lindwall (2014). Prinsen gav sig in i debatt om matbehovet (17 nov. 2014). <http://www.expressen.se/nyheter/prinsen-gav-sig-in-i-debatt-om-matbehovet/>
- Emgardsson, Per. (2014). Innovativt för lantbruket. *Land Lantbruk*, nr 28–29, 4 juli, s. 11.
- Frennemark, Marcus (2014). Grön kreativitet får bränsle. *Lantmannen*, nr 8, s. 12-13. Handlar om projektet Grönovation och lanseringen av etanoltraktorn Ethanol-Farmall under Borgeby Fältdagar. <http://lantmannen.nu/2014/07/18/gron-kreativitet-far-bransle/>
- Westman Svenselius, Monica (2014). Etanoltraktor hopp för gröna näringar. LiU-nytt (Linköpings universitets tidning), 23 juli. <http://www.liu.se/liu-nytt/LiU-nytt?l=sv&newsitem=577032>
- Sievers, Johan (2014). Hallå där. *Östgöta Correspondenten*, 4 juli, s. 12. Handlar om lanseringen av etanoltraktorn Ethanol-Farmall under Borgeby Fältdagar. Intervju med Per Frankelius.
- Nilsson, Tove (2014). Teknikfrågor i fokus. ATL (Lantbrukets affärstidning), 27 juni 2014, s. 8.
- Breitner, Lena (2014). Från odlingstunnlar till high tech. *Norra Skåne*, 26 juni, sB6–B7.
- Breitner, Lena (2014). Från odlingstunnlar till high tech-maskiner. *Skånska Dagbladet*, 26 juni, s. A14-A15.

Breitner, Lena (2014). Från odlingstunnlar till high-tech-maskiner. Skånskan (webbtidning), 26 juni. <http://www.skanskan.se/article/20140626/KAVLINGE/140629676/-/fran-odlingstunnlar-till--high-tech-maskiner>
<http://www.skanskan.se/article/20140626/KAVLINGE/140629676/-/fran-odlingstunnlar-till--high-tech-maskiner>

Borgström, Agneta (2014). Originalitet och instegsgrad pekar mot innovation. *Nytt från Landsbygdsnätverket*, Nr 3, s. 1. *Handlar om projektet Grönovation och presenterar för första gången modellen med originalitet och instegsgrad som två temperaturskalor.*

Roland Albinsson (2014). Grönovation - innovation inom jord och skogsbruk. FilFakta (nyhetsbrev från Filosofiska fakulteten vid Linköpings universitet), 15 maj. <http://www.filfak.liu.se/artikel-arkiv/gronovation?l=sv>

Dahlgren, Hans (2014). Mål: Stimulera till framtida uppfinningar. ATL (Lantbrukets affärstidning), nr 20, 28 mars, framsidan samt s. 16–17.

Pravitz, Gunilla (2013). Naturekonomisk teori vidgar perspektiven. LiU-nytt (Magazine from Linköping University), 11 June, 2013. <http://www.liu.se/liu-nytt/arkiv/reportage/ny-naturekonomisk-teori?l=sv>

Åbom, Lars (2013). Forskare: 'Pengar prioriteras inte till miljötekniska området'. Östgötacorrespondenten (Corren), 18 september, s. 18. Article based on interview with Per Frankelius regarding the Global Vision project.

Pravitz, Gunilla (2013). Better support for inventors needed. LiU-News (Magazine from Linköping University), 25 March (<http://www.liu.se/liu-nytt/arkiv/nyhetsarkiv/1.450169?l=en&sc=true>)

Pravitz, Gunilla (2013). Bättre uppfinnarstöd nödvändigt. LiU-nytt (Magazine from Linköping University), 25 March (<http://www.liu.se/liu-nytt/arkiv/nyhetsarkiv/1.450169?l=sv>).

Norlin, Pernilla (2013). Litet land, gränslösa marknader – svenska företag i en globaliserad värld (referat från globaliseringskonferens den 21 mars 2011), publicerat på <http://entreprenorskaforum.se/> den 28 mars 2013. Inkluderar referat från Per Frankelius föredrag.

Miljöteknikens mysterium presenteras (2013). www.kemivarldenbiotech.se, 31 januari 2013. Artikeln om Global Visions senaste forskningsrön som presenteras under Småföretagsdagarna. Kemi-världen Biotech med Kemisk Tidskrift är Skandinavien största tidning på området kemi, kemiteknik och bioteknik. <http://www.kemivarldenbiotech.se/iuware.aspx?pageid=792&ssoid=163913>

Bäckman, Bo (2012). Klustret firade sitt första år, *Länstidningen*, 28 december, s. 9. Om föredrag om jordbrukshistoria: ”Per Frankelius, docent vid Linköpings universitet, tog gästerna genom jordbrukets utveckling från de första odlarna till framtidens IT-styrda maskiner...”

Utredning om nationell satsning på inovatörer (2012). *Uppfinnaren & Konstruktören*, nr 3, s. 35. Om projektet IRT/9i som drivs av Per Frankelius och Charlotte Norrman.

Frennemark, Marcus, (2012). Konsten att ratta snilleblixten rätt. *Lantmannen*, nr 5, framsidan samt s. 22-23.

Andersson, Hanna (2011). Bara teknik räcker inte, *eEntré*, nr 10. (Referat från Per Frankelius föreläsning på IVAs konferenscenter, 21 november 2011.)

Läs mer om projektet Global Vision, *eEntré*, nr 10. (Referat från Per Frankelius föreläsning på IVAs konferenscenter, 21 november 2011.)

Nyföretagarcentrum (2011). Innovationskraft i praktiken: Vad kan vi lära av framgångsrika miljöteknikföretag? Nyföretagarcentrums nyhetetsbrev, november 2011 (www.nyforetagarcentrum.org) Om Per Frankelius föreläsning på IVAs konferenscenter, 21 november 2011.
<http://www.nyforetagarcentrum.org/itaccess/files/899/899.NyhetsbrevVecka46November2011.pdf>

Bolagsfakta (2011). Innovationskraft i praktiken, www.bolagsfakta.se, 21 nov. 2011. Pressinfo om Per Frankelius föreläsning på IVAs konferenscenter, 21 november 2011.
<http://www.bolagsfakta.se/pressreleaser/visa/pressrelease/426677/innovationskraft-i/83D433C9-59FB-DEC9-C81A-2F0C486FAD07>

Stockholms Miljöteknikcenter (2011). 21/11 Innovationskraft i praktiken: Vad kan vi lära av framgångsrika miljöteknikföretag? Stockholms Miljöteknikcenters hemsida november 2011. (www.smtc.se/). Om Per Frankelius föreläsning på IVAs konferenscenter, 21 november 2011.
<http://www.smtc.se/2111-innovationskraft-i-praktiken>

Vinnova (2011). Innovationskraft i praktiken: Vad kan vi lära av framgångsrika miljöteknikföretag? Vinnovas hemsida, november 2011 (www.vinnova.se). Om Per Frankelius föreläsning på IVAs konferenscenter, 21 november 2011.
<http://www.vinnova.se/sv/Press/Kalendarium/2011/111121-Innovationskraft-i-praktiken/>

Knuff.se (2011). Julruschen har börjat - i alla fall när det gäller evenemang! Blogg om miljöteknik (<http://knuff.se/q/Miljoteknik>) 2 december 2011 (Om Per Frankelius föreläsning på IVAs konferenscenter, 21 november 2011.)

Jonas Gustafsson (2011). Det räcker inte med mingel. Esbribloggen, 21 november 2011. (<http://esbribloggen.blogspot.com/2011/11/det-racker-inte-med-kaffe.html>). Referat från Per Frankelius föreläsning på IVAs konferenscenter, 21 november 2011.

ESBRI (2011). Innovationskraft i praktiken: Vad kan vi lära av framgångsrika miljöteknikföretag? ESBRI:s hemsida, november 2011 (www.esbri.se). Om Per Frankelius föreläsning på IVAs konferenscenter, 21 november 2011.
<http://www.esbri.se/forelasning.asp?link=kommande&id=191>

Rönnerberg, Pär (2011). Brillant teknik skapar inga snabbväxande exportföretag, *IVA-aktuellt*, publication from Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (The Royal Swedish Academy of Engineering Sciences), IVA, nr 9, s. 17. Artikel baserad på föredrag av Per Frankelius, samt nytutgiven rapport av den forskargrupp där Per ingår (Global Vision). Tidningens upplaga är drygt 6 300 exemplar.

Läsare är allt från privatpersoner till IVA-ledamöter. Politiker, företagsledare och journalister finns också i läsekretsen. Tidningen finns på många av landets bibliotek. IVA-aktuellt når prenumeranter i ett 30-tal länder.

