



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Ekonomisk utveckling eller ekologisk avveckling?

- En studie om företagsledares syn på tillväxt

Magisteruppsats
Ekonomistyrning
VT 2011

Författare: Julia Holmberg
Emily Jonsson
Eva-Maria Nilsson

Handledare: Petter Rönnborg



Förord

Denna magisteruppsats är skriven på Handelshögskolan i Göteborg under vårterminen 2011. Vi hoppas att Du som läsare finner ämnet intressant och att följande läsning kommer att bidra till nya perspektiv på vår tillvaro och den värld vi lever i.

Vi vill rikta ett stort tack till våra intervjupersoner Richard Bergfors, Anders Hedenstedt, Ulf Jakobsson, Leif Johansson, Tom Johnstone och Claes Åkesson för att ni tog er tid till att träffa oss och delge era tankar.

Vidare vill vi tacka vår handledare, Petter Rönnborg, för god vägledning och tro på vår idé.

Och icke att förglömma – tack Kenta, tack mamma och tack T. J.

Göteborg den 30 maj 2011

Julia Holmberg

Emily Jonsson

Eva-Maria Nilsson



Sammanfattning

Magisteruppsats i ekonomistyrning, våren 2011

Författare: Julia Holmberg, Emily Jonsson och Eva-Maria Nilsson.

Handledare: Petter Rönnborg.

Titel: Ekonomisk utveckling eller ekologisk avveckling? – En studie om företagsledares syn på tillväxt.

Bakgrund och problemdiskussion: Tillväxt ses i dag som en naturlig grund i vårt samhällsbyggande och ordet har blivit nästintill utbytbart med utveckling. Det överskuggande målet för politiker och företag är fortsatt tillväxt, samtidigt som naturvetare i en parallell värld påpekar att vi har nått gränsen för vad planeten förmår. En betydelsefull men förhållandevis outforskad roll i detta innehas av företagen, varför det också finns ett intresse i att närmare undersöka företagens hållning gentemot problematiken.

Frågeställning:

- Hur ser företagsledare på tillväxt, resursanvändning och företagande?

Syfte: Syftet är att ta del av framstående företagsledares tankar och reflektioner kring tillväxt, resursanvändning och företagande, för att på så sätt belysa tillväxtens dilemma utifrån ett företagsperspektiv – något som tidigare främst har gjorts ur ett naturvetenskapligt perspektiv.

Metod: För att kartlägga och undersöka formulerad problematik är studien av både explorativ och deskriptiv karaktär. Studien baseras på kvalitativa intervjuer med sex företagsledare som både har inflytande inom näringslivet och som har uttalat sig i hållbarhetsfrågor.

Resultat: Resultatet presenterar företagsledarnas tankar och reflektioner kring tillväxt, resursanvändning och företagande. Intervjupersonerna diskuterar de olika problemområdena både ur ett företags- och samhällsperspektiv. Samtliga har reflekterat över de frågor som har diskuterats och ser att det finns en problematik, om än i varierande grad.

Analys och slutsats: Utifrån respondenternas svar och studerad litteratur har en viktig insikt erhållits, nämligen att ämnet är mycket komplext och att dess rötter flätas samman på många olika områden. Det går således inte att betrakta tillväxtens dilemma som en isolerad del, och inte heller tro att det är så den går att lösa. För att få till en omställning tror författarna därför att en sådan måste ske på flera fronter samtidigt – på individ-, företags- och samhällsnivå såväl som på regional, nationell och global nivå.

Förslag till fortsatt forskning: På grund av ämnets aktualitet är tillväxt långt ifrån utforskat. Författarna ser därför ett flertal olika uppslag till fortsatt forskning.



“Anyone who believes exponential growth can go on forever in a finite world is either a madman or an economist.”

- Kenneth E. Boulding

Innehållsförteckning

1. Introduktion	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemdiskussion	2
1.3 Frågeställning	2
1.4 Syfte	2
1.5 Disposition	3
2. Teoretisk referensram	4
2.1 Inledning.....	4
2.2 Från industrialismens vagg till i dag	4
2.2.1 Startskottet i Storbritannien 1700 - 1850	4
2.2.2 År 1850 - 1945	5
2.2.3 Industrialismens guldår 1950 - 1970	5
2.2.4 År 1975 fram tills i dag	6
2.3 Tillväxt som strategi.....	7
2.4 Styrning och tidshorisont	8
2.5 BNP som mått på tillväxt – och välfärd	8
2.6 En kreditbaserad ekonomi.....	10
2.7 Konsumism som tillväxtens motor.....	11
2.8 Resursbrist och klimathot.....	13
2.9 Oljeberoende och oljetopp	14
3. Metod	16
3.1 Studiens inriktning och tillvägagångssätt.....	16
3.2 Sekundärdatainsamling	16
3.3 Primärdatainsamling.....	16
3.3.1 Val av intervjupersoner	17
3.3.2 Genomförande	18
3.3.3 Presentation av primärdata	18
3.4 Kvalitet	19
4. Resultat	20
4.1 Tillväxt	20
4.1.1 Intervjuperson A.....	20

4.1.2 Intervjuperson B	21
4.1.3 Intervjuperson C	22
4.1.4 Intervjuperson D	23
4.1.5 Intervjuperson E	24
4.1.6 Intervjuperson F	24
4.1.7 Sammanfattning	25
4.2 Resursanvändning	26
4.2.1 Intervjuperson A	26
4.2.2 Intervjuperson B	26
4.2.3 Intervjuperson C	27
4.2.4 Intervjuperson D	28
4.2.5 Intervjuperson E	28
4.2.6 Intervjuperson F	29
4.2.7 Sammanfattning	30
4.3 Företagande	30
4.3.1 Intervjuperson A	30
4.3.2 Intervjuperson B	31
4.3.3 Intervjuperson C	32
4.3.4 Intervjuperson D	32
4.3.5 Intervjuperson E	33
4.3.6 Intervjuperson F	34
4.3.7 Sammanfattning	35
4.4 Optimist eller pessimist?	36
5. Analys.....	37
5.1 Tillväxt	37
5.2 Resursanvändning	40
5.3 Företagande	42
6. Slutsats.....	44
6.1 Förslag till fortsatt forskning.....	45
7. Litteraturförteckning.....	48
8. Bilaga	53



1. Introduktion

I detta kapitel presenteras bakgrund, problemdiskussion, frågeställning och syfte samt disposition, för att skapa en djupare förståelse för uppsatsens ändamål och struktur.

1.1 Bakgrund

Västvärlden har under flera sekel präglats av ett tillväxtparadigm (Sörlin, 1991). Den vetenskapliga revolutionen under 1600-talet tillsammans med den industriella och kapitalistiska revolutionen under 1700- och 1800-talen, lade grunden för det som vi i dag känner som *framstegstanken*. Utvecklingen under dessa fyra sekel har också omgestaltat vår syn på – och relation till – naturen. Tidigare betraktades naturen som ett levande väsen som skulle behandlas med vördnad. I dag ses ekosystemet snarast som något externt i förhållande till samhällsekonomin, vars huvudsakliga funktion är att tillhandahålla resurser. En historisk förutsättning för tillväxtiden är även den *materialistiska världsbild* som utgör summan av de vetenskapliga, industriella och kapitalistiska revolutionerna – en världsbild som i viss mån kan sägas ha ersatt den roll religionen tidigare hade i vår tillvaro (Forsberg, 2007).

Tillväxtiden har alltså långa historiska rötter, även om den blev norm först under mitten av seklet. Samtliga ideologier har accepterat tillväxt som något absolut nödvändigt och det kan till och med tyckas som att den utgör grunden för ett samhälles självrespekt (Forsberg, 2007; Self, 2000; Sundqvist, 2003). Vår tillvaro definieras alltså i mångt och mycket av den ekonomiska tillväxten. Den ses inte bara som ett villkor för utveckling utan även som själva innebilden av utveckling. Detta är naturligtvis inte helt utan anledning. Tillväxten har gjort att vi i dag har ett välisolerat tak över huvudet, variationsrik mat på bordet och totalt sett en hög grad av välfärd. Frågan är dock om den tillväxt vi ser i dag, med ökade valmöjligheter och fler materiella ting, är en tillfredsställande definition av det goda livet. Dessutom sker en successiv utarmning av jordens resurser. Jackson (2011) sammanfattar *tillväxtens dilemma* i två påståenden: tillväxt i dess nuvarande form är ohållbart, samtidigt som negativ tillväxt eller nerväxt inte är något stabilt alternativ under nuvarande förhållanden. Det ligger därför en utmaning i att finna ett sätt för det mänskliga samhället att blomstra inom ekologins gränser.

Sedan tillväxten tog fart har en och annan kritisk röst höjts. Malthus väckte frågan om gränserna för tillväxten redan i slutet av 1700-talet med sin studie *Om befolkningsfrågan samt debatten kring denna* (1969). Under 1900-talets andra hälft aktualiserades frågorna om människans miljöpåverkan och evig tillväxt bland annat i Carsons *Tyst vår* (1963) och den så kallade Romklubbens *Tillväxtens gränser* (Meadows et al., 1972). År 1987 utkom Förenta Nationerna med rapporten *Vår gemensamma framtid*, där ett viktigt ställningstagande gjordes då den erkände ekologins överlägsenhet över ekonomin, och en vida spridd definition av *hållbar utveckling* formulerades. Klimatfrågans stora mediala genombrott kom år 2006 med Gores *En obekväm sanning*. Vidare ställde ett antal nobelpristagare och världsledande experter, i Stockholm i maj år 2011, mänskligheten inför rätta och anklagade den för att utarma jordens resurser (Jackalin, 2011).

