

# Etiska företag

## – början på något nytt eller ytterligare en tom PR-slogan?

Kanske är det ödets ironi att företagen börjar tala högt om etik först då den ekonomiska globaliseringen tagit dem till jordens alla hörn. Att vi bara har en jord att leva på och att det krävs en etik för att ekonomin inte skall spåra ur har varit en självklarhet för filosofer och andra reflekterande individer i årtusenden. Nu, äntligen, möts två världar och frågan är vad resultatet av denna kollision kommer att bli.

Av DENNIS PAMLIN. Omvärldsanalytiker.

DET ÄR FRESTANDE att förenkla frågan om företag och etiskt ansvar eftersom det finns gott om exempel på hycklande företag som har gjort sällsynt korkade saker och samtidigt desperat viftat med sin etiska policy. Enkla svartmålningar resulterar dock inte i något annat än några rubriker och ökade resurser till PR-byråer. Tittar vi närmare ser vi dessutom att olika företag väljer helt olika strategier då de skall förhålla sig till de stora utmaningar vi står inför.

I denna text undviker jag att lyfta fram enskilda företags och individers agerande. För det första för att detta många gånger är alltför känsligt, särskilt för de individer som kämpar för en hållbar utveckling i företag där ledningen och PR-avdelningen

motarbetar seriöst arbete. För det andra för att det nu är hög tid att diskutera frågan om företag och etik på allvar. Att enstaka individer, initiativ och företag inte hängs ut gör naturligtvis texten mindre slagkraftig, men istället kan den förhoppningsvis bidra till en seriös dialog.

Men innan vi går in på företagens roll kan det vara bra att ta ett par steg tillbaka för att se hur situationen ser ut som vi skall förhålla oss till eftersom detta visar hur väl vi, inklusive företagen, hanterat dagens utmaningar. Intresset för företagens verksamhet handlar ju i slutändan om deras roll i samhällsutvecklingen, och inte hur mycket resurser de lägger ner på policy-dokument och broschyrer.

## Dagens situation

- Omkring 1,3 miljarder människor är mycket fattiga, av dessa är 70 procent kvinnor. Drygt 800 miljoner av världens befolkning har inte ens tillräckligt att äta.
- Utan att de fattiga får mer att äta fortsätter vi att fiska ut världshaven och skövla regnskog för att vi i den rika världen skall kunna äta ännu mera kött. Resultatet är att vi varje år avverkar världens regnskogar i en takt som motsvarar en tredjedel av Sveriges yta, snabbare nu än någonsin.
- Det årliga utsläppet av koldioxid har fyrdubblats de senaste femtio åren och av atmosfärens koldioxid är en tredjedel resultatet av vår förbränning av fossila bränslen. Mycket lite tyder på att denna trend är på väg att brytas.
- Antalet naturfrämmande ämnen som släpps ut i naturen fortsätter att öka. Av dessa är många så kallade endokrina ämnen, det vill säga hormonliknande ämnen som påverkar kroppens olika funktioner.

”Övergår vi nu till att studera de företag som idag talar om etik möts vi av en minst sagt splittrad bild.”

Detta är bara några nedslag i den internationella statistik som publiceras av officiella organ som UNEP, UNDP, UNCTAD, FAO och EEA. Ovanstående trender fort-

sätter dessutom att förvärras och få tecken tyder på att situationen kommer att förbättras om inte omfattande åtgärder vidtas.

*”Vi noterar att ett antal positiva resultat har uppnåtts, men vi är djupt oroade eftersom den övergripande trenden för en hållbar utveckling är sämre idag än den var 1992.”*

Punkt 4, Earth Summit II (Rio+5), FN:s uppföljningskonferens till Rio, New York, juni 1997

I denna situation där vi i snart trettio år sett rapporter där viktiga trender pekar åt fel håll, där arter fortsätter att utrotas i oförminskad takt, de första tecknen på klimatförändringar har blivit synliga, naturen fylls med hormonstörande ämnen och människor dör av svält trots att mat finns i överflöd är det dags att montera ner domedagsskylten. Vi står inte inför en katastrof, vi lever mitt i den. Det är en katastrof som skördar offer varje dag. En katastrof där bland annat utrotning av arter och lidande aldrig kan göras ogjort oavsett hur mycket ny teknik och pengar som vi får.