Quist, Fredrik (2011). Miljöföretag dåliga på marknadsföring. Affarsliv.se (näringslivssajt från Norrköpings Tidningar och *Östgöta Correspondenten*), 8 december (<http://www.affarsliv.com>).
<http://www.affarsliv.com/?articleid=5868980&date=&menuids=>

Hallands Nyheter (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://hn.se>), 7 december.
<http://hn.se/hallandsaffarer/ttekonomi/1.1456749-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Barometern (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.barometern.se>), 7 december.
[http://www.barometern.se/nyheter/TT_ekonomi/miljoteknik-marknadsfors-daligt\(3062649\).gm](http://www.barometern.se/nyheter/TT_ekonomi/miljoteknik-marknadsfors-daligt(3062649).gm)

Norrbottenskuriren (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.kuriren.nu>), 7 december.
<http://www.kuriren.nu/ekonomi/default.aspx?articleid=6198349>

Hallandsposten (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://hallandsposten.se>), 7 december.
<http://hallandsposten.se/hallandsaffarer/ttekonomi/1.1456754-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Västerbottens-Kuriren (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.vk.se>), 7 december.
<http://www.vk.se/Article.jsp?article=500130>

NT.se (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.nt.se>)
<http://www.nt.se/ekonomi/artikel.aspx?articleid=7296387>

Bohuslänningen (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://bohuslaningen.se/>)
<http://bohuslaningen.se/ekonomi/ttekonomi/1.1456748-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Södermanlands Nyheter (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.sn.se>)
<http://www.sn.se/ekonomi/ekonomi/1.1280561>

Metro.se. (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt. (<http://www.metro.se>)
<http://www.metro.se/nyheter/miljoteknik-marknadsfors-daligt/Hdzklg!eMOoUYD4j3F2RZFufJiNXg/>

Industrinyheter (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.industrinyheter.se>), 7 december.
<http://www.industrinyheter.se/2011/12/milj-teknik-marknadsf-rs-d-ligt>

GP Ekonomi (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.gp.se>), 7 december.
<http://www.gp.se/ekonomi/1.792948-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Laholms tidning (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.laholmstidning.se/>)
<http://www.laholmstidning.se/article/20111207/TTEKONOMI/312079997/1176/-/miljoulteknik-marknadsfoumlrs-daringligt>

Skånskan.se (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.skanskan.se>), 7 december.
<http://www.skanskan.se/article/20111207/TTEKONOMI/312079997/1176/-/miljoulteknik-marknadsfoumlrs-daringligt>

Affärsliv.biz (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt. (<http://affarsliv.biz>).
<http://affarsliv.biz/nyheter/1.1280588-miljoteknik-marknadsfors-daligt?articleRenderMode=default>

Miljöteknik marknadsförs dåligt (2011). Tv4 Nyheterna (<http://www.nyheterna.se>), 7 december.
http://www.nyheterna.se/1.2424533/2011/12/07/miljoteknik_marknadsfors_daligt

Norra Skåne.se (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.nsk.se>), 7 december.
<http://www.nsk.se/article/20111207/TTEKONOMI/312079997/1176/-/miljoulteknik-marknadsfoumlrs-daringligt>

SvD Näringsliv (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.svd.se>), 7 december.
http://www.svd.se/naringsliv/miljoteknik-marknadsfors-daligt_6690194.svd

DN.se Ekonomi (2011) Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.dn.se>), 7 december.
<http://www.dn.se/ekonomi/miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Vestmanlands Läns Tidning (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://vlt.se>)
<http://vlt.se/pengarjobb/ekonomitt/1.1464101-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Sundsvalls Tidning (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://st.nu>)
<http://st.nu/ekonomi/ttekonomi/1.4174752-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Norran (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://norran.se>)
<http://norran.se/2011/12/ekonomi/miljoteknik-marknadsfors-daligt/>

Borås Tidning (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.bt.se>)
[http://www.bt.se/nyheter/ekonomi/tt_ekonomi/miljoteknik-marknadsfors-daligt\(3062648\).gm](http://www.bt.se/nyheter/ekonomi/tt_ekonomi/miljoteknik-marknadsfors-daligt(3062648).gm)

Nerikes Allehanda (2011). Miljöföretag dåliga på marknadsföring. (<http://na.se>)
<http://na.se/2.2167/1.1464093-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Västerviks-Tidningen (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://www.vt.se>)
<http://www.vt.se/ovrigt/ekonomi/?articleid=6198348>

Hela Gotland (2011). Miljöföretag dåliga på marknadsföring. (<http://www.helagotland.se>)
<http://www.helagotland.se/naringsliv/artikel.aspx?articleid=7296388>

Uppsala Nya Tidning (UNT). Miljöföretag dåliga på marknadsföring. (<http://www.unt.se>)
<http://www.unt.se/ekonomi/miljoteknik-marknadsfors-daligt-1563014.aspx>

Östersundsposten (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://op.se>)
<http://op.se/nyheter/ekonomi/1.4174787-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

eKuriren (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://ekuriren.se>)
<http://ekuriren.se/jobbpengar/ekonomi/1.1280587-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Arbetsbladet (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://arbetarbladet.se>)
<http://arbetarbladet.se/nyheter/jobbpengar/1.4174799-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Affärer (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt (<http://affarer.cc>)
<http://affarer.cc/ttekonomi/1.4174810-miljoteknik-marknadsfors-daligt>

Quist, Fredrik (2011). Miljöteknik marknadsförs dåligt. *Östgöta Correspondenten*, 7 december, förstasidan och sid A10.

Wester, Kristin (2011). Ny lag med okända konsekvenser (artikel om privatiseringen av kollektivtrafiken, baserad på intervju med Per Frankelius). *Tillsammans i Mälardalen* (En tidning för TIM-trafiken), nr 5, s. 15.

Andersson, Ingrid (2011). Viktigt att välja rätt värmeväxlare i stallmiljö. *Tidningen Ridsport*, nr 22, s. 14-15.

Innovationer i fokus på seminarium om explosiva förlopp (2010). *Business & Science Arena Karlskogas nyhetsbrev* okt/nov, s. 1.

Almgren, Anders, Skoglund, Birgitta och Lindquist, Lennart (2010). Mat receptet på framgång i Grythyttan. *Nerikes Allehanda*, 28 oktober 2010, 2. 10-11. Artikeln bygger på en vetenskaplig studie av Per Frankelius och Fredrik Eliasson framlagd vid 50th European Congress of the Regional Science Association International.

Almgren, Anders (2010). Visioner – och lite rävspel låg bakom det lyckade resultatet, *Nerikes Allehanda*, 28 oktober 2010, 2. 10. Artikeln bygger delvis på en vetenskaplig studie av Per Frankelius och Fredrik Eliasson framlagd vid 50th European Congress of the Regional Science Association International.

Almgren, Anders och Skoglund, Birgitta (2010). Mat blev recept för framgång Fallstudie lyfter fram Grythyttan som lyckat exempel. *Nerikes Allehanda webbtidning* (www.na.se) publicerad den 28 oktober 2010. Handlar om en vetenskaplig studie av Per Frankelius och Fredrik Eliasson framlagd vid 50th European Congress of the Regional Science Association International.

Kjörk, Sofia (2010). Kan vi tända stjärnan igen, *Programtidningen Promotionbåten*, s. 10. Artikeln handlar om Per Frankelius som hållit ett föredrag i Bryssel på temat ”Hansan 2.0”.

Regionförbundet Örebro län deltar på Open Days (2010). Handlar bl.a. om Per Frankelius' föredrag på Open Days i Bryssel. *Brysselnytt* nr 4, Central Sweden.

Lindahl, Lars-Erik (2010). Frukostträff med Expansiva Växjö. Referat från föredrag av Per Frankelius. *VäxjöNytt.se* (23 sept. 2010).

Expansiva Växjö (2010). Konsten att ta plats i världen. Referat från föredrag av Per Frankelius. www.expansiva.vaxjo.se (23 sept. 2010).

Djerf, Kristin (2010). Outnyttjad potential (om betydelsen av ämnet marknadsföring för att lyckas med innovationspolitik). *Dagens Media*, nr 13, 18 augusti, s. 28.

Wennersten, Lina (2010). Oviss framtid för Dalhalla. *Svenska Dalgbladet*, 14 juni, s. 4. Artikeln bygger på artikelserie i Dalademokraten som initierades av kapitlet om Dalhalla av Per Frankelius i boken Kulturens kraft.

Löfvendahl, Bo (2010). Arenan måste satsa på opera. *Svenska Dalgbladet*, 14 juni, s. 5. Artikeln bygger på artikelserie i Dalademokraten som initierades av kapitlet om Dalhalla av Per Frankelius i boken Kulturens kraft.

Lundén, Ulf (2010). En gnutta självkritik hade inte skadat. *Dalademokraten*, 29 maj. Artikeln bygger vidare på temat Dalhalla skrivet av Per Frankelius i boken Kulturens kraft (som citeras) och är samtidigt ett svar på Håkan Ivarssons insändare från 29 maj.

Ivarsson, Håkan (2010). Jag är stolt över Dalhalla. *Dalademokraten*, 29 maj. Artikeln utgör ett svar på den av Ulf Lundé skrivna artikeln om Dalhalla från 26 maj.

Lundén, Ulf (2010). Nu är Dalhalla en koloss på lerfötter. *Dalademokraten*, 26 maj. Artikeln bygger på kapitlet om Dalhalla skrivet av Per Frankelius i boken Kulturens kraft.

Bergensten, Stigbjörn (2010). En dag med inspiration och engagemang. *Goodwill*, nr 1, s. 4-7. Innehåller referat av Per Frankelius föredrag under Örebro näringslivsdag.

Helmark, Thomas (2009). Vem äger forskningen? *KK-bladet*, nr 2, juni, s. 10-11. Handlar om fildelningen i ett historiskt perspektiv, och bygger på intervju med Per Frankelius.