Retoriken kring tillväxt domineras dock fortfarande av uttalanden i positiva ordalag (se bilaga 8.2). Beslutsfattare och opinionsbildare talar i regel om tillväxt som något givet, nästan heligt. Tillväxtens vara eller icke vara, har trots ovan nämnda publikationer inte varit föremål för diskussion, vare sig i de politiska rummen eller runt styrelseborden (Forsberg, 2007; Jackson, 2011). En liknelse kan göras vid den under 1500-talet dominerande åsikten att jorden är platt – att jorden skulle kunna vara rund sågs som en omöjlighet och dessutom som kontroversiellt. I och med de vetenskapliga framstegen som sedan gjordes omprövades detta. I dag däremot, är det kanske idén om den eviga ekonomiska tillväxten som behöver omprövas.

1.2 Problemdiskussion

Det överskuggande målet inom både politiken och företagsvärlden är alltså fortsatt tillväxt, samtidigt som naturvetare i en parallell värld påpekar att vårt slitage på planeten är ohållbart. Miljöfrågan har under senare tid fått större utrymme i media, och ”hållbarhet” har blivit ett modeord vars innebörd flertalet aktörer vill förknippas med. Trots detta presenteras ständigt nya larmrapporter om planetens tillstånd. Förbrukningen av naturresurser och utsläppen av växthusgaser har vuxit i samma exponentiella takt som världsekonomin och forskarna menar att vi nu har nått gränsen för vad planeten förmår. Mot bakgrund av detta ställer vi oss därför frågande till om det verkligen är förenligt att värna om miljön samtidigt som den omhuldade tillväxten oförtrutet tickar på.

Många är i dag överens om att mänskligheten står inför ett antal stora utmaningar i framtiden, däribland frågan om miljö och klimat. Ansvaret för att den beskrivna situationen både har uppkommit och förvärrats, bärs på flera av civilisationens axlar – politikernas och företagens såväl som individernas. Eftersom marknadens dominans har blivit allt tydligare, har också företagens roll blivit mer framträdande på den nationella och globala spelplanen. Med en sådan ställning kan tyckas att även ett större ansvar följer, varför det finns ett intresse i att närmare undersöka företagens syn på tillväxtens dilemma.

1.3 Frågeställning

Problemdiskussionen mynnar ut i följande frågeställning:

- Hur ser företagsledare på tillväxt, resursanvändning och företagande?

1.4 Syfte

Under ekonomiutbildningens fyra år har vi studerat vedertagna ekonomiska modeller för bland annat vinstmaximering och tillväxt. Vi ställer oss dock tveksamma till om detta är den enda absolut givna verkligheten, och vill därför utvärdera den eventuella problematiken med tillväxt så som den ser ut i dag. Syftet med denna studie är således att lyfta frågan om tillväxt, och att genom att ta del av framstående företagsledares tankar och reflektioner, även belysa ämnet ur ett företagsperspektiv – något som tidigare främst har gjorts ur ett naturvetenskapligt perspektiv. Här sätts därför tillväxten i relation till de båda begreppen resursanvändning och företagande.

1.5 Disposition

Introduktion	<ul style="list-style-type: none">• Det inledande kapitlet presenterar bakgrund, problem-diskussion, frågeställningar och syfte, och ämnar ge läsaren en djupare förståelse för studiens ämne och ändamål.
Teoretisk referensram	<ul style="list-style-type: none">• Det andra kapitlet inkluderar en presentation av den teoretiska referensramen, som används för att kunna behandla formulerade frågeställningar. Vidare utgör den grunden till efterkommande kapitel i uppsatsen.
Metod	<ul style="list-style-type: none">• Metodkapitlet beskriver studiens val av metod och tillvägagångssätt. Vidare förs ett resonemang kring hur datainsamlingen har gått till.
Resultat	<ul style="list-style-type: none">• Detta kapitel presenterar resultatet av de kvalitativa intervjuer som har genomförts, det vill säga respondenternas tankar och reflektioner kring tillväxt, resursanvändning och företagande.
Analys	<ul style="list-style-type: none">• I detta kapitel analyseras resultatet från intervjuerna, med hjälp av den teoretiska referensramen. Analysen är gjord i enlighet med studiens syfte.
Slutsats	<ul style="list-style-type: none">• Det avslutande kapitlet presenterar de slutsatser som dragits och ämnar besvara studiens frågeställning. Vidare ges förslag till fortsatt forskning.

2. Teoretisk referensram

Följande kapitel presenterar befintlig forskning inom området och utgör uppsatsens teoretiska referensram. Tillsammans med resultatet ligger referensramen till grund för analys och slutsats.

2.1 Inledning

I enlighet med studiens frågeställning och syfte, genomsyras studien av tre teman, vilka är tänkta att skapa struktur och därför kan ses som uppsatsens ryggrad. De tre temana är tillväxt, resursanvändning och företagande. Dessa är emellertid inte helt åtskilda, utan överlappar till viss del varandra. Den teoretiska referensramen ämnar måla upp en bakgrundsbild till den problematik som är förknippad med evig tillväxt. Av denna anledning görs ingen formell uppdelning i de tre temana, men en vägledning till hur kapitlets olika delar ska tolkas ges nedan. På grund av områdets omfattning och aktualitet görs inga anspråk på att utforma en heltäckande bild, men ambitionen är alltså att skapa en bred förståelse hos läsaren.

Referensramen inleds med en överblick av framväxten av det marknadsbaserade samhället samt vilka teorier och händelser som präglat denna utveckling. För att förstå sin samtid, och kunna förutsäga och forma allas vår framtid, fordras kunskap och insikt om den tid som varit. Denna historiska tillbakagång illustrerar hur företagets roll i samhället har förändrats och hur deras ställning successivt har stärkts, vilket sedan mynnar ut i en diskussion om ansvar. På så sätt är detta första avsnitt relaterat till det tredje och sista temat; företagande.

Kapitlets nästföljande del behandlar temat tillväxt och frågan om varför ekonomisk expansion är så viktig, både ur ett företags- och samhällsperspektiv. Ett land med hög tillväxt genererar tillväxtmöjligheter för företag. Omvänt gäller att företag som växer också bidrar till nationens tillväxt. Eftersom flertalet företag har som strategi att växa, behandlas i avsnittet motiven till detta, samt myopi som möjlig implikation. Vidare beskrivs två huvudorsaker till att tillväxt blivit ett primärt mål i samhället, nämligen BNP som mått och den kreditbaserade ekonomin.

Referensramens avslutande områden är hänförliga till temat om resursanvändning. Enskilda företag såväl som samhället i stort är beroende av energi och råmaterial till de verksamheter som bedrivs. En nyckel i detta är konsumismen, som fungerar som en drivkraft för tillväxt, och därmed bidrar till ett ökande uttag och användande av naturresurser av olika slag. Detta avsnitt belyser således resursfrågan ur olika vinklar. Det är emellertid viktigt att understryka att referensramens alla delar är sammanflätade med varandra och – direkt eller indirekt – kan länkas till samtliga teman.

2.2 Från industrialismens vagga till i dag

Nedan följer en beskrivning av marknadens utveckling och företagets skiftande roll, från 1700-talet och fram tills i dag.

2.2.1 Startskottet i Storbritannien 1700 - 1850

De moderna tankarna om en marknad började på 1700-talet, under den industriella revolutionen i Storbritannien. Användandet av kol, ångkraft och maskiner ökade kraftigt.

Produktionen blev därför mer storskalig och ekonomiska aktiviteter internationaliserades i allt större utsträckning (Schön, 2007). Samtidigt skedde ett politiskt värdeskifte, då regeringar övergav de protektionistiska idéerna till förmån för frihandel och *laissez faire*, vilket innebar att staten skulle ingripa så litet som möjligt i ekonomin, och att de fria marknadskrafterna skulle maximera nationens välstånd. År 1776 utkom Adam Smiths bok *Nationernas välstånd*, och han var den första att föreställa sig en marknad där samtliga produktionsfaktorer kunde köpas och säljas (Rider, 1997; Self, 2000).

När industrialiseringen började i Storbritannien på 1700-talet kunde Sverige fortfarande ”karaktiseras som ett ekonomiskt ’efterblivet’ land” (Schön, 2007, s. 50). Anledningen var att jordbruket fortfarande var den dominerande sektorn, industrierna var av liten omfattning och städerna var små. Sverige kom dock att påverkas av de politiska idéerna i Storbritannien och det började ske en utveckling mot en marknadsbaserad ekonomi. Dock var det först i början av 1800-talet som den industriella utvecklingen kunde märkas i Sverige (Schön, 2007).

2.2.2 År 1850 - 1945

Under 1800-talets andra hälft tog industrialiseringen ytterligare fart, tack vare järnvägsbyggandet i Europa. Järnvägen möjliggjorde ökad rörlighet över nationsgränser och innebar även att ekonomier blev allt mer integrerade (Schön, 2007; Rider, 1997). I Sverige började tillväxten koncentreras till industrin och jordbruket förlorade sin roll som dominerande sektor (Schön, 2007). Från slutet av 1800-talet växte storföretagen med hjälp av vidgade marknader och ny teknik och nya produktionsätt, som exempelvis utvecklingen av löpande bandet (Fregert & Jonung, 2005; Rider, 1997).

I slutet av seklet uppkom den *neoklassiska teorin*, vilket fick till följd att ekonomi och politik liberaliserades ytterligare. Teorin förespråkar att alla enskilda aktörer på marknaden ska maximera sin egen nytta utifrån de resurser och förmågor som de besitter (Self, 2000). I och med denna individfokus förflyttades företagets verksamhet ett steg bort från sitt ursprungliga syfte att tillgodose nationella intressen. En marknadsbaserad ekonomi fokuserar istället på att skapa vinst till företagets ägare och bejaka deras intressen. Stor vikt läggs därför vid att öka lönsamheten genom ökad produktion och konsumtion (Bakan, 2005; Stutz & Warf, 2007).