Att intresset för näringslivets agerande i dessa frågor ökat beror på en rad faktorer. För det första är 27 av världens 40 ekonomiskt starkaste aktörer idag transnationella företag, endast 13 är stater. För det andra är många företag inblandade i verksamhet som förstör vår planet och både direkt och indirekt skapar ett fruktansvärt lidande. För det tredje är det bland företagen vi hittar många lösningar som kan öka vår livskvalitet, utan att förstöra jorden, och som samtidigt hjälper de fattigaste på vår jord till en dragligare tillvaro.

## Etik

För att komma tillrätta med dagens utmaningar krävs handling och många talar idag om behovet av en etisk mognad och att företagen måste bli mer etiska, men vad betyder detta?

Ordet etik kommer, som mycket annat, från grekiskan och betyder ungefär ”som har att göra med karaktären”. Det finns tyvärr inte utrymme i denna text att behandla ens en bråkdel av alla de olika sätten som vi kan närma oss etik på. Det kan dock vara värt att notera att frågan rör många svåra och intressanta områden, som till exempel frågan om vad kunskap är, vad det går att ha kunskap om och vad vi kan uppfatta. Dessa frågor kan tyckas abstrakta och långt från den praktiska verkligheten, men svaren på dessa frågor påverkar faktiskt hur exempelvis försiktighetsprincipen skall tillämpas då det gäller växthuseffekten och modifierade organismer.

I denna text är det dock frågan om etiska företag som står i centrum och den gren av etiken som vi då inte kommer runt är den del av etiken som jämför olika normativa avvägningar. I denna del undersöker man vilken etik som är den rätta eller mest välgrundade. Syftet är att ge vägledning i olika valsituationer genom att klargöra olika handlingsalternativ och pröva skälen för eller mot dessa.

Att tala om att man är etisk, utan att tala om vilka etiska bedömningar man gjort, är lika meningsfullt som att hävda att man är bra, utan att ge några argument för detta. Därför räcker det inte att säga att man skall lyda lagen, eller behandla sina anställda

bra, för att man skall kalla sig för etisk. För att vara etisk måste man klargöra vilka värderingar som ligger till grund för dessa val.

Då det gäller diskussionen om företag och etik är det också viktigt att påminna om en grundläggande princip inom filosofin som kallas för Humes lag. Denna princip går ut på att det aldrig går att härleda ett ”bör” från ett ”är”. Det går med andra ord aldrig att mäta, väga eller räkna något och på detta sätt komma fram till fakta som automatiskt leder till att något bör göras. För att komma till en slutsats som handlar om vad vi bör göra måste vi alltid göra en värdering.

## Företag och etik

Den första frågan som måste besvaras är vad vi menar med ett etiskt företag. I dagligt tal tillskriver vi ofta företag en rad egenskaper och förmånskliga dem. Ytterst är dock företag inte något annat än juridiska konstruktioner som vi skapar för att underlätta produktionen av olika varor och tjänster.

Eftersom juridiska konstruktioner inte har någon egen vilja kan de inte heller vara etiska. Endast etiska subjekt som kan göra medvetna val kan agera etiskt. I dagligt tal kan vi till exempel säga att trampminor är oetiska, men vi menar med detta oftast att den som upfunnit minan saknat etiskt omdöme, eller att de som använder minor-na skapar onödigt lidande.

Inom företagen existerar etiskt ansvar därför framför allt på två nivåer. För det första på styrelse- och ledningsnivå där individer utformar företagets affärsidé. Denna idé kan baseras på olika etiska grunder. För

det andra på operativ nivå där varje anställd skall omsätta affärsidén i praktiken.