Entreprenörskapsveckans Sverigeturné 2009 (2009). Örebro: Forum för Småföretagsforskning, nyhetsbrev 20 maj, s. 1–4. Handlar bl.a. om Per Frankelius föreläsning 14 maj 2009.

Wiselgren, Ingrid (2009). Överraskande X-Faktor på KCEMs årskonferens. *KCEM Nyhetsbrev*, vol. 8, nr 1 (mars), s. 1-3. Handlar om Per Frankelius föreläsning.

Grönblad, Fatima. (2009). Engagemang skapar nya resurser – Samhällets entreprenörer. *KK-bladet*, No. 1, mars, p. 8–9. Handlar om forskarantologin "Samhällets entreprenörer". Per Frankelius och Jan Ogeborg har ett kapitel om fallet Irland.

Bergenten, Stigbjörn (2009). *Mångfald och möjligheter på Näringslivsdagen*, Goodwill (tidnings som ges ut av Örebro kommuns näringslivskontor), nr 1.

Wiselgren, Ingrid (2009). Överraskande X-faktor på KCEM:s årskonferens. *KCEM Nyhetsbrev*, mars 2009, s. 1–4. Nyhetsbrev från Kompetenscentrum för energetiska material i Karlsoga. Artikeln handlar om föredragen under konferensen, däribland ett från Per Frankelius om innovation med utgångspunkt från Pharmacia.

Henckel, Sture (2009). All tillväxt tär på resurserna. *Ingenjören*, nr 1, s. 20–21. Handlar om naturekonomiska perspektiv som utvecklades i forskningsprojektet Linné i nytt ljus.

Harradine, Linda (2008). *Möten som förändrar världen*. Örebro universitets nyhetsbrev, samt webbplats (www.oru.se, upplagt 22 januari 2008). Handlar om boken Värdekapande möten med Per Frankelius och Olle Vogel som redaktörer.

Nilsson, Åse-Marie & Troedson, Sandra (2008). Företagsekonomi i medieskugga. *Civilekonomen*, nr 10, s. 5. The article is based on a then unpublished research report from Per Frankelius on how media treat different kind of research areas presented at the conference *FEKIS 2008*, School of Business, Economics and Law, University of Gothenburg, 12–13 November 2008. FEKIS stands for Föreningen Företagsekonomi i Sverige (Swedish Society for Business Administration).

Åslund, Linda (2008). Hur nytänkande skapar nytta – ALMI spanar in Per Frankelius som belyser varför en innovation är en innovation. *ALMI nära och närande* (ALMI Företaspartner Sörmland), pp. 6–7.

Örebroare lägger fram ny teori på världsmöte (2008). *Nerikes Allehanda*, onsdag 10 January, framsidan och NA2, p. 2. (Rubriken på p. 2 var “Örebroekonom presenterar en ny teori om produktutveckling”).

Webfinansier (2008). Innovation handlar om mer än uppfinningar. www.webfinansier.com (upplagd den 8 January 2008).

Lundegårdh, Ingrid (2008). Innovation handlar om mer än uppfinningar. *Oru.magasinet* (Örebro universitets webbtidning, www.oru.se). Upplagd den 8 January 2008.

Sandén, Börje (2007). “Några bidrag till 300-årsminnet av Linnés födelse: Första översättningen av *Systema Naturae* till ett levande språk”. Artikel från Upplands-Bro Kulturhistoriska Forskningsinstitut publicerad på Internet: <http://www.ukforsk.se/> (27 October).

Hail Linnaeus – Conservationists – and polar bears – should heed the lessons of economics. *The Economist*, 17 May, 2007. Denna ledare skrevs efter att tidningen tagit del av bokmanus “Linnaeus in a new light” av Per Frankelius.

Holm, Mats (2007). Förlagen som förpackare. *Svensk Bokhandel*, No. 14, sid 12–18. Artikeln handlar om boken Linné i nytt ljus och kampen för att få forsknings- och bokprojektet finansierat.

Gustafsson, Jonas (2007). Fokuserat miljöarbete föder stora prestationer. *Estrad 06–07* (jubileumsskrift från Institutet för Entreprenörskaps- och småföretagsforskning med referat från föredra. Artikeln handlar om Frankelius föredrag den 7 May 2007), p. 13.

Baltatzis, Patrick (2007). Hon uppvisar till Entreprenörskap. *Entreprenör*, No. 5, pp. 32–33. Artikeln handlar om magisterutbildningen Creative Business Management.

Wahlbin, Clas (2007). Systema Naturae nu på svenska. *Jönköpings-Posten*, 31 May, p. 6. Recension och analys av boken Linné i nytt ljus.

Gustafsson, Jonas (2007). Blomsterkungen i innovativt ljus. *Entré* Institutet för Entreprenörskaps- och småföretagsforskning), No. 2, p. 3.

Johansson, Roland (2007). Första översättningen av Linnés kända verk. *Norrköpings Tidningar*, 30 May, p. B30.

Dagens Industri, Ledaren (2007). Svensk forskning söker efter nya megastjärnor. *Dagens Industri*, p. 2. I ledaren citeras boken Linné i nytt ljus och utifrån bokens viktigaste slutsats diskuteras Sveriges forskningsstrategi.

Linnés verk översätts. *Dagens Industri*, webbvesion (www.di.se), 29 May.

Johansson, Roland (2007). Ger en ny bild av Linné. *Nerikes Allehanda*, 27 May, framsidan och p. 5 (även på www.na.se).

LINNÉ - JO VETËM MBRET I LULEVE. (2007). SR International (Radio Sweden). Artikel om boken Linné i nytt ljus på albanska. <http://www.sr.se/cgi-bin/International/programsidor/artikel.asp?ProgramID=2235&Artikel=1374357> (May, 2007).

Linné-verk översatt för första gången. *Göteborgs-Posten*, 28 May, p. 10.

Johansson, Roland (2007). Första översättningen av Linnés verk. *Helagotland/Gotland's Allehanda*, 25 May (även på www.helagotland.se).

Aronsson, Cecilia (2007). "Reinfeldt är i Mångsbodarna". Ekonominyheterna.se, 13 July. Refererar bl.a. till föredrag av Per Frankelius i Almedalen: "Det lönar sig också att leta efter nya uppslag i oväntade källor. Exempelvis har författaren Per Frankelius här i Visby visat att 300-årsjubilerande Carl von Linné inte bara var blomsterkung utan i lika hög grad miljötänkande ekonom. År 1740 skrev Linné till exempel att Sverige borde göra te av blomman Linnéa i stället för att skeppa dyra bladlaster från Kina."

Johansson, Roland (2007). Första översättningen av Linnés verk. *Tidningarnas Telegrambyrå (TT)*, 25 May.

Härdmark, Emma (2007). Linnés verk på svenska först nu. *Dagens Nyheter*, 24 May, framsida och p. 14.

Larsson, Martin (2007). Forskare slår hål på myten om 'blomsterkungen' – Linnés viktigaste bok inte översatt. *ORU-magazinets webbversion* (www.oru.se), 24 May.

Vikström, Linda (2007). Arbetsmiljön som föder framgång. *Affärsvärlden*, No. 13, 28 March, pp. 40–41. Artikeln bygger på en kommande forskningsrapport av Per Frankelius om högpresterande miljöer.

- Forne, Dagmar (2006). Ett öppet idéklimat viktigt för att lyckas. *Dagens Handel*, 13 October. Referat från Per Frankelius föredrag på Nordiska detaljhandelshögskolans managementdag.
- Wiklund, Peter (2007). Koll på omvärlden kan ge nya affärer. *Företagaren*, No. 3, p. 30. Artikel som bygger på intervju med Per Frankelius.
- Wikström, Linda (2007). FÖRETAGSKLIMAT: Fyra myter om Entreprenören. *Affärsvärlden*, 21 February.
- Kahnberg, Per. Hallå där Per Frankelius. *Nerikes Allehanda*, 24 January, p. 2. Handlar om forskningsprojektet om Linné.
- Gröndahl, Birgit Nilses (2007). Gunde och Marie pratar ledarskap med studenter. *DalaDemokraten*, 1 February, p. 4.
- Laggar, Mats (2007). Gunde och Marie drillar musikväldens nya ledare. *Dalarnas Tidningar*, 4 January, p. 11.
- Hedlund, Thomas (2007). TEMA LOGISTIK: E-handeln - beroende av säkra leveranser. *Dagens Handel*, 3 March. (Intervju med P. Frankelius).
- Håkansson, Peter. (2006). Mötet som ger resultat. *KK-bladet*, No. 4, p. 10. Handlar om den teoretiska modell som utgör resultat från forskningsprojektet Värdeskapande möten med Per Frankelius som forskningsledare.
- Thor, Clas (2006). Undervisningen behöver fantastiska scener och former. *ORU-magasinet* (Örebro universitets tidskrift), No. 18, pp. 22–24. Artikeln, som främst bygger på intervju med Per Frankelius, handlar om nya pedagogiska experiment och har fokus på magisterutbildningen Creative Business Management.
- Thor, Clas (2006). Lärandet som expedition. *ORU-magasinet* (Örebro universitets tidskrift), No. 18, p. 25. Artikeln handlar om magisterutbildningen Creative Business Management och utgör ett referat från samtal med Per Frankelius.
- Baltatzis, Patrick (2006). Årets nobelpristagare en i mängden. *Entreprenör* No. 9, p. 16. Intervju med Per Frankelius om synsätten inom ekonomisk teori.
- Lenngren, Henrik (2006). *8 snabba med Per Frankelius*. Nollnitton Campus, vinter, p. 4 och 16.
- Hellström, Mia (2006). Möt ett nytt innovationsperspektiv på EUG:s konferens 16–16 November. Webbartikel på www.sthlmjamt.se (upplagd 3 October). Artikeln är skriven som underlag till konferensen Entreprenörskap utan gränser, Länsstyrelsen i Stockholm.
- Westlin, Jörgen. (2006). Örebroforskare invald i Granskningsnämnden för radio och TV. *ORU-magasinet*, webbversion (Örebro universitets tidskrift). <http://www.oru.se>. 29 September.
- Samuelsson, Mats (2006). Sveriges 100 galnaste idéer. *Entreprenör*, No. 7, pp. 28–31.