Den neoklassiska skolan mötte kraftigt motstånd under mellankrigsåren, eftersom ekonomin inte anpassade sig på det sätt som teorin antog. Den kunde exempelvis inte lösa den stora arbetslöshet som uppkom i samband med börskraschen år 1929, och den självreglerande marknaden ansågs vara anledningen till allt elände (Self, 2000). Denna gång blev lösningen *keynesianismen*. Keynes ansåg att staten bör reglera ekonomin och dess konjunktursvängningar i betydligt större utsträckning än de tidigare gjort, genom att antingen stimulera eller dämpa den aggregerade efterfrågan, med syftet att skapa full sysselsättning (Fregert & Jonung, 2007).

2.2.3 Industrialismens guldår 1950 - 1970

Mellan år 1950 och början av 1970-talet nådde tillväxten i världsekonomin nya höjder. Åren präglades av stark optimism och hög tilltro till framtiden och den teknologiska utvecklingen. Välståndet kom att höjas för många människor, och i och med den ökade efterfrågan kunde företagen sälja sina produkter utan större ansträngning. Sådant som tidigare varit av närmast

utopisk karaktär – exempelvis bil, teve och semesterresor – blev framöver en självklar standard i livet (Schön, 2007).

Under åren 1950 till 1970 tredubblades energianvändningen i Sverige. Denna utveckling skedde delvis på grund av mekaniseringen av produktionen, men den största ökningen stod bilismen för. I och med ratificeringen av GATT-avtalet kom världshandeln att liberaliseras under denna tid. Den svenska exporten växte i snabb takt, och gjorde samtidigt att svensk ekonomi blev allt mer beroende av sin omvärld (Schön, 2007; Fregert & Jonung, 2005).

2.2.4 År 1975 fram tills i dag

Under 1970-talet inträffade två stora oljekriser, vilket fick till följd att priset på olja chockhöjdes och flera industrier drabbades hårt. Västvärlden befann sig plötsligt i ett helt nytt läge med både stigande arbetslöshet och inflation samtidigt, varför begreppet *stagflation* myntades. Keynesianismen kunde inte hantera situationen och högervindar drog över västvärlden. Med Reagan och Thatcher i spetsen ansågs marknaden återigen vara lösningen på problemen (Self, 2000).

Under detta decennium minskade västvärldens statsapparater kraftigt i storlek, efter att ha växt sig alltför stora sedan andra världskrigets slut, i termer av personalstyrka, funktioner och utgifter. Avregleringar genomfördes och aktiviteter flyttades till marknaden. Detta gjorde det möjligt för företag att kontrollera områden som staten tidigare haft monopol på, vilket gav företagen större inflytande än vad de tidigare haft. När de lagliga restriktionerna upphävdes blev kostnader som tidigare varit interna istället externa och kom att belasta samhället och miljön istället för företagen (Bakan, 2005; Self, 2000).

I Sverige har det sedan mitten av 1980-talet genomförts ett antal reformer, som samtliga har främjat tillväxten. Den första var avregleringen av kreditmarknaden år 1985, följt av valutamarknaden år 1989. Ytterligare ett antal avregleringar skedde under 1990-talet inom olika branscher, bland annat el- och telebranschen. EES-avtalet år 1992 (ersatt av EU-medlemskapet år 1995) gjorde att Sverige blev delaktigt på den europeiska marknaden. Därmed infördes fri rörlighet för varor, tjänster, arbetskraft och kapital över nationsgränserna (Fregert & Jonung, 2005).

Avregleringarna och utvecklingen av informationsteknologin har gjort att företag blivit allt mindre nationellt eller geografiskt bestämda. I samband med globaliseringen har varumärken och marknadsföring fått en ökad betydelse som sammanfattad information till konsumenten för vad företaget representerar (Dicken, 2007; Schön, 2007). Denna utveckling har även lett till att enklare arbeten kunnat outsourcas ut från västvärlden till marknader där arbetskraften varit avsevärt billigare (Stutz & Warf, 2007).

Under de senaste decennierna har det skett en utveckling från ett industrisamhälle till ett tjänste- och informationssamhälle. Produktion och konsumtion består i dag främst av tjänster och allt fler människor arbetar inom tjänstesektorn allteftersom industriarbetet i allt större utsträckning standardiseras, mekaniseras och automatiseras (Dicken, 2007; Schön, 2007). Dock lever vi fortfarande i ett marknadsbaserat samhälle och Self (2000) beskriver ett antal marknadsdogmer som präglat samhället vi lever i under de senaste decennierna. En fri

marknad och ekonomisk tillväxt anses vara den främsta källan till välfärd. Denna välfärd kommer sedan att sippra ner i samhället och därmed gynna alla medborgare. Marknaden anses vara mer "effektiv" än staten och fungerar som bäst med minimal reglering. Effektiv i detta sammanhang innebär att marknadsbaserade företag använder resurser på ett mer kostnadseffektivt sätt. Detta på grund av den existerande konkurrensen samt verksamhetens vinstmål. Vidare kan individer i en marknadsbaserad ekonomi välja det alternativ som passar dem bäst utifrån deras smak och inkomstnivå, medan staten endast skulle kunna erbjuda ett fåtal alternativ och därmed inte ge samma valfrihet.

Sedan Friedmans (1970) ställningstagande att företags enda ansvar är att skapa vinst till sina aktieägare, har tankar om – och krav på – att företag bör ta ett vidare ansvar vuxit fram. Företagens relation till sina intressenter har i och med detta blivit allt viktigare och avgörande för deras framgång. Allt fler företag arbetar med hållbarhet. En anledning till detta är att konsumenter blivit mer och mer medvetna om konsekvenserna av företagets agerande (Kanji, 2010). Företags hållbarhetsarbete kan ofta härledas till Elkingtons (1998) *Triple Bottom Line*. I modellen får den sedvanliga resultatraden i företagets redovisning sällskap av ytterligare två rader: en för miljö och en för sociala aspekter. Syftet med detta är bland annat att visa hur företaget bidrar till skapandet av en mer hållbar utveckling. Vidare hävdar Porter och Kramer (2006) att företag bör inse att hållbarhetsarbetet kan vara mycket mer än en kostnad. Insatserna kan leda till innovationer och framtida konkurrensfördelar för företagen.

2.3 Tillväxt som strategi

För enskilda företag är fortlevnad ofta det överordnade målet. Samtidigt formuleras ofta mål för tillväxt, vilka sedan återfinns i företagets långtidsplaner. Detta innebär att om tillväxt i sig inte är ett mål för företaget, så ligger det nära till hands att tolka tillväxtmål som delmål i företagets strävan att nå det överordnade målet fortlevnad (Johansson & Runsten, 2005). Dagens företagsklimat präglas av hård konkurrens som sätter press på företag att expandera på nya marknader, kontinuerligt utveckla nya produkter och att genom marknadsföring stimulera till en ökad konsumtion (Dicken, 2007; Forsberg, 2007). I en tillväxtekonomi kan alltså tillväxt av produktion och försäljning vara ett villkor för fortlevnad för det enskilda företaget (Johansson & Runsten, 2005).

Tillväxt kräver kapital och ett företags möjlighet att växa är därför beroende av dess förmåga att finansiera tillväxten. Finansieringsmöjligheten är i sin tur beroende av *räntabiliteten*, då den påverkar tillväxten av eget kapital såväl som företagets möjligheter att öka sina skulder. Att *vinsten* är viktig i en marknadsekonomi står därför utom tvivel. Ett företag behöver kunna betala marknadspris på *riskkapital*. Den vinst ett företag behöver uppnå för att kunna betala marknadspris på riskkapital, kan ses som en kostnad för tryggad försörjning av riskkapital och fortlevnad. Därigenom kan kostnaden för att fortsätta bedriva sin verksamhet alltså inte vara lägre än kostnaden för marknadspriset på kapital. Mot bakgrund av detta kan således vinsten ses som ett medel för ett företag, likväl som ett mål (Johansson & Runsten, 2005).

Behovet av kapitaltillväxt kan hänga samman med flera faktorer. Som exempel kan nämnas behovet av att förbättra produktiviteten, behovet att bibehålla eller förbättra företagets marknadsandelar, och inflation. Ett företag måste kunna betala marknadsmässiga löner till

sina anställda och kunna möta de krav på ökade reallöner som ställs på arbetsmarknaden. Den samhällsekonomiska grunden för högre reallöner är ökad *produktivitet*, det vill säga ökad produktionsvolym per anställd vid given arbetstid. Samtidigt kan inflationen förändra priser på olika resurser och på sålda produkter, och därigenom utlösa ett nominellt kapitalbehov även vid oförändrad verksamhetsvolym (Johansson & Runsten, 2005).

2.4 Styrning och tidshorisont

Tid är av fundamental betydelse när det gäller beslutsfattande i ett företag. En viktig aspekt av detta är att försöka balansera långsiktig positionering, tillväxt och förändring med kortsiktig prestation, lönsamhet och överlevnad (Lavery, 1996). Denna balansgång är dock inte alltid helt lätt att göra. På grund av en rad olika orsaker kan företag lockas att avstå från långsiktiga, strategiskt viktiga investeringar. Sådana kan vara mycket kostsamma och det kan ta flera år innan de till fullo har betalat sig. Samtidigt kan det ge negativa konsekvenser att undvika att göra dessa investeringar, exempelvis i form av förlorad konkurrenskraft, både för det enskilda företaget och för landet som det verkar i (Lavery, 2004). Vidare kräver ofta hållbara investeringar långsiktighet till sin karaktär, varför tidsperspektivet och balansgången mellan kort och lång sikt är av betydelse för företags hållbarhetsarbete (Hassel, Larsson, & Nore, 2011).

Myopi är den medicinska termen för närsynthet men används även för att beskriva den kortsiktighet som, i varierande utsträckning, präglar företag och marknader. Myopi definieras som särdrag hos ett beslut som övervärderar kortsiktiga belöningar och samtidigt undervärderar långsiktiga konsekvenser. Lavery (1996) menar att myopi beror på felaktiga beslut tagna av ledning och/eller styrelse, alternativt på press från aktiemarknaden. Dessa kan specificeras ytterligare: bristfällig praxis för styrning; opportunistisk; myopi på aktiemarknaden; lätttröligt och otåligt kapital; samt informationsasymmetri. Nedan förklaras de anledningar som har störst relevans för studien.