På den första nivån kan vi studera affärsidén ur ett pliktetiskt perspektiv, det vill säga om vi anser att de principer som idén bygger på är förenliga med ett gott samhälle. På den andra nivån kan vi studera konsekvenserna av de anställdas age-

rande ur ett konsekvensetiskt perspektiv, det vill säga om deras handlande resulterat i en önskvärd situation. Vi kan fråga oss om verksamheten bidrar till att de som har det sämst i världen får det bättre och om verksamheten bidrar till att framtida generationers möjlighet till ett gott liv ökar.

Frågan om det individuella ansvaret i företagen är intressant eftersom hela idén med företagande är att öka riskvilligheten genom att man som individ inte behöver riskera allting om företaget går omkull. Det begränsade ansvaret är dock inte någon naturgiven rättighet. I en situation där vi lever i materiellt överflöd och problemen med industrialiseringen blir allt tydligare måste vi vara redo att se över alla möjligheter att komma åt dessa problem.

Ökat individuellt ansvar kommer att bli allt viktigare framöver i och med att vi lämnar de traditionella hierarkierna och i större utsträckning börjar arbeta i nätverk. I denna

situation måste samtliga anställda, i alla olika typer av företag, känna sig ansvariga för resultat av sina handlingar. Om inte, riskerar vi att hamna i ett samhälle där ingen känner sig ansvarig för de samhällsproblem som man faktiskt är med och skapar.

### Dagens initiativ

Övergår vi nu till att studera de företag som idag talar om etik möts vi av en minst sagt splittrad bild. Eftersom både negativa och positiva exempel finns inom varje företag har vi fått se många exempel på schizofrent agerande. Denna schizofreni gör dagens situation svår att diskutera på ett sansat och analytiskt sätt.

Frågan huruvida dagens initiativ innebär något övervägande positivt eller negativt går inte att besvara entydigt idag. Många

Längst upp i modellen finns ”röverkaptalisterna” (position 1). I denna kategori ingår de företag som gör allt för vinsten, de mutar, bryter mot lagar och struntar i allt utom att tjäna maximalt med pengar. Dessa är inte så intressanta eftersom i stort sätt alla anser att dessa företag är oetiska och något som skall bekämpas.

Nästa steg i modellen är ”det klassiska företaget” (position 2). Detta är utgångspunkten för de flesta. Företaget lyder lagen och försöker, inom lagens ramar, att maximera sin vinst.

Några anser att denna position är den eftersträfvansvärda och de flesta ekonomiska modeller utgår från denna idealtyp av företag. Milton Friedman är förmodligen den mest kände förespråkaren för att företag skall befinna sig här. I sin artikel ”The Social Responsibility of Business is

to Increase its Profits” som publicerades 1970 i New York Times Magazine slog han fast att företag inte bör ta något samhällsansvar eftersom detta är statens roll och att företagets ansvar endast är att generera vinst åt ägarna.

Om det fanns en marknad som fungerade enligt de klassiska ekonomernas teorier vore det lätt att hålla med Friedman då det gäller synen på företagens begränsade ansvar för samhällsutvecklingen, men vi lever inte i en teoretisk värld och två viktiga saker tycks han glömma bort. För det första att många företag idag har en så stor makt att de i stor utsträckning påverkar utformandet av politiken. De följer med andra ord inte bara lagarna, de är med och stiftar dem också. De är därmed inte bara en av många aktörer på marknaden, de kan förändra spelreglerna för sig själva och övriga på marknaden.

Dessutom tycks Friedman och många andra ha en stor tilltro till rättssystemet. De tycks tro att ett tillräckligt bra rättssystem skulle innebära att människor, särskilt i företag, inte skulle hamna i situationer där de behöver göra etiska överväganden. I varje samhälle, där människor finns, kommer det dock alltid att uppstå situationer där vi ställs inför svåra etiska val.

### Vägval

I dagens situation med akut kris på miljöområdet och med många oroväckande sociala trender kombinerat med ett mäktigt näringsliv är det faktiskt inte frågan om, utan hur, företagen skall agera.

Hittills har vi från företagets sida kunnat se olika strategier för att komma tillrätta med problemen. Ofta initieras företagets arbete med etiska frågor av någon av två processer. Antingen påbörjas ett arbete av en grupp av enskilda individer inom företaget som upptäcker något som känns fel och börjar agera, eller så får företaget kritik utifrån för något som hänt.