Fowelin, Peter (2006). Nationella prov blir globala. Kollegiet, KK-stiftelsens webbtidning (2006-05-28 (Senast ändrad: 2006-06-02).

Johansson, Andreas (2006). Bondsonen som driver ett strategiskt uppror. Webbartikel på Idea Lab (www.idealab.se, May 2006).

Harnesk, Jakob (2005). Biblioteken: en närande eller tärande sektor? *Biblioteksbladet*, No. 9, pp. 18–20.

Karlsson, Elin (2005). Creative Business Management i Rättvik. *Öret*, No. 4, p. 20. *Öret* ges ut av SESAM, sektionen för studenter vid Institutionen för ekonomi, statistik och informatik vid Örebro universitet.

Nyman-Carlsson, Erika (2005). Swedish Business School. En analys, en idé, en vision, ett förslag, en uppgift och en möjlighet. *Öret*, No. 4, p. 21. *Öret* ges ut av SESAM, sektionen för studenter vid Institutionen för ekonomi, statistik och informatik vid Örebro universitet.

Sandahl, Marika (2005). Omvärldsanalys – Nya tider kräver nya tankesätt och metoder. *Essens*, kvartalstidskrift från Tamro, No. 3–4., framsida samt pp. 5–8. Se även artikeln “Nobelförsamlingen – mästare i omvärldsbevakning”, pp. 30–36. Tamro är Sveriges största distributör av läkemedel och hälso- och sjukvårdsprodukter.

Andersson, J. (2005). Så blir din konferens en bra affär. *Företagaren*, No. 4, pp. 15–16. Artikeln bygger på intervju med bl.a. Per Frankelius och innehåller en kritisk diskussion kring den egentliga nyttan med olika typer av konferenser.

Andersson, J. (2005). Stora konferensguiden. *Företagaren*, No. 4, pp. 16–17. Artikeln bygger på intervju med bl.a. Per Frankelius och innehåller tips för att skapa en lyckad konferens.

Andersson, J. (2005). Lyx eller budget?. *Företagaren*, No. 4, pp. 18–19. Artikeln bygger på intervju med bl.a. Per Frankelius och innehåller en diskussion kring vilka typer av möten som är bäst lämpade för olika typer av målsättningar.

Unge, S. (2005). *Ett samlat grepp. Samverkan om utbildning för utveckling och tillväxt*. Stockholm: Regeringskansliet/Delegationen för regional samverkan om högre utbildning. Rapporten innehåller utvalda exempel om lyckade projekt där Creative Business Management utgör ett.

Ågren, N. (2005). Utbildning i underhållning. *Kultursmockan* (utgiven av Sveriges Musik- & Kulturskoleråd), No. 1, February, pp. 10–11. Handlar om magisterutbildningen Creative Business Management.

Sandelin, G. (2005). Omvärldsanalys – Helt nya instrument krävs för att tolka omvärldens påverkan. *Akademikern*, No. 6, pp. 10–13.

- Kommunikation kan ge vetenskaplig gödning. KK-stiftelsens webbtidning, 8 February 2005 (<http://www.kks.se/templates/ArticlePagePrint.aspx?id=7770>). Intervju med Per Frankelius i samband med upptaktskonferens i February.
- Cham, K. (2005). Orten fick universitet. *Dalademokraten*, 18 January, p. 4.
- Åkerberg, Nina (2004). De lär kulturfolket göra affärer. *Dagens Industri*, 20 November, p. 16.
- Frenkel, H. (2004). Svensk metod omvärderar omvärlden – grundlig metod i åtta steg. *Chef Management*, No. 2, April, pp. 8–9.
- Ferm, Boel (2004). Framtiden ljus för ny utbildning på Perborg. *Dalademokraten*, 13 July, p. 4.
- Sesam, Utbildningsutskottet (2004). Handelshögskola vid Örebro universitet. *Öret*, No. 2, p. 10.
- Götell, P. (2004). Finns det något mer spännande och avancerat än den företagande människan? *ORU.magasinet* (Örebro universitets tidning), No. 12, pp. 18–19.
- Nyström, V. (2004). Grunden i innovativa processer: Eldsjälar, ledarskap och omvärldsbevakning. *F-Nytt* (tidning från Göteborgs Fastighetskontor), No. 1, årgång 33, pp. 16–17.
- Innovativa processer behövs i kommunerna. *Entré – Forskning om Entreprenörskap och småföretag*, No. 1, p. 3, (2004).
- Edlund, M. (2004). Femtio vaskade guldkorn. *Nerikes Allehanda*, 4 February. Om ett seminarium i Fjugesta (Lekebergs kommun) där Per Frankelius föreläste om innovativa processer.
- Framtidsarbetet påbörjat i Lekeberg. *Nerikes Allehanda*, 14 January, 2004.
- Argren, R. (2003). Örebro universitet visar framfötterna i nytänkande. *ORU.magasinet* (Örebro universitets tidning) No. 11, p. 34.
- Wärn, M. (2003). Samarbete kan bli meriterande. *KTH-nytt* (Kungliga Tekniska Högskolan), No. 6, p. 31.
- Brage, E. (2003). CKS – ett unikt exempel. *CKS nyhetsbrev* (Centrum för kommunstrategiska studier, Linköpings universitet), No. 4, December, p. 3.
- Eriksson, A. (2003). Kommunal förvaltning effektivare med hjälp av biblioteken. *Biblioteksbladet*, No. 10, vol. 88, p. 14.
- Ström, N. (2003). *Evolution-revolution (och variation...)* – Minnesanteckningar från TLS Höstkonferens. *TLS Information*, No. 3/4, December, p. 3. (TLS Information är nyhetsbrev för svensk förening för informationsspecialister.
- Werkö, L. (2003). De stora läkemedelsföretagens uttåg från Sverige. *Läkartidningen*, vol. 100, No. 47, pp. 3890–3891. I artikeln diskuteras bl.a. Per Frankelius avhandling “Pharmacia & Upjohn” och

dess metodologiska och analytiska ansats.

Argren, R. (2003). Örebro universitet visar framfötterna i nytänkande. *ORUvision* (Örebro universitetets webbtidning= (www.oru.se) den 18 November.

Ringenson, O. (2003). Röster om Kotler. *Sälj- och marknadsföring*, No. 7, p. 28.

Faktor X – en faktor att räkna med. *Estrad* (Rapport från Esbris föreläsningsserie “Estrad – Öppna föreläsningar om Entreprenörskap och småföretag” läsåret 2001–2002. Stockholm: Esbri, p. 5.

Göransson, P. (2002). Omvärldsbevakning – Skapa din egen modell. Artikel publicerad i webbtidningen *Zedir.se* (www.zedir.se) den 7 October 2002.

Borglund, A-S. (2002). Missa inte jokern i leken. *Fjärrvärmetidningen* No. 7, October, pp. 16–17. *Bygger på intervju med Per Frankelius.*

Nyhaga, M. (2002). Pharmacia-Pfizer fusionen – Osäkert hur arbetstillfällena och forskning påverkas i Sverige. *Farmaceutjournalen*, vol. 11, 2 August, förstasida och p. 2. *Artikeln är baserad på intervju med P. Frankelius.*

Kock, M. (2002). Brand vid universitetet. *ORU.Magasinet*, No. 5, May, pp. 20–21. *Artikeln handlar om universitetens behov av och möjligheter att marknadsföra sig.*

Tobiasson, T. & Östgren, K. (2002). Omvärldsbevakning: Fackpress viktigast för att se trenderna. *Sälj & Marknadsföring*, No. 3, pp. 14–20.

Hanagarth, A. (2002). Trio med behov av omvärldsanalys – Nya ekonomiska teorier presenterades i Örebro. *Nerikes Allehanda*, 5 April, förstasidan samt p. 9.

Gemfeldt, A. (2002). Omvärld i förändring. *Nya Örebrokuriren*, 5 April, p. 28.

Ringeson, O. F. (2002). Analys med Faktor X (Recension av boken Omvärldsanalys). *Info*, No. 2, p. 67.

Faring, A. (2002). Hallå där...Per Frankelius, författare till boken Omvärldsanalys. *Info*, No. 2, p. 68.

Fredlund, C. (2002). Du sköna nygamla värld. *Quo Vadis*, 19 March, pp. 1–5.

Kempe, G. (2002). Ericsson går i Nokias fotspår. *Dagens Nyheter*, 5 March, p. C3.

Wallin, Å. (2002). En omvärldsanalys kan vara avgörande. Ekonomie doktor Per Frankelius har gästföreläst på Mälardalens högskola. *Eskilstuna-Kuriren*, 4 March, p. 7.