2.5 BNP som mått på tillväxt – och välfärd

Det vanligaste måttet på tillväxt är BNP, *bruttonationalprodukten*, där förändringstakten i BNP motsvarar tillväxttakten. BNP definieras som värdet av alla de varor och tjänster som produceras i landet för användning till konsumtion, export och investeringar under en period, vanligtvis ett år eller ett kvartal (SCB, 2009). Begreppet slog igenom under efterkrigstiden som ett mått på den ekonomiska aktiviteten i ett land och snart blev det ett sätt att jämföra utvecklingen länder emellan. I samband med detta började begreppet även att användas som ett mått på välfärd, trots att arkitekterna bakom måttet, Keynes och Kuznets, specifikt varnade för att göra detta (Cobb, Halstead, & Rowe, 1995).

Västvärlden har således institutionaliserat en mätmetod som ger en bild av att en ökande BNP också innebär ett växande välstånd (Thorpe, 2007). Resonemanget bygger på att de varor och tjänster som konsumenten köper samtidigt förbättrar konsumentens liv, eftersom de annars inte skulle värdesättas (Jackson, 2011). På så sätt likställer ekonomin ett samhälles lycka med dess köpkraft (Thorpe, 2007). Men i själva verket är kopplingen mellan BNP och lycka svag i rika länder. I fattiga länder däremot är den fortfarande stark (Naturvetarna, 2011).

Under senare år har allt fler kritiska röster höjts gentemot användandet av BNP som mått på tillväxt och välfärd. Ett exempel på detta är att Frankrikes president Sarkozy år 2008 tillsatte en kommission under ledning av Nobelpristagaren Stiglitz för att undersöka möjligheten till att använda alternativa mått. Det finns ett antal mer eller mindre vedertagna begränsningar med BNP. Den mest uppenbara är att endast varor och tjänster som har en prislapp tas med i statistiken. Verksamheter utanför marknaden, som till exempel hushålls- och frivilligarbete, exkluderas och är alltså i ekonomisk mening osynligt (Jackson, 2011; Self, 2000). Detta innebär också att länder som inte har ett socialt välfärdssystem ”från vaggan till graven” på samma sätt som Sverige, automatiskt har en lägre BNP.

En andra begränsning med BNP-begreppet är, att ingen skillnad görs mellan rena penningtransaktioner och genuina tillägg till nationens västånd (Cobb, Halstead, & Rowe, 1995). Gott och ont mäts med samma måttstock, vilket resulterar i att även destruktiva aktiviteter bidrar till tillväxten och därmed till välfärden (Sundqvist, 2003). Skilsmässor och kriminalitet genererar penningtransaktioner i form av bland annat juridiska tjänster (Thorpe, 2007). Dessa kostnader värderas sedan lika med kostnader för utbildning och kollektivtrafik. Med denna logik var orkanen Katrina i augusti 2005, trots sin förödelse, i slutänden positiv för USA:s BNP (Naturvetarna, 2011).

Vidare tar BNP ingen hänsyn till negativa externa effekter som exempelvis utsläpp av föroreningar (Jackson, 2011; Self, 2000). Hänsyn tas inte heller till förändringarna i våra naturresurser; deras storlek har ingen betydelse utan endast deras flöden. På så sätt kan alltså ett land helt tömma ut en naturresurs och ändå få en positiv utveckling i BNP (Naturvetarna, 2011). Indirekta ekosystemtjänster tillmäts heller inget värde. Ett friskt hav med ett rikt växt- och djurliv får därmed sin prislapp först när havet är utfiskat.

Slutligen tar BNP ingen hänsyn till hur tillväxten och resurserna är fördelade inom och mellan länder (Self, 2000). Det brukar sägas att 20 procent av den globala befolkningen använder 80 procent av de globala resurserna. Inkomst är också den enskilda variabel som korrelerar mest med ett icke-miljövänligt beteende; ju högre inkomst, desto fler resor och större konsumtion (Sundqvist, 2003). Samtidigt visar rapporter att även klyftorna inom Sveriges gränser har ökat under den senaste tioårsperioden, med avseende på exempelvis inkomst och boende (Sveriges Radio, 2011). Att sedan spänningar och konflikter kan uppstå på grund av en ojämn resursfördelning är inte svårt att föreställa sig (Sundqvist, 2003).

BNP fungerar alltså som en jättelik räknemaskin som adderar ett lands penningtransaktioner utan urskiljning. Måttet må visa omsättningen i ekonomin på ett utmärkt sätt men det är också uppenbart att det inte mäter nationens sanna välfärd. Försök har gjorts att ta fram andra mått som på ett bättre sätt avspeglar detta. Måtten har dock sällan fått någon genomslagskraft. Ett alternativt mått som emellertid är värt att nämna är GPI, *Genuine Progress Indicator*, som togs fram 1995. Det försöker mäta penningtransaktioner i termer av mänskliga värden genom att göra en skillnad på transaktioner som bidrar positivt respektive negativt till välfärden. Då man studerar detta mått blir det tydligt att den genuina välfärden i princip är oförändrad sedan 1950 (Cobb, Halstead, & Rowe, 1995). För en jämförelse mellan BNP och GPI, se bilaga 8.3.1.

2.6 En kreditbaserad ekonomi

Samhällsekonomin brukar illustreras som ett kretslopp som kan delas upp i olika flöden på olika marknader. Företagen (producenterna) förser hushållen (konsumenterna) med varor och tjänster mot betalning, och detta sker på varumarknaden. Hushållen förser å sin sida företagen med arbetskraft och kapital i gengäld mot löner och räntor, vilket sker på faktormarknaden. Flödena med varor och tjänster samt produktionsfaktorer som arbetskraft benämns ofta som reala flöden, medan de övriga benämns som pengaflöden. Ibland görs en motsvarande uppdelning i reell och finansiell ekonomi. Aktörerna i det samhällsekonomiska kretsloppet är flera; bland annat företag, hushåll, offentlig sektor, banker och kreditinstitut (Eklund, 2010).

Flera beskriver dagens ekonomiska system som utformat för att stimulera maximal produktion och konsumtion – och att systemet dessutom är beroende av att detta uppnås. Finansiella institutioner såsom banker, obligations- och aktiemarknader har en stor betydelse för funktionen av samhällsekonomin. Flera led av denna vilar också på förutsättningen att ekonomin växer; bland annat räntesystemet och det faktum att en stor andel av det globala pensionssparandet är knutet till olika fonder (Forsberg, 2007; Greco, 2001; Hodgson Brown, 2008; Malmaeus, 2011; Robertson, 2005; Sundqvist, 2003).

Enligt Robertson (2005) finns två huvudsakliga skäl till varför den kreditbaserade ekonomin är en stark drivkraft till ohållbar utveckling. Dels överförs pengar systematiskt från fattiga till rika, dels driver den kreditbaserade ekonomin på produktion och konsumtion till ännu högre nivåer, på grund av den absoluta nödvändigheten att pengar måste växa.

De allra flesta föreställer sig pengar som mynt och sedlar, och att penningmängden som florerar i vårt ekonomiska kretslopp har någon form av substans. Även om kontokortet i sig inte har något värde och summan på kontoutdraget bara är siffror på ett papper, tänker sig de flesta att dessa siffror någonstans motsvaras av ungefär samma mängd mynt och sedlar. Detta stämmer dock inte. Enligt flera av ovan nämnda författare, vet ytterst få människor om hur det egentligen går till när pengar skapas. Anledningen är att det i kulisserna finns starka intressen som tjänar på att hålla detta hemligt. De flesta banker och kreditinstitut är i dag privatägda. I Sverige ägs tre av fyra storbanker av privata intressen medan den fjärde ägs till en femtedel av staten. Trots sitt namn är *Federal Reserve* helt privatägt, liksom flertalet amerikanska banker (Greco, 2001).

Hodgson Brown (2008) ger en historisk översikt av penningssystemets utveckling från guld som bytesmedel, till dagens mynt, sedlar och krediter. Centralbankerna har makten att trycka papperspengar, men bankerna har makten att skapa pengar som lån. Eftersom papperspengar endast utgör en liten del av penningmängden, har bankerna i praktiken makten över penningkranarna. Enligt Hodgson Brown utgör reell valuta, det vill säga mynt och sedlar, mindre än 3 procent av USA:s penningmängd. De övriga 97 procenten har skapats av banker i form av lån och existerar bara som poster på datorskärmar.

Den amerikanske ekonomen J.K. Galbraith har sagt att ”the process by which banks create money is so simple that the mind is repelled”. Processen i sig är alltså inte svår att förstå, men däremot svår att acceptera. Greco (2001) beskriver på ett pedagogiskt sätt hur det går till.

Pengar skapas av människor, och processen sker hos banker och kreditinstitut. Substansen är inte mynt och sedlar utan bankkrediter. När banker beviljar lån, skapas pengar. Om det inte fanns några skulder, skulle alltså den totala penningmängden vara avsevärt mindre. Då pengar lånas in till existens, gäller också omvänt att när lånen betalas tillbaka så ”försvinner” pengar. På så sätt har alltså pengar en början och ett slut.

Ovan nämnda räntesystem baseras på att den som ställer sitt kapital till förfogande vill ha avkastning och vinst – pengarna måste växa. En förenklad lånesnurra återfinns i bilaga 8.3.2. Då penningmängden till största del består av lånade pengar, och eftersom den samlade skulden ska återbetalas med ränta, är skulden alltid större än penningmängden och växer alltid fortare (Malmaeus, 2011).

Rancièrè, Tornell och Westermann (2008) har studerat sambandet mellan ekonomisk tillväxt och finanskriser. De visar att det finns ett positivt samband mellan en genomsnittlig tillväxt av BNP per capita och finanskriser. Kontentan är att ett stort risktagande i ett lands finansiella system både skapar hög tillväxt och är fröet till finansiella kriser.