Dessa två processer är väldigt olika. I det första fallet bedrivs det ofta ett långsiktigt och seriöst arbete där det inom företaget skapas nätverk, med eller utan ledningens stöd. Då det sedan är dags att agera finns det ofta ett väl förankrat arbete inom företaget.

I det andra fallet då processen startar på grund av en yttre händelse hamnar frågan ofta på PR-avdelningens bord och inte sällan kallas extern hjälp in. Dessa arbetar under hård tidspress och syftet är ofta att minimera skadeverkningarna eller om man har tur, vända det negativa till något positivt.

I båda fallen brukar företagen så småningom fatta ett beslut om att de etiska frågorna måste hanteras på ett strukturerat sätt av företaget. I ett första steg brukar man försöka hitta så kallade win-win-lösningar och tala om "triple bottomline". I klarspråk betyder det att man vill hitta de situationer där vinst, miljöhänsyn och sociala aspekter alla går hand i hand. Detta är naturligtvis bra och företagen bör utveckla rutiner för att hitta dessa situationer, men det är först då en konflikt uppstår mellan vinst och miljö/sociala hänsyn som man verkligen behöver etiken. Det är också här som företagen väljer olika vägar.

För många företag som tagit in konsulter eller som låtit PR-avdelningen styra processen så blir det första steget en etisk policy utan relation till affärsidén (position 3 i Figur 1). Det etiska arbetet ses som en del av "varumärkesstrategin" och företagen talar om att fylla varumärket med etik för att minimera risken och maximera vinsten.

Företag som väljer denna väg har tagit det första klivet på något som kan kallas för den cyniska vägen. Det är en cynisk väg eftersom de etiska frågorna ses som ett medel att maximera vinsten, inte som något som har ett egenvärde. Utan koppling till affärsidén blir det etiska arbetet inte mer än kosmetika på en redan ohållbar verksamhet. Samtidigt så kan dessa PR-grepp också stärka de krafter inom företaget som arbetar för en hållbar utveckling. Genom att peka på vad företaget lovat kan de ibland få mera resurser och få större genomslag. Oftast förlorar dock dessa positiva krafter inom företaget sitt tidigare inflytande över före-

tagets etiska arbete och tvingas se på då företaget försöker sälja sin etiska profil med hjälp av snygga formuleringar.

### Reaktivt etiskt arbete

Nästa steg på cynismens väg är att mer aktivt börja kommunicera sin etiska profil och inrätta rutiner för reaktivt etiskt arbete (position 4). Detta innebär att man söker fora där man får berätta att man är etisk, men utan att göra mer än vad man tror är nödvändigt för klämma ut maximalt med pengar ur de konsumentgrupper man hittat i olika marknadsundersökningar. Dessa typer av företag brukar ofta välja ut någon del av sitt sortiment och sälja detta som ett etiskt val. Inte sällan är det yngre välutbildade kvinnor som står i centrum.

Det etiska arbetet är reaktivt eftersom man främst fokuserar på hur man skall bemöta ytterligare problem. Detta innebär ofta att man till exempel stänger fabriker och säger upp underleverantörer då avslöjanden kommer upp. Bakom dessa "etiska" reaktioner finns dock ett kallt kalkylerande eftersom man vet om att dessa problem finns och att de är komplexa. Istället för att aktivt försöka lösa dessa på lång sikt väljer man att värda sin image i syfte att maximera den kortsiktiga vinsten.

Sista steget på denna cynismens väg är att utmåla sig som en ansvarsfull samhällsmedborgare, men utan vilja till dialog (position 5). Dessa företag har ofta en mycket hög svansföring då det gäller etik. Inte sällan ger de stora summor till okontroversiella verksamheter som sällan har något med den egna verksamheten att göra, men som

man vet att kunderna tycker om. Om det sedan är kulturella evenemang eller barnsjukhus spelar mindre roll. Samtidigt bedriver dessa företag en aktiv lobbying för att påverka regelverket på ett sätt som gynnar deras kortsiktiga ekonomiska intresse.