Hake, C-M. (2002). Myponextrakt, tuggummi och fusioner - Så skapades de svenska delarna av Pharmacia. *Läkemedelsvärlden*, No. 3, March, pp. 38-43.

- Kock, M. (2002). Ett Contact Center kan hjälpa till att mildra effekterna av faktor X. *C3, Customer Contact Center* (kundtidning för Sitel), No. 1, förstasida och pp. 2-3.
- Kock, M. (2002). När faktor X drabbade Microsoft. *C3, Customer Contact Center* (kundtidning för Sitel), No. 1, p. 4.
- Svensk mässforskare: På mässan visar företagen att de är med i matchen (2002). *Hannover Messe Nytt*, No. 1, January, framsida och p. 4.
- Hesselgren Mortensen, Eva (2001). Det flexibla lärandet – vårt eget och andras. *Ikoner* (Oberoende tidskrift utgiven av Bibliotekstjänst), vol. 4, No. 1, p. 33. Diskuterar bl.a. den av Per Frankelius utvecklade modellen kirurgisk marknadsföring som möjlighet för bibliotek.
- Kempe, G. (2001). Familj och hem viktigt i orostider. *Dagens Nyheter*, 19 December, p. C3.
- Kempe, G. (2001). Världshändelser förändrar modet. *Dagens Nyheter*, 19 December, p. C3.
- Andersson, Å. E. (2001). Faktor X – aktuell storhet i omvärldsbevakningen. *Dagens Industri*, 13 December, specialbilaga p. 2.
- Leigard, V. (2001). Mässan ny trend för kunskap och kunder. *Svenska Dagbladet*, 13 October, Näringsliv pp. 10–11.
- Nachman, E. (2001). Logistikstaden Örebro. *Svenska Dagbladet*, 11 December, specialbilaga pp. 6–7.
- Leverbeck, K. (2001). Det oväntade i ny ekonomisk teori. *IVA-aktuellt* No. 8, November, p. 15. IVA-aktuellt is a publication from Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (The Royal Swedish Academy of Engineering Sciences).
- Kempe, G. (2001). Räknar med det oväntade. *Dagens Industri*, 14 November, p. 54.
- Lundell, K. (2001). Faktor X finns överallt – Företag kan tjäna pengar på överraskande händelser. *Ny Teknik*, No. 44, 1 November, förstasidan samt Karriär förstasidan och p. 2.
- Westin, A. (2001). Världen är inte vad den har varit. *Nya ÖrebroKuriren*, No. 250, 27 October, förstasidan samt pp. 14-15.
- Marander, E. (2001). Faktor X och företagen – För Per Frankelius kan varje händelse göra skillnaden. *Nerikes Allehanda*, 10 October, framsidan till B-delen “Vetande”.
- Tobiasson, T. (2001). Mässan - mossig kvarleva eller levande medium? *Info*, No. 8, pp. 18-20 samt sid. 22-26. Bygger på intervju med Per Frankelius.
- Tobiasson, T. (2001). Expo marketing - Alla vill syssla med det - få vet vad det egentligen är. *Info*, No. 8, pp. 20-21. Bygger på intervju med Per Frankelius.

- Faring, A. (2001). Just nu. *Info*, No. 8, pp. 28-29. Artikel som bygger på intervju med bland andra Per Frankelius.
- Hanberg, C-G. (2001). Undvik fällorna med konsulthjälp. *CRM*, No. 2 (Annonsbilaga till Svenska Dagbladet den 17 September), p. 6. Bygger på intervju med Per Frankelius.
- Hanberg, C-G. (2001). Datasystemet - ingen trollerilåda. *CRM*, No. 2 (Annonsbilaga till Svenska Dagbladet den 17 September), p. 6. Bygger på intervju med Per Frankelius.
- Faring, A. (2001). Framtidens marknadsföring är fragmenterad och flexibel. *Info Magasin* (publicerad på Internet www.marknaden.net September 2001).
- Löfgren, G. (2001). Ny ekonomisk teori presenteras i bok. *Vetskap*, No. 7, 12 June . (Vetskap ges ut av Vetenskapsrådet, som är en myndighet under Utbildningsdepartementet.)
- Per Frankelius: "Mångfald inte enfald". *Sälj & marknadsföring*, No. 4, May, pp. 43-44. *Artikeln handlar om ett föredrag som Per Frankelius höll för Marknadsföreningen i Örebro i May 2001.*
- Tobiasson, T. (2001). Se dig om i världen. *Företagaren* (Företagarnas Riksorganisation), No. 3, April, p. 36.
- Smidek, F. (2001). Tydliga trender inom B2B. *Industriprojekt*, No. 1, pp. 42-44.
- Johansson, M. (2001). Donerar en miljon till universitet. *Nerikes Allehanda*, 25 January, p. 11.
- Isacson, K. (2000). Affärer via nätet som bra komplement till de traditionella kanalerna. *Oru.magasinet* (Örebro universitets externa tidskrift), No. 1, November, pp. 16-17.
- Öquist, R. (2000). Stockholm Marketing Week etablerar sig som mötesplatsen för marknadsförare. *Event&ExpoMarketing*, No. 5, pp. 22-24.
- Andersson, M. (2000). Vi frågar forskaren Per Frankelius: Varför är Örebro så bra på logistik? *Dagens Industri* (bilaga), 16 November, p. 7.
- Wallin, G. (2000). Pharmacia & Upjohn. *UniCornis*, No. 1, p. 8. *UniCornis ges ut av Farmacihistoriska Sällskapet.*
- Falonius, T. (2000). Framtidens marknadsföring vilar på mångfald och möten. *Sälj- och Marknadsstrategi*, No. 5, pp. 35-36. *Artikeln ingick som del av en annonsbilaga från PAR Adressregistret AB.*
- Sunnert, E. (2000). *De nya orden!* *Entrepreneur*, 2 May, pp. 16-20.
- Sandquist, A. (2000). *Mötet viktigare än någonsin.* *Jönköpings-Posten*, 15 April.
- Frisk, J. (2000). Framtidens reklam. *Info*, No. 2, pp. 36-42.

- Ny forskning om framtidens möten inom näringsliv och fritid. (2000). *Personal och ledarskap*, No. 1, p. 43.
- Simões, I. (1999). Pharmacia & Upjohn – Erfarenheter från ett världsföretags utveckling. *Notiser & Prylar* (Nyhetstidning för de anställda vid Pharmacia & Upjohn och Fresenius Kabi i Stockholm), No. 13, 10 sept., p. 1.
- Simões, I. (1999). En imponerande prestation. *Notiser & Prylar* (Nyhetstidning för de anställda vid Pharmacia & Upjohn och Fresenius Kabi i Stockholm), No. 1, 21 January., p. 1.
- Almcrantz, K. (2000). Öga mot öga. *Campus ekonomi*, No. 1, pp. 26-28.
- Framtidens möten – Nytt forskningsprogram med spännande inriktning (2000). *Event&ExpoMarketing*, No. 1, pp. 12–13.
- Dagens modeller räcker inte längre till. (1999). *Forskning om entreprenörskap & småföretag*, No. 4, p. 3.
- Så hittar du din DR-målgrupp. (1999). *Du & Co*, millennienumret, December, p. 74.
- Sjöberg, B. (1999). Kabi – Ett företag i förändring. *Kemisk Tidskrift/Kemivärlden*, No. 11, November, pp. 55–56.
- Internet ger mässan evigt liv. (1999). *Event&ExpoMarketing*, No. 5, p. 6.
- Om marknadsföring och småföretag. Intervju med Per Frankelius, Jönköping International Business School och Kjell Sture på A. Samuelsson & Co (tillverkare av Skeppshultcykeln). Programledare: Magnus Briggert. TV4 Jönköping 25 November 1999.
- Askaner, M. (1999). Historiebok om P&U. *Kemisk Tidskrift/Kemivärlden*, No. 9, October, p. 49.
- Öqvist, R. (1999). Framgångsrik mässdag om framtidens möten. *Event & ExpoMarketing*, No. 4, pp. 21–23.
- Historisk promotion. (1999). *Högskriften*, No. 7, 5 October, pp. 1–6–9.
- Arwidson, K. (1999). *Hatten av för nyblivna hattbärare*. En av flera artiklar i Jönköpings-Posten, 27 September, förstasidan och pp. 16–17.
- Johansson, F. (1999). Mässor växer mot rekord år 2000. *Dagens Industri*, 23 September, p. 16. *Artikeln bygger på föredrag under Mässdagen på temat "Framtidens möten"*.
- Historisk promovring. (1999). *Svenska Dagbladet*, annonsbilaga, 23 September, pp. 31–33.
- Promoveringen – Kronan på verket. (1999). *Svenska Dagbladet*, annonsbilaga, 23 September, pp. 33.