I sitt anförande från november 2009, talar riksbankschefen Stefan Ingves om den finansiella stabiliteten, med anledning av finanskrisen 2008. Han beskriver det som en pendel mellan mycket och litet regleringar, och just nu svänger pendeln mot mer regleringar. Eftersom den finansiella sektorn har stor betydelse för folkhushållet, är det rimligt att staten lägger sig i hur det finansiella systemet fungerar. Ingves menar också att kapitalreglerna är för generösa, både med avseende på hur mycket kapital en bank ska ha och vilken kvalitet det ska vara på kapitalet. Han belyser vad kapitaltäkningsreglerna tillåter genom att exemplifiera med att en bank kan komma undan med ett eget kapital på 2 800 kronor, för en utlåning på 1 miljon kronor, och menar att detta inte ger tillräcklig motståndskraft. Ingves tillägger att under krisen tvingades många centralbanker, inklusive Sveriges Riksbank, att tillföra likviditet för att hålla systemet uppe. Det är en orsak till att Baselkommittén har arbetat fram en global standard för likviditetshantering, för att skärpa kraven på bankerna (Ingves, 2009).

2.7 Konsumism som tillväxtens motor

Konsumismen är en av tillväxtekonomin viktiga drivkrafter (Forsberg, 2007). Under efterkrigstiden var det svårt att tillfredsställa människors grundläggande behov, till och med i de rikaste länderna. I dag handlar konsumtionen i allt större utsträckning om den symboliska roll konsumtionsvaror har i våra liv. De grundläggande fysiska behoven (mat, trygghet och tak över huvudet) är fortfarande avgörande för välmående, men det är den sociala dynamiken som kan förklara varför konsumtionen av materiella ting tycks vara så omätlig (Jackson, 2011).

Konsumtion handlar allt mer om produkters symbolvärde, snarare än om funktionsvärde. Vi människor använder materiella ting för att kommunicera med varandra – det rör sig om status, identitet och social tillhörighet, men också om känslor, förhoppningar och drömmar. Även marknadsföringens teori och praktik grundar sig på denna syn på konsumtion som existentiell och identitetsbärande. Konsumtionens starka koppling till individens existentiella behov, gör konsumismen djupt rotad. Den kan nästan anses utgöra ett substitut till en religiös tröst – att

shoppa kan fungera som terapi när det går dåligt, skapa en känsla av självförverkligande och av att tillvaron fylls med mening och mål (Jackson, 2011; Solér, 2010). Jackson (TED, 2010) sammanfattar det som att vi ”spenderar pengar vi ej har, på saker vi ej behöver, för att göra intryck som ej varar, på människor vi ej bryr oss om”.

Hushållens ständiga inköp av nymodigheter motsvaras av företagens lika oavbrutna produktion av moderniteter. Tillväxten drivs av behovet att sälja mer varor, ständigt förnya produktionen och stimulera en högre och högre konsumentefterfrågan – företag skapar nya behov som de sedan tillgodoser. Konsumtionsvarornas livslängd blir allt kortare och stora produktionsvolymerna är målet framför kvalitet (Jackson, 2011). Konsumismen livnär sig på denna rådande slit- och slängmentaliteten. Allt tyder således på att en fungerande ekonomi förutsätter en ökad konsumtion av ”onödiga” produkter (Forsberg, 2007). Individens sociala logik och drift är ett ”perfekt” komplement till företags ständiga innovationer – innovationer både driver och drivs av konsumenternas längtan efter nyheter. Tillsammans bildar konsumenten och företagaren grundpelarna till långsiktig ekonomisk tillväxt. Systemet fortlever så länge konsumtionen ökar och likviditeten bevaras (Jackson, 2011).

Förr medförde ett växande konsumtionsutrymme en positiv utveckling för svenskar, men studier visar att sambandet mellan ökande välstånd och växande materiell välfärd i Norden bröts redan under 1970-talet (Forsberg, 2007). Vidare visar forskning att lycka och nationalinkomst endast är relaterade vid låga inkomstnivåer. Med andra ord bidrar inte ett ökat konsumtionsutrymme till ökad livskvalitet (Solér, 2010).

Den ökade konsumtionen har varit en av flera förklaringar till den ekonomiska krisen år 2008, genom att en ökande privat skuldsättning och tillväxtfrämjande avregleringar av de finansiella systemen under 1980-talet har lett till en ohållbar konsumtion (Fregert & Jonung, 2005; Steg 3, 2010). De svenska hushållen har ökat sin skuldsättning markant de senaste 15 åren. Sedan 1990-talet har de nästan fördubblat sin skuld i relation till inkomst. Likaså har bostadspriserna ökat kraftigt. Det har skapats ett låneutrymme som möjliggjort att även befintliga bostadsägare tar nya lån på sina hus. I många fall går nybelåningen till ren konsumtion. Svenskarna har således också börjat spara mindre (se bilaga 8.3.3) (Sveriges Riksbank, 2011). Ändock har målet för en återhämtning av finanskrisen varit just att öka konsumtionen (Steg 3, 2010).

Konsumtionen har även en mycket stor betydelse vad gäller klimatförändringen. Både tillverkning av olika konsumtionsvaror samt elproduktion ger upphov till utsläpp. Dock är den påverkan som sker i konsumtionsledet minst lika viktig – en ökande påverkan sker i samband med boende, turism, transporter och resor, samt konsumtion av allt från mat till teknologi. Endast en del av konsumtionen fångas upp i ett lands officiella redovisning, då statistiken baseras på landets fysiska utsläpp av växthusgaser och inte på de varor och tjänster som totalt konsumerats (Rockström & Wijkman, 2011).

Genom svenskarnas konsumtionsvanor och livsstil påverkas klimatbalansen och miljötillståndet i andra delar av världen negativt. År 2004 uppgick koldioxidinnehållet i Sveriges import till 90 procent av landets fysiska utsläpp. Ansvaret för klimatpåverkan som konsumtion eller produktion ger upphov till, kan således inte stanna innanför nationsgränser,

utan diskussionen måste föras utifrån ett internationellt perspektiv. Den globala miljöbelastningen ökar ständigt. Om alla världens invånare skulle konsumera likvärdigt den genomsnittlige svensken, skulle det enligt beräkningar krävas tre jordklot för att ta hand om avfallen och tillgodose behoven (Rockström & Wijkman, 2011; WWF, 2008).

2.8 Resursbrist och klimathot

Efter andra världskriget har utvecklingen varit snabb – världsekonomin har nära tiodubblats och befolkningen tredubblats. Det har skett flöden från naturen till ekonomin i form av råvaror och energi, som ökat trycket på natursystemen markant (Jackson, 2011). Forskning visar att världsekonomin fortsätter att växa och med dagens tillväxttakt skulle den vara dubbelt så stor inom 20 år och fyra gånger så stor inom 40 år. Detta innebär således även ökade volymer av exempelvis bilar, datorer och livsmedel. Ekvationen är omöjlig, då en sådan tillväxt kräver en ökande omsättning av råvaror och energi från både ändliga resurser och ekosystem (Steg 3, 2010). Likaså världens befolkning förväntas växa. Enligt FN:s rapport om framtidsperspektiv, kommer världsbefolkningen att vara 9,7 miljarder år 2050 (se bilaga 8.3.4) (United Nations, 2010). Ekonomin och befolkningen växer således – problemet är att jorden inte gör det.

Befolkningsökningen sker främst i delar av världen där standarden är lägre, men tillväxten hög, vilket länder som Kina och Indien är exempel på. Koldioxidutsläppen per person har hittills varit starkt korrelerade till BNP per capita. Därför har Nordamerika och Europa stått för cirka 70 procent av alla koldioxidutsläpp sedan 1800-talets mitt, medan utvecklingsländerna har stått för mindre än en fjärdedel. Större delen av framtida utsläppsökningar kommer att komma från dagens utvecklingsländer, på grund av deras snabbare befolknings- och BNP-tillväxt (Hölscher, Marelli, & Signorelli, 2010; Stern, 2007).

Under senare år har människans miljöpåverkan gått ifrån att vara en möjlighet till ett faktum, enligt många forskare. Om vi följer dagens trend kommer den globala medeltemperaturen att stiga med cirka 2-3°C inom de närmaste femtio åren. Denna uppvärmning kommer att få allvarliga följder för jorden och världens befolkning. Smältande glaciärer kommer initialt att öka risken för översvämningar och därefter leda till att världens vattenförsörjning kraftigt minskar. Torka kan ge minskande skördar och påverka den globala livsmedelsproduktionen allvarligt. Vidare kommer ekosystemen att vara särskilt sårbara för klimatförändringarna. Redan vid två graders uppvärmning kan upp till 40 procent av alla arter hotas av utrotning (IPCC, 2007; Stern, 2007).

Bland klimatförändringens framtidsrisker finns också andra hot. Forskare använder numera ofta begreppet *tipping points* för att beskriva olika tröskeeffekter, det vill säga bestående förändringar i ekosystemet som förväntas inträffa efter en viss uppnådd temperaturhöjning. Två händelser som brukar omnämnas som förutsebara *tipping points* är att Golfströmmen kraftigt försvagas eller stannar av, och att Amazonas regnskogar torkar ut och blir savanner. Det finns dock en ännu farligare tröskeeffekt – nämligen den som brukar kallas en skenande uppvärmning, det vill säga att naturen själv tar kommandot över den fortsatta uppvärmningen. Denna process skulle kunna utlösas vid en upptining som frigör väldiga mängder metangas – som i dag finns inneslutna i iskristaller i polartrakterna – vilket i sin tur skulle sätta i gång en

negativ spiral med högre temperatur och ännu mera utsläpp. Metan är en 23 gånger kraftigare växthusgas än koldioxid och skulle därför kunna göra uppvärmningen självdrivande, helt utanför mänsklig kontroll. Sannolikt är att medeltemperaturen skulle höjas med mer än 6°C, vilket skulle medföra följder som i dagsläget är svåra att överblicka. I detta skräckscenario är det dock inte otroligt att världskartan skulle behövas ritas om på grund av stigande vattennivåer och miljarderna människor tvingas flytta (Szombatfalvy, 2010).