Denna sista position är riktigt otäck eftersom det bakom den leende ytan inte finns något annat än ett girigt ansikte som till varje pris jagar vinst. De etiska konsekvenserna av den egna verksamheten är ointressant, istället är det maximal makt och avkastning som står i centrum. Dessa företag säger sig ofta lyssna på olika grupper och deltar villigt i olika seminarier, men då det gäller att ställa upp på konkreta krav eller acceptera behovet av bindande regler så sparkar man rakt ut, fortfarande med ett leende.

Det är denna typ av arbete som fått många seriösa konsulter att omvärdera sin roll och fundera på alternativa strategier:

*"I co-founded the publication Business Ethics in 1987, in the belief that individual companies, becoming socially responsible, would transform capitalism. I no longer believe this. I have watched as ethics, employee ownership, family-friendly policies, and other progressive notions have put down only shallow roots--to be torn out and discarded when they conflict with the mandate to maximize returns to shareholders."*

Marjorie Kelly, editor of Business Ethics

### Trängsel på hyckleriets väg

Även om det är trängsel på hyckleriets väg finns det också många positiva tecken. I

många företag finns också nätverk av personer som arbetar seriöst med etiska frågor. Den interna processen brukar utgå från att man vill lösa problemet långsiktigt och utvecklar idéer för hur detta skall gå till. Inte sällan börjar dessa personer omformulera företagets affärsidé så att den blir förenlig med en långsiktigt hållbar samhällsutveckling (position 6). Istället för att fokusera på produkten fokuserar man på den service som människor behöver och som företaget skulle kunna leverera.

”Dessa typer av företag brukar ofta välja ut någon del av sitt sortiment och sälja detta som ett etiskt val.”

I detta första steg saknas dock strategi och det är ofta oklart hur idéerna skall omsättas i praktiken. Först då ledningen sanktionerat arbetet brukar tillräckligt med resurser göras tillgängliga för att företaget skall kunna utveckla en strategi för hur företaget skall kunna vara en del av en hållbar samhällsutveckling (position 7). Att ledningen sanktionerar arbetet är också en förutsättning för att hela företaget skall kunna vända kurs.

Fortfarande brukar dock en stor del av verksamheten vara ohållbar och inte sällan uppstår en frustration inom företaget eftersom vision och vardag är långt från varan-

dra. Dessutom skapas ofta ytterligare spänningar då massmedia och miljöorganisationer pekar på problemen med den verksamhet som företaget fortfarande bedriver. Vid dessa ”kriser” är det tyvärr allt för vanligt att företagen kliver över till den hycklande sidan. Allt för många gånger flyttas nämligen ansvaret då över från dem som verkligen ville göra något till dem som endast fokuserar på imagen och vinsten.

Här har miljöorganisationer, massmedia och företagen ett stort ansvar. Det är inte hållbart att företag som påbörjat ett seriöst arbete drivs över kanten på grund av sensationshungriga journalister och tyvärr ibland också med hjälp av miljöorganisationer som inte förstår företagets interna dynamik. Det största ansvaret bär dock massmedia och de oseriösa journalister som tycker att de företag som tar ett steg och säger att de skall göra något bra är lämpliga mål att förstöra.

Fler och fler personer inom företagen, inte minst i toppen, har dock börjat inse villkoren för en långsiktigt hållbar utveckling. Dessa företag inleder seriösa och aktiva dialoger med olika grupper. De föreslår själva lagar och begränsningar för den egna verksamheten (position 8). Intressant nog ofta för att de vill hamna i en situation där de inte styr samhällsutvecklingen utan agerar som vanliga företag. De ser demokratiskt valda fora som de legitima lagstiftarna, även om de tillsammans med många ideella organisationer också vill se mindre dominanta stater. Tyvärr vågar allt för få företag gå ut och tala offentligt om dessa saker, både av rädsla för kritik från andra

företag och för att politiker skall tolka detta som att staten skall ha mer makt.