- Bränfeldt, L-E. (1999). Irrvägen som ledde till succé. *Affärsvärlden*, No. 38, 22 September, förstasidan och pp. 24–29.
- P&U sämst i klassen. (1999). *Affärsvärlden*, No. 38, 22 September, p. 13.
- Sandquist, A. (1999). Ny tradition på högskolan. *Jönköpings-Posten*, 22 September, framsidan och p. 16.
- Sandquist, A. (1999). "Faktor x" styr över ekonomiska teorier. *Jönköpings-Posten*, 22 September, framsidan och p. 16.
- Simões, I. (1999). Pharmacia & Upjohn – Erfarenheter från ett världsföretags utveckling. *Notiser & Prylar* (Nyhetstidning för de anställda vid Pharmacia & Upjohn och Fresenius Kabi i Stockholm), No. 13, 10 sept., p. 1.
- Wiman, I. (1999). Pharmacia behövde en partner – Forskare har studerat företaget. Hoppas gjuta mod i svenska anställda. *Uppsala Nya Tidning*, 8 September, förstasidan och p. 21.
- Wiman, I. (1999). Tio års arbete ledde fram till säljsuccé – Uppsalabo bakom Genotropin. *Uppsala Nya Tidning*, 8 September, förstasidan och p. 21.
- Benner, M. (1999). Överlever Kreativiteten i globala megaföretag? *Svenska Dagbladet*, Kultur, 6 sept., pp. 12–13.
- Carlsson, B. (1999). Trend blockerar utvägar – Blind tro på renodling av verksamheten begränsar företagets utvecklingsmöjligheter. *Dagens Nyheter*, 6 sept., p. A12.
- Ericsson, A. (1999). Competent Business Intelligence generates billions. *Quarter*, No. 2, pp. 1–2. (Quarter is published by Esmerk, Finland.)
- Carlsson, B. (1999). Öl grundade för genteknik – Historien om Pharmacia & Upjohn visar hur tillfälligheterna styr. *Dagens Nyheter*, 6 sept., p. A12.
- Pharmacia & Upjohn: Erfarenheter av ett världsföretags utveckling (1999). *Farmaceutisk Revy*, No. 5, p. 37.
- Pharmacia & Upjohn missade miljardmarknad. (1999). *TT Nyhetsbanken*. 23 August (Elektroniskt telegram).
- P&U sålde framgångsrikt läkemedel. (1999). *Förenade Lansorts Tidningar*, 24 August (elektroniskt telegram).
- Cervenka, A. (1999). P&U missade en riktig storsäljare. *Dagens Industri*, 24 August, förstasidan och p. 6.
- Stenström, J. (1999). Flakmoppen visade en ny ekonomisk värld. *Norrköpings Tidningar*, 26 July, framsidan och p. 6.

Ett PAR rader (1999). Outsourcing – en fråga om PARTnerskap, No. 1, p. 2. *Artikeln baserad på underlag från P. Frankelius.*

Hur ser vår marknadsföring ut om tio år? (1999). *Resumé*, 23 April. *Artikeln baseras på ett seminarium i Jönköping arrangerat av Posten där P. Frankelius medverkade.*

En marknadens symfoni (1998). *Kunddialog*, No. 3, p. 3.

Hällberg, S. (1998). Var möts framtidens marknadsförare? *MarknadsExposé*, pp. 10–11. (Mässa-tidning för Nordisk Reklam & Marknadsföring 1998).

Ringeson, O. (1998). Marknadsföring med precision. *Info*, No. 3, p. 74. *Handlar om innehållet i boken Kirurgisk marknadsföring.*

Gillberg, J. (1998). Kirurgisk marknadsföring. *Den Svenska Marknaden*, No. 2, p. 7.

Sagt och gjort. (1998). *Sälj & Marknadsstrategi*, No. 1, p. 3. *Handlar om "snurran" som var reklamverktyg för spridning av boken Kirurgisk marknadsföring och som aktiverar mottagaren på ett fiffigt sätt.*

Röjmalm, H. (1998). Frukostmöten i kårhuset. *Lösnummer* (Örebro Studentkårs tidning), Vol. 32, No. 1, p. 16. *Handlar om den företagande människan och skrevs i samband med ett föredrag av P. Frankelius.*

Markos, I. (1998). Tjugofem steg till bättre affärer. *Sälj & Marknadsstrategi*, No. 1, pp. 61–62. *Handlar bl.a. om kirurgisk marknadsföring och om boken med samma namn.*

Resumé (1998). *Om marknadsföring i förändring*, 14 May.

Ekman, I. (1998). Fram med skalpellen. *Storfair.se* (Stockholmsmässans tidning), No. 1, p. 7. *Handlar om boken Kirurgisk marknadsföring samt om ny forskning inom mässor.*

Ludwigsson, R. (1997). Så fungerar kirurgisk marknadsföring. *Dagens Industri*, bilaga, 27 September. *Artikeln bygger på boken Kirurgisk marknadsföring, Liber Ekonomi.*

Ny bok om kirurgisk marknadsföring. (1997). *Mälardalen-Bergslagens Affärer*, No. 4, p. 121.

Träffa rätt med reklam. (1997). *Du & Co*, No. 6, December, p. 57. *Handlar om boken Kirurgisk marknadsföring, Liber Ekonomi.*

Hur ser du på din omvärld? (1997). *Intern Kommunikation*, No. 8, December, p. 5. *Artikeln handlar om utvecklingen av datorteknik för hantering av intern och extern information och baseras på boken "Kirurgisk marknadsföring" av Per Frankelius.*

"Kirurgisk" marknadsföring: Helhet och detaljer. (1997). *KundDialog*, No. 3, p. 3. *Artikeln bygger på boken Kirurgisk marknadsföring, Liber Ekonomi.*

- Gustavsson, H. (1997). Den nya trenden! *Entrepreneur*, No. 2, pp. 37–41. *Artikeln handlar om marknadsföring i förändring och är delvis baserad på boken Kirurgisk marknadsföring av Per Frankelius.*
- Hildebrand, C. (1997). Brevet har en evig framtid. *Nu eller aldrig*, No. 22, April, pp. 15–17. *Artikeln innehåller en analys av kommunikationsmarknaden. Intervju med Per Frankelius.*
- Swahn, G. (1996). Håll utkik efter förändrade attityder. *Resumé Direct*, No. 5, pp. 6–7. *Artikeln handlade om ett föredrag av Per Frankelius under en konferens om relationsmarknadsföring på Sardinien. Artikeln innehöll bilder på de "dynamiska omvärldskartor" som Frankelius presenterade på konferensen.*
- Andersson, B. (1996). Per Frankelius om omvärlden. *Junited*, Årg. 9, No. 1, p. 17 och 19. (Tidningen ges ut av studerandeföreningen vid Jönköping International Business School i Jönköping.), *Artikeln är en sammanfattning av föredrag som Frankelius höll under en IT-dag på Jönköping International Business School där också näringslivet var inbjudet (ca 140 företagare och ca 100 forskare och studenter). Artikeln handlar bl.a. om betydelsen av nya omvärldsmodeller för att möta den verklighet företag står inför idag.*
- Wikström, A. (1996). Just do IT. *Junited*, Årg. 9, No. 1, p. 16 och 19. *Detta är en andra artikel i samma tidning som handlar om det IT-seminarium som arrangerades den 15 February 1996 av AISEC vid Jönköping International Business School. Artikeln belyser bl.a. en del idéer om informationsöverflöd, betydelse av omvärldsinformation och den "kirurgiska omvärldsfilosofin" som Frankelius fört fram under föredraget.*
- Blechert, B. (1996). Personalen hinner inte med kunderna. *Dagens Industri*, 18 March, p. 4. *Artikeln är ett svar på Per Frankelius artikel i DI den 11 March gällande kundvård. Blechert menar att man måste göra både/och. Det var samma åsikt som Frankelius förde fram den 11 March.*
- Sunnert, E. (1996). Så här skapar du nya affärer! *Entrepreneur*, No. 1, March, pp. 23–25. *Artikeln handlar om forskningen vid DM Centre och visar betydelsen av skraddarsydd omvärldskartor samt av att ifrågasätta befintliga omvärldsparadigm. Artikeln illustreras med flera praktikfall och med ett exempel på en omvärldskarta. Speciellt diskuteras småföretagens problem och möjligheter kopplade till området "kirurgisk omvärldsföring".*
- Hur värdera information? – ett problem med många aspekter. (1996). *Nyhetsbrevet Professionell Information*, No. 1, pp. 14–16.
- Söderström, I. (1996). Snabbt växande marknad – Telefonförsäljning – bransch på modet. *Nerikes Allehanda*, 5 February, p. 8.
- Företaget & Omvärlden – läsvärd bok om strategisk information. (1995). *Professionell Information*, No. 4, pp. 14–15.
- Svenskt forskningsprojekt om "omvärldskartor" (1995). *Professionell Information*, No. 3, p. 9.

Thorén, M. (1995). Hur man får nytta av näten. *Decisions*, No. 2, p. 22.

Keyser, P. (1995). Möt mannen som vill göra omvärlden konkret istället för diffus som flummiga amöbor. *Öret*, No. 2, pp. 12–13.

Aronsson, M. (1995). *Framtidens chef på gång*. Corporate Computing, 10 May, p. 5. *Handlar om tävlingen "Framtidens ledare" där Per Frankelius vid DM Centre är en av finalisterna.*

Arbeta smartare – riv murarna mellan medier. (1995) *Mitt i prick – En dokumentation av Postens seminarium om direktkommunikation 24 March*. Posten Brev, Mediagruppen. *Artikeln är en sammanfattning av ett föredrag av Per Frankelius som handlade om integrerad marknadsföring.*

Kirurgisk marknadsföring i skärgårdsmiljö. (1995) *Mitt i prick – En dokumentation av Postens seminarium om direktkommunikation 24 March*. Posten Brev, Mediagruppen.