Jorden saknar balansräkning och dess tillgångar är värderade till noll. Uppskattningsvis är naturens tjänster värda omkring dubbelt så mycket som världens samlade BNP. Ändå behandlar marknaden dem som gratis och har i penningvärde ett nollpris. Så länge som den fria marknaden styr den ekologiska sfären, ser det ut som att det är billigare att förstöra naturens resurser än att bevara dem (Bateman, Pearce, & Turner, 1993; Costanza et al, 1997). Även växthusgasutsläpp är i ekonomiska termer en externalitet där de som står för utsläppen vållar klimatförändringar och på så sätt orsakar världen och framtida generationer kostnader, inte själva ställs inför konsekvenserna av sina handlingar (Stern, 2007).

Trots uppmananden och information om vikten av förändrade beteendemönster till följd av klimathot, har vi människor inte visat någon större förändringsvilja. Mycket har, som tidigare nämnts, att göra med individens starka koppling till konsumtion. Utvecklingen går mot ett mål om ökad tillväxt, och fortsätter denna på samma sätt som i dag finns en risk att vi till slut når en ekologisk kollaps (Forsberg, 2007).

Den obekväma verkligheten är att framtiden kan innebära ständigt stigande råvarupriser; försämring av vatten, luft och jord; konflikter om användning av mark, vatten, skogar och fiskerättigheter; och en stor utmaning att stabilisera det globala klimatet (IPCC, 2007; Jackson, 2011). Miljöfrågan är i dag ett globalt problem och därför måste även åtgärderna vara globala. Det finns ett gemensamt ansvar att förvalta jordens naturkapital så att det leder till utveckling och välfärd och samtidigt försäkra kommande generationers livsförutsättningar. Således är det viktigt att mänskligheten skapar en spelplan för en utveckling på en begränsad planet (Rockström & Wijkman, 2011).

Åtgärder mot klimatförändringar kan skapa affärsmöjligheter, då nya marknader för mindre koldioxidintensiva varor och tjänster skapas. Således behöver inte världen välja mellan att främja tillväxt och utveckling eller att undvika klimatförändringar. Förändringar inom energiteknik har skapat möjligheter att bryta sambandet mellan tillväxt och utsläpp av växthusgaser, så kallad frikoppling. Att strunta i klimatförändringar kan i själva verket på sikt hämma den ekonomiska tillväxten (Putt del Pino et al., 2011; Stern, 2007).

2.9 Oljeberoende och oljetopp

Råoljan har haft stor betydelse för samhällsutvecklingen och den globala ekonomin är i dag beroende av det svarta guld som energikälla, och är därför mycket kostsam att ersätta. Efter år 1950 har utvinningen av olja mer än tiofaldigats och i dag svarar råvaran för 35 procent av världens kommersiella energianvändning. Beroendet av oljan har varit stor inom varje sektor av ekonomi, men störst är beroendet inom transportsektorn, där 90 procent av bilar, flygplan och båtar drivs med olja. Likaså jordbrukets beroende av råvaran har ökat (Rockström & Wijkman, 2011; Stern, 2007).

Åren runt 1960 var gyllene år för oljeindustrin. Nära 50 miljarder fat råolja upptäcktes varje år – mot en årlig förbrukning på endast 8 miljarder fat. Sedan dess har förbrukningen ökat snabbt och uppgår i dag till drygt 30 miljarder fat årligen. Upptäckten av nya oljefält har dock inte hållit jämna steg. Av den olja som används i dag, härstammar mer än 80 procent från de oljefält som hittades innan år 1970 (Austin & Sauer, 2002; Rockström & Wijkman, 2011).

För att utvinna energi är det centralt för både ekonomi och energiförsörjning att en investering i form av energi ger tillräckligt mycket tillbaka. Detta mått kallas *Energy Return on Energy Invested* (EROEI). Utvinningen av olja gav under en större del av 1900-talet tillbaka 50-100 gånger den investerade energin. Denna relation har förändrats med åren och i dag ger utvinningen endast tillbaka ungefär 20 gånger (Bardi, 2009).

Mycket pekar mot att ett sjunkande utbud kommer att möta en växande efterfrågan, främst från utvecklingsländer (IEA, 2010). Det behöver inte ta lång tid innan bristen på marknaden kan uppgå till flera miljoner fat per dag. Efterfrågan på olja ökar markant i de snabbt växande ekonomierna Kina och Indien. Ett exempel är expansionen av bilismen – under 2010 steg försäljningen av nya bilar med 56 procent det första halvåret. Om denna trend fortgår skulle det innebära att konsumtionen av olja i Kina uppgår till 20 miljoner fat per dag redan år 2020 (Rockström & Wijkman, 2011).

Konceptet peak oil uttrycktes för första gången av Hubbert (1956), som definierade det som den punkt där den totala produktionen av världens råolja når sitt maximum och sedan gradvis börjar minska. Inledningsvis leder utvinning av en riklig och billig resurs till ekonomisk tillväxt och därmed en fortsatt utvinning. Så småningom är de billiga resurserna uttömda och utvinningskostnaderna blir högre. I och med ökade kostnader kan investeringarna inte hållas jämna, tillväxten avtar och produktionen börjar så småningom minska (Bardi, 2009).

Trots att det är över femtio år sedan som begreppet peak oil myntades är det ett förhållandevis nytt begrepp för majoriteten. Detta kan bero på att många ledande ekonomer, företag och regeringar har bedyrat att oljan och andra fossila resurser inte har några gränser utan att det istället är en fråga om pris (Rockström & Wijkman, 2011). Under senare år har dock peak oil-diskussionen återupptagits. Flertalet forskare är överens om att den globala toppen av oljeproduktionen kommer att ske före år 2030, med en risk för att det till och med kommer att ske innan år 2020. Vissa menar till och med att vi nådde toppen redan under år 2005 och 2006 (Chowla, Johnson & Simms, 2010; Deffeyes, 2010; IEA, 2010). Således har diskussionen kring peak oil kommit för att stanna.

3. Metod

I följande kapitel presenteras val av metod för genomförandet av denna studie. Avsnittet inleds med studiens inriktning och tillvägagångssätt, berör sedan insamling av data och avslutas med hur dessa vidare presenteras.

3.1 Studiens inriktning och tillvägagångssätt

Uppsatsen ämnar bland annat skildra hur tillväxt, resursanvändning och företagande samspelar, både ur ett samhälls- och företagsperspektiv. Studiens karaktär kan därför anses *deskriptiv*, då den har för avsikt att djupgående beskriva rådande situation (Lekvall & Wahlbin, 2001). Dock anses ämnet ej till fullo utforskat, utan studien avser också undersöka information rörande ämnesområdet. Detta innebär att studien även är av *explorativ* karaktär (Patel & Davidson, 2003). Studiens inriktning är alltså en kombination av båda karaktärer, där en explorativ inriktning använts initialt för att få grundläggande kunskap och förståelse inom problemområdet baserad på sekundärdata, som sedan utvecklats genom en deskriptiv inriktning baserad på primärdata.

Med detta som utgångspunkt har en kvalitativ ansats valts. Det huvudsakliga syftet med en metod av kvalitativ karaktär är att skapa en djupare förståelse för problemet och därmed möjliggöra en grundlig beskrivning av problemets kontext (Holme & Solvang, 1997). En kvalitativ metod i form av personliga intervjuer har därför ansetts som mest lämplig för att komma nära informationskällan och därmed kunna skildra ämnet djupgående och heltäckande.

För att kunna genomföra undersökningen i enlighet med uppsatsens frågeställning och syfte, har grundläggande kunskap inhämtats i form av en genomgång av tidigare teori inom ämnet. Denna teori har legat som grund till författarnas vidare forskning inom området och som stöd inför genomförda intervjuer. Det empiriska materialet har sedan sammanställts och med teorin som grund resulterat i analysen. Därefter presenteras de slutsatser som utifrån detta har dragits.

3.2 Sekundärdatainsamling

Sekundärdata består av böcker, rapporter och vetenskapliga artiklar. Insamlingen av sekundärdata tog avstamp i diverse debattartiklar, samt en aktuell och mycket omdiskuterad bok vid namn *Välfärd utan tillväxt* som gavs ut som en rapport utgiven av den brittiska hållbarhetskommissionen under ledning av miljöekonomen Tim Jackson. På så sätt fann vi rekommendationer och härledning till annan litteratur inom ämnet. Utöver detta, samt råd från handledare, har vi för att finna litteratur av intresse använt oss av Göteborgs Universitets sökmotor GUNDA. Vi har vidare använt oss av databaser såsom Emerald, ScienceDirect och Business Source Premier, för att finna vetenskapliga artiklar rörande ämnet och få en kompletterande bild av rådande situation och tidigare undersökningsresultat.

3.3 Primärdatainsamling

Primärdata har uteslutande samlats in genom intervjuer, då vi ansåg det mest lämpligt i en kvalitativ studie av detta slag. Kvalitativa intervjuer ger möjlighet att följa upp idéer, utveckla

svar, samt komma i kontakt med motiv, attityder, känslor och beteenden (Bell, 2006). Under intervjuerna gavs även möjlighet till följdfrågor och diskussioner, som resulterade i en djupare och klarare beskrivning av ämnet och de olika respondenternas syn på problemområdet. Denna typ av intervju skapade en god grund för sammanställning av det empiriska materialet.

Sex personer med olika erfarenheter inom ämnet valdes ut (se motivering nedan) och kontaktades i form av brev – ett brev från författarna och ett missivbrev från handledare Rönnborg. Breven innehöll en kort beskrivning av studiens syfte och en förfrågan om att få ta del av respondentens tankar och reflektioner kring ämnet. Två respondenter gav omgående positiva besked och övriga fyra gjorde detsamma efter en påminnelse i form av mailkontakt. Intervjufrågor formulerades utifrån den teoretiska referensramen och användes som underlag vid varje intervjutillfälle.