Ett problem som kan bli mycket allvarligt på sikt är att en stor del av detta spännande arbete sker utan massmedias inblandning. Något som skapar en situation där vanliga medborgare får svårt att bilda sig en korrekt uppfattning om situationen. Antingen tror de på PR-avdelningarna och tror att utmaningarna inte är så stora, eller så ser de igenom marknadsföringen och ser då i stort sett bara cyniska företag som inte tar frågorna på allvar.

Att kampen mellan cynism och ärlighet finns inom alla företag, och inom de flesta människor, är viktigt att komma ihåg. Först då vi vågar se detta ser vi också de nyanser

”Det är inte hållbart att företag som påbörjat ett seriöst arbete drivs över kanten på grund av sensationshungriga journalister och tyvärr ibland också med hjälp av miljöorganisationer.”

som krävs för att vi skall hitta nycklarna till en hållbar samhällsutveckling.

### Rekommendationer

Att avsluta med konkreta rekommendationer är vanskligt. Utan dem uppfattas texten ofta som defensiv och icke konstruktiv, men med rekommendationer riskerar tex-

tens helhetsperspektiv att gå förlorat. Nedanstående rekommendationer bör därför läsas som ett förslag utifrån resonemanget ovan och inte som en lista som gör anspråk på att vara fullständig.

Innan vi går in på de olika rekommendationerna är det viktigt att komma ihåg att etik ytterst är en fråga om andlig/mental mognad. Etik kan inte stressas fram, köpas för pengar, lösas med strukturer och det finns inga smarta genvägar. Om detta ses som ett hinder för företagets arbete med etikfrågor är företaget på fel spår och de kommande rekommendationerna blir bara oseriöst PR-arbete:

1. Erkänn att det idag finns en konflikt mellan kortsiktig vinstmaximering och hänsyn till mänskliga rättigheter och att det idag finns en konflikt mellan kortsiktig vinstmaximering och hållbart resursutnyttjande.
2. Påbörja en process där företagets affärsidé utforskas utifrån dagens situation och hur den kan förändras för att bidra till en ekologiskt och socialt hållbar utveckling.
3. Inför en ärlig översyn där företaget analyserar vad som krävs, internt och externt, för att det skall vara möjligt att ta ytterligare steg i rätt riktning. Då det går skall kvantitativa mål sättas och redovisas.

Ett år efter det att ovanstående punkter genomförts och utvärderats är det dags att gå vidare. Nedanstående fem punkter kan då tjäna som riktlinjer.

## 1. Från vara till service

Samtliga företag måste se över vad de tillför för nytta i samhället och vilka problem denna nytta idag genererar. Genom att se över vilken nytta företaget tillför samhället kan man skapa en kultur i företaget där man fokuserar på denna nytta och hur denna kan skapas, istället för att fokusera på de varor som idag ger denna service. Vi bör i framtiden inte ha några flygbolag utan mötesbolag, vi bör inte ha biltillverkare utan kommunikationsföretag, etc. För ett mötesbolag blir det till exempel självklart att acceptera begränsningar i flygtrafiken på grund av klimathänsyn och istället lägga över en del av mötesverksamheten till videokonferenser.

”För att komma tillrätta med dagens utmaningar krävs handling och många talar idag om behovet av en etisk mognad och att företagen måste bli mer etiska, men vad betyder detta?”

## 2. Från relativ till absolut påverkan

Många företag hamnar i en svår situation eftersom man vill expandera och ta nya marknadsandelar, samtidigt som man vill minska sin miljöpåverkan. Detta har resulterat i en situation då många företag inte vill ha absoluta mål utan istället relativa.

Begrepp som ”Eco-efficiency” används ofta, men även om detta kan vara bra för att få igång en diskussion i företaget så måste vi inse att miljön fullständigt struntar i effektiviteten utan ser endast till absolut påverkan.

Att se över det som kallas för ”fotavtryck”, det vill säga den påverkan som samtliga delar av produktionen resulterat i, kommer att vara centralt och det räcker därför inte med att lägga ut de ”besvärliga” delarna utanför företaget/landet, eftersom hela belastningen av servicen/varan måste inkluderas i en seriös analys.