Klettner, U. (1995). Företaget & Omvärlden. *Säljaren* No. 3, p. 27.

Philipson, E. (1995). Med kunden i datorn utträttar du storverk. *Mikrodatorn*, No. 4, pp. 62–70. *Handlar om marknadssystem och bygger bl.a. på synpunkter från DM Centre. Innehåller också en "artikel i artikeln" på p. 68 med titeln "Dagens DM gör mig mörkrädd" som innehåller en intervju med Per Frankelius och en diskussion om kirurgiska filosofier.*

Olsson, L. (1995). Årets marknadsföringbok 1994 kommer från Högskolan i Örebro. *Öret*, No. 1, p. 21. *Artikeln handlar bl.a. om kursen Företaget och omvärlden som ges vid Högskolan i Örebro.*

Karlsén, K. (1995). Läsvärt: Hitta rätt information. *Computer Sweden*, 16 June.

Sundell, G. (1995). Viktigt: Konsten att hålla koll på omvärlden. *Sveriges Affärer*, 10 March, pp. 4–5. *Svenska Affärer publiceras som bilaga i 16 landsordstidningar, bl.a. Kuriren i Örebro.*

Swahn, G. & Sundqvist Swahn, A-S. (1995). Fokus på marknadsföring. *Resumé Direkt*, No. 1, p. 11.

Gustin, E. (1995). Vet ni någonting – egentligen? *Corporate Computing*, January, pp. 26–29. *Artikeln handlar om omvärldsbevakning och om betydelsen att hela organisationen deltar. Artikeln beskriver också ett projekt där DM Centre tillsammans med ICA-handlarnas skapat en intern omvärldsdatabas. Det hela avslutas med en presentation av boken Företaget och Omvärlden av Carl-Gustaf Rosén och Per Frankelius.*

DSM:s Strategigrafik 3. (1995). *Den Svenska Marknaden*, No. 1, p. 12. *Artikel som mest bygger på en grafisk modell. Den handlar om olika typer av faktorer i omvärlden och om hur de påverkar ett företag. Modellen är hämtad ur boken Företaget & Omvärlden av Frankelius och Rosén.*

Gillberg, J. (1995). Läro- och tankebok i strategisk informationshantering. *Den Svenska Marknaden*, No. 1, pp. 13–15. *En artikel som delvis bygger på boken Företaget & Omvärlden men där Jan Gillberg tillför många intressanta infallsvinklar.*

Ekelund, Å. (1995). Största Möjliga Hysch-hysch – Egna data är basen för jättarnas marknadskrig. *Datavärlden*, No. 1, 20 January, pp. 18–27.

Företaget & Omvärlden blev årets marknadsföringsbok. (1995). *Högskolenytt*, No. 1, s 3.

Klubbarna: Flyg gratis och köp köttbullar. (1995). *Datavärlden*, 20 January. *Baserad på intervju med P. Frankelius. Temat är att allt fler blir irriterade om kundvård missbrukas.*

Omvärldsinformation – en nyckelfaktor. (1994). *Silf Nytt*, ingår i tidningen *Inköp & Logistik*, årgång 3, No. 4, November, p. 8.

Omvärlden avgör om du lyckas. (1994). *Newsletter 1994/95:3*, p. 1 och 3. Stiftelsen Bioteknisk Forskning.

Camenius, L. (1994). Multisarna förstör reklamryktet – här är experternas reklambetyg. *Info*, No. 12, pp. 15–17.

Gillberg, J. (1994). En presentation av Per Frankelius. *Den Svenska Marknaden*, årgång 49, December, p. 20.

Minnesfond erbjuder forskare stipendium. (1994). *Swedma informerar*, No. 3, s. 6.

Kunskap om marknad prisad. (1994). *Svenska Dagbladet*, 1 November

Camenius, L. (1994). Alla måste bli marknadsförare. *Info*, No. 11, pp. 6–7.

Stenström, J. (1994). “Upptäck världen utanför”. *Norrköpings Tidningar*, 17 November, första sidan och p. 14.

Han skrev årets bästa bok om marknadsföring. (1994). *Folkbladet*, 15 November, sista sidan.

Ekdahl, K. (1994). Gnestabo prisades för bästa boken om marknadsföring. *Södermanlands Nyheter*, 7 November. *Artikeln handlar om boken “Företaget & Omvärlden” och om Carl-Gustaf Rosén.*

Kirurgisk marknadsföring. (1994). *Marknadstendenser*, No. 6, pp. 24–25. *Artikeln är ett utdrag ur boken som handlar om lanthandlaren och hans “kirurgiska marknadsföring”.*

Belönad marknadsspecialist i Örebro. (1994). *Nerikes Affärer (Nerikes Allehanda)*, 9 November 1994. *Artikeln handlar om boken “Företaget & Omvärlden” i samband med priset som årets bästa marknadsföringsbok.*

Hertzman, R. (1994). Företaget & Omvärlden – Handbok i strategisk information. *Sälj & marknadsstrategi*, No. 4, p. 64. *Recension av boken Företaget & Omvärlden.*

Ringesson, O. F. (1994). Ringesson...Tio böcker och en solstol. *Info*, No. 7–8. *Recension av boken Företaget & Omvärlden.*

- Carlheim-Gyllenskiöld, E. (1994). Företaget & Omvärlden. *Sambindning* No. 11. *Recension av boken "Företaget & Omvärlden"*.
- Hanberg, C-G. (1994). Databasen – företagets nya källa för affärsinformation. *Mälardalens-Bergslagens Affärer*, No. 6/7, Årg. 11, pp. 28–29. *Artikel om mobil databassökning och om DM Centres verksamhet*.
- Engfeldt-Julin, Madeleine. (1994). Hur skaffar man sig en effektiv omvärldsbevakning? *FLT reflex* No. 3, p. 14. *Artikel om boken Företaget & Omvärlden*.
- Wallström, Lars, H. (1994). Ny handbok för omvärldsbevakare. *Corporate Computing*, No. 5, June, p. 68.
- Använd din omvärld! (1994). *Civilekonomnytt*, No. 4, p. 7.
- Sättermann, G. (1994). Han ska göra en minibok för pengarna. *Boforskurriern*, No. 2. *Om ett kvalitetsprojekt som Per Frankelius fått medel till som handlar om omvärldskoppling och kunskap om kunden*.
- Kirurgisk marknadsföring. (1994). *Den Svenska Marknaden*, No. 1, p. 5.
- Isacson, C. (1994). Bantat DM-center koncentrerar sig på forskning. *Högläsning*, No. 2.
- Låt Datorn jaga Kunderna. (1994). *Datavärlden*, No. 1, 21 January, pp. 32–37. *Om sälj- och marknadssystem bl.a. byggd på intervju med DM Centre*.
- Kihlstedt, P-E. (1994). Sifferanalysen säger inget om framtiden. *Dagens Industri*, 25 January. *Ett svar på artikel av Frankelius i Dagens Industri 13 January 1994 och andra i en debattserie*.
- Forne, D. (1993). Rätt produkt till rätt kund i rätt ögonblick. *Sälj*, nummer 6. *Om kirurgisk marknadsföring, att hitta kunder och GIS (en intervju)*.
- Wallström, L. (1993). Många affärer börjar med ett brev – till rätt person. Med datorstödd direktmarknadsföring finner du den rätta kunden. *Corporate Computing*, October pp. 29–30.
- Viktigt att de bakomliggande databaserna är rätt uppbyggda. (1992). *Corporate Computing*. *Om bristen på omvärldsinformation i svenska EIS-applikationer*.
- EIS-system ingen given vinnare. (1992). *Corporate Computing*, October.
- Högskolan i Örebro: Lär dig mer om omvärlden. (1992). *På Direkten*, No. 2, s 15. *Om den nya rapporten "Ökad lönsamhet med rätt information" som bl.a. handlar om informationsbehov och metoder för att bestämma informationsbehov med utgångspunkt från affärsidén*.
- Lär känna din omvärld. (1992). *Kompassnytt*, No. 2. *Om DM-centrets forskning vid Högskolan i Örebro. Artikeln belyser kopplingen mellan informationsfrågor och direktmarknadsföringsproblem. Vidare berörs internationella källor för omvärldsinformation*.