3.3.1 Val av intervjupersoner

Valet av intervjupersoner inleddes med en diskussion kring olika alternativ och mynnade ut i ett beslut om att vi ville träffa företagsledare eller personer i chefsposition med möjlighet att påverka företagets långsiktiga strategi, och som dessutom har reflekterat och uttalat sig i frågan om hållbarhet. Personerna i fråga skulle gärna ha lång erfarenhet samt inflytande inom svenskt näringsliv. I samråd med vår handledare diskuterades passande personer fram, vars synsätt skulle vara intressant att presentera i denna studie. Vi valde att sikta högt och tillfrågade offentliga och därmed också mycket upptagna personer, med förståelsen om att det fanns risk för avslag. Att alla de tillfrågade är män, var inget urvalskriterium utan snarare en konsekvens av att personerna i fråga har ledande positioner. En annan viktig komponent och styrka vid val av personer var att de skulle ge studien en hög reliabilitet.

De tillfrågade var Richard Bergfors, Anders Hedenstedt, Ulf Jakobsson, Leif Johansson, Tom Johnstone och Claes Åkesson – till vår stora glädje tackade samtliga ja.

Respondent	Yrkesroll	Företag
Bergfors, Richard	VD	Max Hamburgerrestauranger AB
Hedenstedt, Anders	Fd VD Fd ordförande	Göteborg Energi AB Svensk Energi
Jakobsson, Ulf	VD	Innoveco AB och MoveAbout AB
Johansson, Leif	VD och koncernchef	AB Volvo
Johnstone, Tom	VD och koncernchef	AB SKF
Åkesson, Claes	Miljö- och hållbarhetsdirektör	Spendrups Bryggeri AB

Bolagen som personerna förknippas med skapar en representativ bredd med avseende på såväl bransch, som storlek och ägande. Samtliga är i aktiebolagsform. Innoveco och MoveAbout är två små, entreprenöriella bolag med hållbarhet som affärsidé. Max Hamburgerrestauranger och Spendrups Bryggeri kan tillsammans sägas företräda livsmedelsindustrin. Båda bolagen är dessutom familjeägda och har huvudkontor i Stockholm. Göteborg Energi är ett kommunalägt bolag som står som representant för energibranschen. Dessa tre bolag är även storleksmässigt jämförbara. SKF och Volvo är två multinationella koncerner med rötter i Göteborg. Båda bolagen har haft stor betydelse för svensk industri och är i dag noterade på

OMX Stockholmsbörsens Large Cap-lista. Tillsammans skapar dessa sex bolag ett tvärsnitt över en stor del av svenskt näringsliv.

3.3.2 Genomförande

Samtliga intervjuer genomfördes i Göteborg och datumen för dessa var 5:e, 11:e, 12:e, 13:e, 19:e och 23:e maj. Då två av respondenterna har sina huvudkontor i Stockholm, valde vi att genomföra dessa intervjuer via videokonferens respektive telefonintervju. Videokonferensen genomfördes i SKF-salen på Handelshögskolan och skapade nästan samma känsla som att sitta i samma rum som respondenten. Telefonintervjun genomfördes i ett konferensrum i Göteborgs Universitets lokaler på Konferenscentrum Wallenberg. Detta för att uppnå bästa möjliga kvalitet och för att förenkla ett samtal mellan fyra personer. Vad gäller resterande intervjuer genomfördes tre stycken på de olika respondenternas företag, medan den sista genomfördes i ett konferensrum på Handelshögskolan.

Alla intervjuer inleddes med en kort presentation av författarna själva, samt en sammanfattande beskrivning av uppsatsen och intervjuens syfte. Därefter följde en presentation av kommande intervjufrågor för att sedan låta intervjun ta vid. Vi lade stor vikt vid en neutral ton när intervjuerna genomfördes. Det är viktigt att beakta den påverkan en intervjuare kan ha på respondenten, exempelvis genom hur en fråga ställs (Christensen, 2001). Vi försökte samtidigt ifrågasätta respondenternas svar, i hopp om att få en ännu djupare beskrivning.

Intervjuerna varade alla mellan en och två timmar. De spelades in med hjälp av en iPhone och antecknades samtidigt av en person. Efter varje intervju diskuterade vi igenom den samlade information intervjun hade gett och antecknade samtligas intryck. Därefter jämfördes inspelning och anteckningar, för att inte missa viktig information. Alla författare deltog vid varje intervjutillfälle för att intervjun skulle bli så givande som möjligt. Det resulterade i fler följdfrågor och en likvärdig förståelse hos alla tre.

3.3.3 Presentation av primärdata

Vid presentation av respondenternas svar, har vi efter en önskan om anonymitet valt att presentera dem som intervjuperson A–F. Vilken bokstav respektive person har tilldelats har bestämts genom lottning, återigen för att upprätthålla anonymiteten och för att inte presentera dem i någon utvald ordning.

Resultatet är uppdelat efter tre teman, baserade på formulerade intervjufrågor. De tre temana är tillväxt, resursanvändning och företagande. Det första temat om tillväxt, diskuterar bland annat intervjupersonernas syn på tillväxt både ur ett företags- och samhällsperspektiv. Det berör också vilken roll ägande och tidshorisont spelar för ett företag. Det andra temat behandlar resursfrågan och diskuterar exempelvis hur företag kan planera inför eventuell resursknapphet, samt den rådande tilltron till marknadsekonomin och den tekniska utvecklingen. Det tredje temat handlar bland annat om hur företag konkret kan arbeta med hållbarhet i sin strategiska inriktning, samt diskuterar företagets roll i framtiden.

Eftersom respondenterna har reflekterat kring frågorna i varierande utsträckning, har olika mycket vikt lagts vid olika frågor. Av samma anledning har även innehållet i följdfrågorna varierat. Detta har till viss del påverkat sammanställningen, men vi har försökt att hitta en så

jämn balans och likartad ordning på svaren som möjligt. Vidare har ambitionen varit att presentera svaren på ett neutralt sätt och branschspecifika svar har vid behov uteslutits, med hänsyn till respondenternas anonymitet. Under varje tema presenteras således varje intervjupersons svar på respektive fråga. Efter presentationen av intervjupersonernas svar, följer en kortare sammanfattning av dessa sex synsätt, där likheter och skillnader belyses.

3.4 Kvalitet

Det valda ämnet är högst aktuellt och det finns delade meningar kring tillväxtens styrkor och svagheter, samt dess koppling till miljöfrågan. En svaghet i studien är att vi endast belyser problematiken ur ett ensidigt perspektiv. Vi är medvetna om att det även finns litteratur¹ som för motsatta resonemang. Att inte behandla denna i studien är dock ett val vi har gjort i och med den begränsade tidsramen. Istället har vi varit noggranna vid val av källor och studerat dessa med kritiskt öga, för att styrka studiens trovärdighet. Vidare har, som ovan nämnts, alla våra sex respondenter visat intresse för hållbarhetsfrågan. De har ombetts att i sina svar representera sig själva och inte sina företag. Trots detta finns det en risk att intervjupersonerna, medvetet eller omedvetet, har format sina svar efter vad som anses vara ”korrekt”, alternativt har velat marknadsföra sina företag. Vi tror dock inte att detta har påverkat studien i någon större omfattning.

¹ Exempelvis *Hållbarhetsmyten: Varför ekonomisk tillväxt inte är problemet* av M. Andersson & C. Gunnarsson (2011) och *Why Carbon Fuels Will Dominate The 21st Century's Global Energy Economy* av P. R. Odell (2004).

4. Resultat

I detta kapitel presenteras den primärdata som har samlats in genom kvalitativa intervjuer. Respondenternas tankar och reflektioner kring ställda frågor är indelade i tre teman; tillväxt, resursanvändning och företagande.

4.1 Tillväxt

Detta område diskuterar synen på tillväxt, både ur ett företags- och samhällsperspektiv. Vidare berörs vilken roll ägande och tidshorisont spelar i företagsvärlden. Slutligen presenteras reflektioner kring det ekonomiska systemet och huruvida tillväxten har några gränser.

4.1.1 Intervjuperson A

Intervjuperson A anser att tillväxt är något viktigt och att det finns ett flertal anledningar till varför det eftersträvas av företag. Ett motiv är att tillväxt av tradition anses vara ett mått på framgång. Det höjer aktievärdet för börsnoterade företag och innebär därför ett incitament att växa. En ytterligare anledning, menar A, är den globala strukturomvandling som pågår i de flesta branscher; de större företagen köper upp de mindre, och genom att växa gör företaget det svårare för andra företag att köpa upp dem. Att visa sig stor och stark, och klara sig bra på egen hand, är därmed också en drivkraft till att växa.

A menar att det kan finnas en större uthållighet, och mindre rädsla för att inte visa snabba ekonomiska resultat, i ett familjeägt bolag jämfört med ett börsnoterat bolag. Vidare tror han att det i noterade bolag finns större incitament att sträva efter kortsiktiga ekonomiska vinster, medan det i onoterade bolag är av större vikt att satsa på långsiktig lönsamhet. Kravet på att generera kortsiktiga vinster hämmar långsiktiga investeringar och då även hållbarhetsinvesteringar, hävdar A. Han poängterar att det alltid finns en risk att företag främjar kortare och snabbare resultat på bekostnad av långsiktigheten.

Tillväxt är något som tas för givet i dagens samhälle, enligt A, och det är viktigt för ett land att ha ett högt BNP. Han är medveten om att måttet har brister, men att det samtidigt inte finns något bättre sätt att mäta välfärd på. Dock ger tillväxt inte alltid välfärd, ”men om landet inte utvecklas så står det still”. A gör också tillägget att tillväxt kan vara bättre eller sämre. I dag finns det en bra miljöanpassad och hållbar tillväxt, men A anser att fler incitament behövs för att utvecklingen ska ske snabbare.

