

Redaktör: Petter Olofsson debatt@di.se Telefon 08-573 650 98

Det pågår en debatt om kapitalismen där en utbredd misstro hela tiden förstärks. Näringslivet lever kvar i en föråldrad föreställning om sin roll och uppgift. Nu måste förtroendet mellan samhällets aktörer återskapas, skriver **Anders Dahlvig**, som var Ikeas koncernchef under ett decennium.



VAD HÄNDE MED FÖRTROENDEKAPITALET? Samhällsansvar som ett överordnat företagsmål kan leda till finansiell framgång, skriver Anders Dahlvig.

FOTO:

Vägen mot ny kapitalism

Förtroendet för näringslivet och för kapitalismen som ekonomiskt system är på en sällan skådad låg nivå. Vi förses hela tiden med nya exempel som förstärker denna misstro. Allt från bedrägerier (Enron, Madoff), miljöförstöring (BP, Exxon), oansvarigt företagande (huslånen inför finanskrisen, Carema) till excesser i belöningsystem till företagsledare.

Detta är ett allvarligt problem då ett förtroendefullt samarbete mellan näringslivet och samhällets representanter är en förutsättning för att lösa de stora utmaningar vår värld står inför – bekämpningen av fattigdom och utarmningen av resurser.

Den frustration och ilska som uttrycks i medierna och av myndigheter och politiker bottnar, enligt min uppfattning, främst i en åsiktskillnad avseende vad företagets uppgift egentligen ska vara.

Företagsledare, styrelser och ägare å ena sidan, lever ofta kvar i den traditionella föreställningen att företagets primära uppgift är att maximera ägarnas, och ibland även led-

i samhället har förändrats, inte minst på grund av den ökade insikten om vår påverkan på miljön och dess konsekvenser.

Eftersom näringslivet lever kvar i det gamla synsättet har detta medfört en vidgad förtroendeklyfta. Högre insynskrav och tillkomsten av internet har också bidragit till större misstro mot näringslivet. Inget kan längre döljas.

Lösningar på detta dilemma, som ofta framförs i medierna och av politiker, är dels generella uppmaningar till näringslivet att ta ett större samhällsansvar, och dels krav på ökad reglering. Det vill säga lösningen är att tvinga näringslivet till bot och bättring. Långsiktigt tror jag inte att tvång är den rätta vägen. Är man inte i grunden övertygad blir resultatet sällan bra.

Finns det något alternativ? Ja, ska förtroendet återskapas måste sannolikt näringslivet acceptera ett större samhällsansvar. Det är osannolikt att allmänheten med sina värderingar kommer att återgå till det gamla synsättet att "the business of

Svårigheten är att visa att dessa två ambitioner är förenliga. Detta är också utgångspunkten i min nyligen publicerade bok "Med uppdrag att växa" där jag med Ikea som exempel försöker visa hur samhällsansvar som det överordnade företagsmålet kan leda till finansiell framgång. Jag tror att målen är förenliga.

"Att näringslivet stretrar emot tror jag inte primärt beror på en ovilja att bidra till samhällets utveckling."

På Ikea är det helt överordnade målet att skapa en bättre vardag för de många människorna, genom att till-

gott rykte och därigenom för hos företagets olika intressen motivation, engagemang och hos de egna medarbetarna. Må bästa medarbetarna och en blick till omvärlden skapades finansiella resultat. Motivera arbetare får man genom att erbjuda dem en djupare mening med – visionen – samt tillfredställ grundbehov av trygghet, erkännande och gemenskap.

Så en ganska enkel idé är samhällsansvar som ett överordnat företagsmål. Detta innebär att skapa ett företag som är lönsamt och som levererar bästa finansiella resultaten.

Går det att få fler företag att göra detta synsätt? Förutsättningen är lyckas är sannolikt större i med ett långsiktigt ägande. Särskilt värdegrundar tar tid att skapa. En lyckligt lottade medtem av A- och B-aktier där många framgångsrika bolag leds av flera ägare. En större utmaning i de anglosaxiska länderna där system inte är lika utbredd. M

ningens, inkomster och tillgångar. Och å andra sidan samhället, representerat av medier, politiker, myndigheter, organisationer och allmänheten – med uppfattningen att företagets uppgift primärt är att bidra till ett bättre samhälle.

Detta är en gradvis förflyttning av synen på företagets roll under de senaste decennierna. Värderingarna

**Följ
debatten
på nätet
di.se/
debatt**

business is business". Att näringslivet stretar emot tror jag inte primärt beror på en ovilja att bidra till samhällets utveckling utan snarare på att det anses oförenligt med företagets överordnade mål att tillvarata ägarnas intressen. Problemet är alltså uppfattningen att det är en konflikt mellan maximering av ägarnas tillgångar och ökat samhällsansvar.

handahålla heminredning av hög kvalitet och design till så låga priser att det är överkomligt även för de med begränsade finansiella tillgångar.

En vision med en social ambition i kombination med värderingar byggda på respekt, erkännande och gemenskap och en ambitiös miljöagenda, skapade två viktiga förutsättningar för finansiell framgång: ett

behöver under alla omständigheter goda exempel att peka på en mer konstruktiv väg än den går via ökad reglering och lagning.

ANDERS DAHLVIG

koncernchef Ikea 1999–2009, s ledamot HM, Kingfisher plc, Ori New Wave, Axel Johnson, Resur