- Mät informationen. (1992). *Affärsekonomi Management*, May, s 12. *Om utveckling av en metod för att bestämma kostnader och intäkter för informationshantering.*
- Lund, S. (1992). Datorn viktig kunskapskälla. *Nerikes Affärer*, 22 April s 13. *Om databassökning på internationell basis. Artikeln handlar om DM-centrets verksamhet när det gäller externa databaser och CD-ROM.*
- Omvärldsinformation får företag att växa. (1992). *Vetskap*, No. 2, 6 February.
- Vad är egentligen ledarskap? (1992). *Den Svenska markanden KnowHow*, February, s 10. *Om skillnaden mellan att leda medarbetare respektive att leda ett företag genom omvärlden.*
- Vårda ditt kontaktnät. (1992). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, February, s 9.
- Ny svensk undersökning om informationsbehov. (1992). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, February, s 9. *Om svenska företagsledares syn på vikten av att bestämma företagets behov av kunskaper om sin omvärld – en enkätundersökning.*
- Akta dig för nästa S-kurva. (1992). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, February, s 8. *Om teknikskiften och bevakning av teknikskiften.*
- Behöver du hjälp med internationell omvärldskartläggning? (1992). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, February, s 7.
- Tala inte marknadsföring – precisera dig! (1992). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, February, s 6–7.
- Invertera Marknadsföringstänkandet. (1992). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, February, s 5.
- Wallström, L. H. (1992). Låt de verkliga behoven styra. *Affärsekonomi Management*, February, s 41–44. *Om ledningsinformationens olika sidor samt metoder och idéer om hur man kan tillgodose behovet av både intern och extern information.*
- Pauser, A. (1992). Rätt strategi säljer miljöteknik. *Miljö & Utveckling*, No. 1. *Om kopplingen mellan internationell informationsförsörjning, direktmarknadsföring och teknikdrivna miljöföretag. Frankelius beskriver sin syn på s.k. kirurgisk marknadsföring.*
- Omvärldsinformation. (1992). *DIK Forum*, No. 20, s 25.
- Strategisk informationshantering. (1992). *Svensk Farmaceutisk Tidskrift*, vol. 96, No. 2, p. 56. *En artikel om rapporten "Ökad lönsamhet med rätt information av Frankelius och Rosén.*
- Matematisk modell räknar fram värdet av att vara informerad. (1991). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, November, s 13. *En kort artikel som informerar om ett projekt vid DM-centret som syftar till att utveckla metoder för att värdera information.*

Support-Center för akademiker och forskare. (1991). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, November, s 12. *Om DM-centrets serviceverksamhet*.

Hessler, G. (1991). Informationssökning som överlevnadsstrategi. *Tidskrift för Dokumentation*, 46 (4), 139–140. *En recension av rapporten "Strategisk Informationshantering" av Frankelius och Rosén*.

Ny databastjänst. (1991, October). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, p.14 *Om en servicefunktion vid DM-centret som syftar till att hjälpa forskare, studenter och företag med informationssökning – både uppdrag och utbildning*.

Stor kartläggning av internationella databaser. (1991, October). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, p.14. *Om en kartläggning av svenska och internationella databaser som görs vid DM-centret*.

Mindre företag i fokus. (1991, October). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, p.11 *Artikeln handlar om olika organisationer som intresserar sig för mindre företag*.

Programvaror för marknadsbearbetning – vad erbjuder marknaden?. (1991, September). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, 21–22.

Vad gör DM-centret?. (1991, September). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, p. 24. *Artikeln handlar om verksamheten vid DM-centret, Högskolan i Örebro. Det som berörs är forskning, utbildning och uppdragsverksamhet*.

Data-Star satsar på Högskolan i Örebro. (1991, September). *Den Svenska Marknaden KnowHow*, 47, p. 24.

Tideman, C. (1991). Unikt forskningscenter i Örebro. *Örebroar'n*, (3), s 2.

Dedier, S. (1991, 22 April). Välkommen till Lund, Frankelius!. *Dagens Industri*, p. 5.

Bioteknikföretagen behöver hjälp att nå ut. (1991). *Teknik i Tiden*, (2), 24–25.

Marknadsbedömning svensk svaghet. (1991). *Teknik i Tiden*, (2), 24–25.

Mattisson, L. (1991). Hittar marknader med datans hjälp. *Nerikes Affärer*, (2), 15.

Omvärlden viktig för företagen. (1991). *STU-biten*, (1), p. 6.

Tell, B. (1990). Information Management – vision om integration eller bara illusion? Rapport från ett seminarium. *Tidskrift för Dokumentation*, 45 (1), 38–45.

Zetterblad, E-G. (1990). Databaser – vilka finns och hur når man dom. *Direktmarknadsföring Know-How*. (1), 10.

Nordisk förbrödring på DM-mässan i Älvsjö. (1990). *Parlören*, No. 1, 4–7.

Forska kring DM. (1990). *Telejournalen*, No. 1, p. 10.

Palmgren, G. (1989, December). Projekt Strategiska Informationssystem. *Call Connected*, p. 1 och 4.

I Örebro synar man marknadssystemen. (1989). *Parlören*, No. 3, pp. 1, 3–5.

Films, radio and TV

Lindholm, Mathias (2013). ”Per Frankelius om naturekonomisk teori”, Go´ Morron Östergötland, Sveriges Radio, P4, 20 februari 2013.

Hjelm, Alexandra (2012). Priskriget fortsätter (Intervju med Per Frankelius). Sveriges Television, Östnytt, 5 juni 2012, sändning 18.10, 19.15 samt 21.35. Foto: Foto: Göran Geite
(<http://svt.se/nyheter/regionalt/ostnytt/priskriget-fortsatter>)

Frankelius, Per (2011). Innovationskraft i praktiken: Vad kan vi lära av framgångsrika miljöteknikföretag? Föreläsning av Per Frankelius, via webb-tv, Esbri, 21 november 2011
(http://www.esbri.se/forelasning_tv.asp)

Olika röster om innovation. Film about innovation including interview with Per Frankelius. Producers: Gun Hedlund och Katarina Larsson at Örebro universitet, Centrum för urbana och regionala studier, 2011.

Rensmo, Mattias (2010). Bara Posten räcker inte. Intervju med Per Frankelius med anledning av Postens etablering i Hallsberg. Nyheter P4 Örebro, 1 oktober 2010 kl 15:30.

Rakt på sak. Sveriges Radio P4 den 17 March 2010. Radioprogram av Anders Stålhammar. Diskussion med Per Frankelius kring platsmarknadsföring och Örebro kommuns satsning på melodifestivalen.

Sveriges Radio P4 Uppland (2007). Nyhetstimmen med Malin Aronsson. ”Slutförvar av kärnbränsle i Uppland. Omvärldsanalytikern Per Frankelius om vad ett slutförvar av kärnbränsle skulle kunna betyda för länet”. 14 December, 12.00–13.00. Även referat på nätet: <http://www.sr.se>.

TV4 (2007). Linné – ett kaxigt geni. En dokumentärfilm om Linné i tre delar. Exekutiv producent, TV4: Malin Kvist. Producenter: Katarina Malmen och Christian Arnet. Producerad i samarbete med Syndikatet Television. Per Frankelius medverkar i vinjett och del 3 med utgångspunkt från forskningsprojektet Linné i nytt ljus. Sändes i TV 4 den 21 August (Del 1), 22 August (Del 2) och 23 August (Del 3). Dokumentären finns också i engelsk version för utländska TV-bolag.

SVT Nyheter (2007). Carl von Linné – mer än blomsterkung. Sveriges Television, *Rapport*, den 17 May. Reportage om den nya boken Linne i nytt ljus. Även upplagt som video på SVT Nyheter webbsida:

http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=45952&a=830339&lid=aldreNyheter_813839&lpos=rubrik_830339

SVT Nyheter (2007). Per Frankelius om Linne som ekonom. Video upplagd på SVT Nyheter webbsida den 17 May som fördjupande material kopplat till reportage på nyhetsprogrammet Rapport samma dag.
http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=45952&a=830339&lid=aldreNyheter_813839&lpos=rubrik_830339

SVT Nyheter (2007). Per Frankelius om Linnés "Systema Naturae". Video upplagd på SVT Nyheter webbsida den 17 May som fördjupande material kopplat till reportage på nyhetsprogrammet Rapport samma dag.
http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=45952&a=830339&lid=aldreNyheter_813839&lpos=rubrik_830339

Wrangnert, Rolf (2007). Genotropin – ett världsgenombrott. Dokumentärfilm om utvecklingen av Genotropin med anledning av läkemedlets 20-årsjubileum. Filmen, som också finns i engelsk version, bygger på avhandlingen *Pharmacia & Upjohn – Erfarenheter från ett världsföretags utveckling* av Per Frankelius (Jönköping: Jönköping International Business School/Malmö: 1999). Premiärvisades i Aula Magna på Stockholms universitet den 27 March. Utgivare/kontakt: Kendal von Sydow, Pfizer Health.

Schönberg, Ulf (2006). Creative Business Management i Rättvik. Radioprogram: Mitt i musiken, Sveriges Radio P2, 10 May (samt repris en vecka senare).

Rakt på sak. Sveriges Radio P4 den 10 March 2004. Radioprogram av Marie Hansson. Diskussion med Per Frankelius kring regeringens tillväxtsamtal.

Pharmacia nystartar i Sverige. Intervju med Per Frankelius, Örebro universitet och Håkan Åström, vice VD i Pharmacia. Reporter: Anna Trane. Sveriges Television (SVT 2), Aktuellredaktionen, A-ekonomi 5 February 2002 kl. 21.30.

Om Faktor X i doktorsavhandlingen. Intervju med Per Frankelius, Jönköping International Business School. Intervjuare: Odd Claussen. Radio Jönköping den 24 September 1999.

Om Pharmacia & Upjohn. Intervju med Per Frankelius, Jönköping International Business School och Fred Hassan, CEO, Pharmacia & Upjohn. Reporter: Anna Lindner. Sveriges Television, Aktuellredaktionen, A-ekonomi 22 November 1999.

Om utflyttning av svenska företag. Intervju med Per Frankelius, Jönköping International Business School och Håkan Åström, Chef Public Relations, Pharmacia & Upjohn. Redaktör: Kristina Johnson, reporter: Anna Lindner. Sveriges Television, Aktuellredaktionen, A-ekonomi 20 August 1999.