## 3. Från reaktiv till proaktiv

Tyvärr hanteras sociala frågor och miljöpåverkan fortfarande reaktivt i näringslivet. Visst finns det lysande undantag, men ofta har dessa företag förändrats först efter häftiga konfrontationer. Vi har inte tid att vänta på att företagen tvingas till att bli proaktiva. Att sätta mål och tydliggöra vad man vill göra och varför man inte kan gå vidare kommer att bli allt viktigare.

Särskilt vid upprättandet av en etisk policy brukar det vara lätt att skilja de seriösa företagen från de oseriösa. De oseriösa sätter upp vaga formuleringar och oklara uppföljningsmekanismer. Miniminivån för ett seriöst företag bör vara att i samband med policyn slå fast en strategi för att långsiktigt komma tillrätta med problemen, dessutom bör företagen öppet redovisa alla förfrågningar man fått från olika samhällsaktörer hur man valt att hantera dem.

Ett proaktivt företag måste också väga ge de anställda möjligheter att agera. Vid brott

mot mänskliga rättigheter eller icke uthålligt utnyttjande av naturresurser från företaget skall varje anställd ha rätt att, utan straffpåföljd, kontakta en utomstående part.

## 4. Från cyklop till split-vision

Vi har skapat ett ekonomiserat samhälle där andra värden än de som omedelbart kan mätas i kronor och ören ofta ses som en lyx som man endast kan unna sig om ekonomin och vinsten ser bra ut. Vi måste vända på denna logik. Vad är det som krävs för ett bra samhälle? För näringslivet blir denna fråga allt viktigare eftersom vi befinner oss i en situation då de stora företagens relativa och absoluta makt fortsätter att öka.

Genom att se över vilken roll man har för samhällsutvecklingen kan man delta på ett mer seriöst sätt i samhällsdebatten. Vinsten för ett företag är som luften för en människa, det går inte att klara sig utan den. Men meningen med tillvaron är betydligt större än att bara andas och gå med vinst.

## 5. Från maximering till optimering

Den sista och kanske mest visionära rekommendationen är en uppmaning att reflektera kring ”hur mycket är tillräckligt”. För hundra år sedan började ekonomer på allvar diskutera det faktum att vi snart skulle behöva ställa om samhället totalt. Detta eftersom industrialiseringen relativt snart skulle lyckas att uppfylla de materiella behov vi har.

Det är inte längre så kontroversiellt att hävda att vi i den rika delen av världen

befinner oss i en situation där vi inte längre har en materiell brist. Fördelningen av resurserna i samhället kan diskuteras och det faktum att människor tycks falla igenom även i världens rikaste länder bör uppmärksammas. Dessa problem är dock inte relaterade till en bristande förmåga att producera, utan att omfördela.

Vad ekonomerna för hundra år sedan inte hade förutsett var dock två viktiga saker. För det första att vi i dagens samhälle övergått till att leva i ett risksamhälle. Detta begrepp fångar det faktum att vårt maximeringsfokus skapat stora materiella tillgångar, men att dessa kommit med ett miljöpris, ett pris som inte fördelas jämnt inom och mellan generationer. Inte ens den mest pessimistiskt lagda personen skulle för hundra år sedan drömt om några av de fruktansvärda och oväntade konsekvenser som industrialiseringen också resulterat i. Storskalig utrotning av arter, hormonstörande ämnen och förändring av det globala klimatet fanns inte ens i de mest extrema dystopierna.

För det andra var det få som förutsåg de enorma konsumtionsskillnaderna. Dessa stora konsumtionsskillnader gör att vi ofta inte inser att vi faktiskt har tillräckligt för allas behov, men som Gandhi påpekade, inte för allas girighet.

För varje företag ligger det här en utmaning och därför bör inte ett seriöst företag ducka för de svåra frågorna utan öppet redovisa sina svar även på komplexa frågor som: För vem producerar vi, vilken livsstil underbygger vi, vilken syn på människan förmedlar vi? ●