A tror att den kreditbaserade ekonomin driver dagens tillväxt och exemplifierar med att om företag skulle tvingas att spara till varje investering istället för att låna, skulle expansionshastigheten bromsas upp. Han är dock osäker på om huruvida den kreditbaserade ekonomin per automatik är dålig ur ett hållbarhetsperspektiv. Vidare påpekar han att den finansiella sektorn har börjat att ta hänsyn även till ekologiska aspekter, men att det fortfarande är störst fokus på ekonomisk säkerhet.

Att det skulle finnas några gränser för tillväxten anser inte intervjuperson A – åtminstone inte rent filosofiskt och förutsatt att tillväxten är hållbar och inte baserad på ändliga resurser.

Avsaknaden av gränser beror på att mänskligheten aldrig kommer att nå den punkt där den anser att det inte går att få det bättre. Han poängterar dock att den tillväxt som existerar i dag finns det gränser för och anser att det är hög tid att börja agera, eftersom vi går åt fel håll alldeles för snabbt. Tillväxten borde vara i välfärd och gynna kommande generationer, men samtidigt måste det finnas en ekonomisk bärkraft.

4.1.2 Intervjuperson B

Tillväxt är viktigt för företag, menar intervjuperson B, eftersom alternativet i princip skulle innebära att företaget dör. Det handlar om överlevnad och då går det inte att stå still, åtminstone inte under längre perioder. Om man står vid sidan av och låter bli att dra nytta av de möjligheter som finns, kommer andra företag att dra nytta av dem istället. Detta innebär naturligtvis utmaningar, inte minst eftersom dagens tillväxtmöjligheter ofta finns utanför de traditionella hemmamarknaderna, med avseende på allt från geografi till teknik. B tillägger dock att tillväxt i sig inte har något egenvärde, utan den måste bidra till företagets lönsamhet och utveckling. Mindre företag kan växa relativt snabbt och mycket, men om ett större företag skulle växa med samma höga tillväxttakt, finns det en risk för att det blir okontrollerbart och går över styr.

Ägandet spelar en viktig roll för företag, anser B. Bra och stabila ägare är positivt för ett företag, eftersom det gör det möjligt att ha en tydligt utstakad riktning och samtidigt veta att ägarnas stöd finns. Dessutom ökar intresset för hållbarhetsområdet och allt fler investerare vill stödja företag som har en hållbar inriktning, men då framförallt med avseende på klimat och miljö, snarare än den sociala biten.

B anser att det finns ett behov av långsiktighet inom företagsvärlden. Företag som har en kvartalsrapportsmentalitet bygger inte ett långsiktigt hållbart arbete, utan riskerar istället att fatta felaktiga beslut. I dag är det alltför stort fokus på kvartalsrapporter och aktiemarknaden svänger mer än lovligt. Den riktiga bedömningen om huruvida ledningen och styrelsen har tagit rätt beslut eller inte visar sig först flera år senare. Det gäller att balansera mellan kortsiktiga prestationer och långsiktiga investeringar.

Intervjuperson B menar att tillväxt ur ett samhälleligt perspektiv bygger på samma resonemang som tillväxt ur ett företagsperspektiv. Befolkningsökningen och kravet på effektivitet gör att ett land utan tillväxt drabbas av arbetslöshet och sociala problem och även svårigheter med att finansiera exempelvis äldreomsorg. I dag är inflationen och ungdomsarbetslösheten utmaningar som ska hanteras och som även kräver tillväxt. Samtidigt gäller det, för en nation, att när det behövs våga dra i handbromsen och inte bara gasa.

B nämner att den höga skuldsättningen hos många länder i väst, inte minst USA, är ohållbar. Enligt honom kan det inte fortsätta på samma sätt utan måste bemötas och hanteras. Problemet är att regeringar och människor inte är villiga att ta effekterna av det, till exempel i form av höjda skatter och minskade statliga utgifter. Frågan är bara hur länge de kan undvika det. B tillägger också att det verkar som att flera länder tror att de kan komma ur situationen genom ännu mer tillväxt. Han tror att fler kriser kommer att inträffa, vare sig de är finansiella, industriella eller av annan karaktär. Det är också troligt att en nästa kris kommer att inträffa

relativt snart, kanske redan inom fem år, beroende på hur regeringarna hanterar den nuvarande situationen. Är man då inte förberedd, både som företag och som nation, kan det leda till problem.

B menar att det är möjligt att naturresurserna kommer att sätta ett stopp för tillväxt inom vissa områden, men att detta inte kommer att ske inom de närmsta fem eller tio åren. Samtidigt tror B att vi kommer att komma runt de flesta problemen med hjälp av teknik och innovationer. Vidare kan tillväxt vara av bättre eller sämre karaktär. Dålig tillväxt är slösaktig med energi, oavsett om det gäller resurser, människor eller annat. Tillväxt för tillväxtens skull är inte bra, varken för ett företag eller för ett land.

4.1.3 Intervjuperson C

Intervjuperson C inleder med orden att den som inte tjänar några pengar överlever inte. Om företaget inte växer står det still och dör långsamt. Tillväxt är ofta nära relaterat till att förnya och utveckla verksamheter, och då är tillväxt bra eftersom den medför ny kompetens och konkurrenskraft. Däremot är det inte nödvändigt att vara störst. Ett klassiskt motiv till att växa är också att tillväxt är bra för ägarnas avkastning på kapitalet. C tror dock inte att detta är det viktigaste. Han menar snarare att tillväxt ger stimulerande möjligheter för medarbetare, och tror att människor vill arbeta på företag som utvecklas.

Ägarnas roll betyder väldigt mycket när det gäller hållbarhetsfrågor, uttrycker C. Om de är engagerade i hållbarhetsfrågor kommer det också att synas i bolaget. C understryker att det inte går att driva ett företag i en riktning som inte ägarna vill. Därför spelar bolagsformen mindre roll – det är ägaren som bestämmer. Vidare säger C att aktieägare endast kan påverka i de fall som det rör sig om en, stor aktieägare – något som dock är ovanligt på marknaden.

Det finns ett ökat behov av långsiktighet hos företag, menar C och fortsätter med att det i dag inte finns inbyggt i systemet. Kortsiktigheten är stark hos företag och C exemplifierar med sättet som företag värderas på och hur redovisningen är uppbyggd; all revision är historia och alla framtidsbedömningar som görs utgår således från det som redan har hänt. Detta menar han är ”korkat”, då det inte säger något om huruvida företaget kommer att lyckas i framtiden.

C tror att de flesta anser att tillväxt är viktigt för Sverige, eftersom tillväxt på nationell nivå skapar mer resurser att fördela. Därför arbetar också politiker för tillväxt, och har inte som mål att minska den. Att omfördela är en sak, men att dra ned på tillväxt är en annan. Det finns även en förväntan om att samhället inte ska bli mindre bekvämt, fortsätter C. Han tror att de som kan tänka sig att gå tillbaka till något annorlunda är väldigt få.

C säger sig inte ha någon klar uppfattning om kreditekonomins koppling till hållbarhetsfrågan. Belåningssystemet kan skapa möjligheter för de som ännu inte kommit så långt i livet, och blir ett sätt att få hjulen att snurra. Dock kan det se ut som att vi är utsatta för stora risker, men C påpekar att om man går tillbaka till Krügerkraschen var det färre som var belånade och det gick åt skogen ändå.

Beroende på hur tillväxten mäts och definieras, finns det gränser för den. Eftersom det inte finns oändligt med resurser, finns det fysiska begränsningar för hur mycket jorden klarar av.

Det är också där som taket finns, anser C, men vad det betyder i dollar eller kronor vet han inte. Innovationsmässigt finns inga gränser – människan har en enorm kapacitet.

4.1.4 Intervjuperson D

Tillväxt är viktigt för företag av flera olika orsaker. Intervjuperson D menar att om ett företag ska fortsätta att vara lönsamt är tillväxt den enda vägen, eftersom kostnaderna i form av löner och råvaror ständigt ökar. Det enda sättet att motverka detta är då att växa. Ett annat motiv är att det är roligt att växa och att utveckla företaget, och D ser stor potential i varumärket. Att förbättra ett företags lönsamhet utan tillväxt är förmodligen en möjlighet, men D uttrycker att han inte hade trivts på ett sådant företag. Han brinner för tillväxt och drivs av det, snarare än av att förvalta ett bolag.

D anser inte att det finns några problem med tillväxtmål i sig, men det får inte handla om tillväxt till vilket pris som helst. Företaget i fråga mäter många olika parametrar, varav tillväxt absolut inte är det viktigaste måttet. Det handlar istället om en balanserad avvägning mellan tillväxt, kvalitet, lönsamhet och hållbarhet. D poängterar att det inte är säkert att företaget kan fortsätta att växa i all evighet, men att han kommer att arbeta för fortsatt tillväxt så länge som det är roligt och det finns potential.

Vad gäller ägandet tror D att familjeföretag har andra tidshorisonter än börsbolag. Noterade bolag måste prestera varje kvartal eller månad, medan onoterade endast ansvarar för sig själva och således kan ha ett betydligt längre perspektiv, enligt D. Långsiktiga strategier och mål är behövliga för att genomföra stora förändringar och hållbarhetsåtgärder, men också något som många företag saknar i dag. Hur den långsiktigheten ska skapas är D däremot osäker på. Han tillägger också att ägarna innehar makten oavsett ägandeform och det är också hos dem som en förändring mot en långsiktig strategi bör påbörjas.

Tillväxt ur ett samhällsperspektiv är viktigt för att kunna fortsätta att utveckla även ett land. Utan tillväxt kommer andra länder att ”hamna före” och det blir en negativ spiral. D tycker däremot inte att BNP är det bästa sättet att mäta välfärd på. Han menar också att tillväxt inte nödvändigtvis behöver vara positiv, utan också kan vara negativ. Det måste därför finnas en balans kontra andra parametrar och aspekter. Detta avser både företag och länder. Han vill dock hoppas och tro att det går att utveckla land och samhälle en lång tid framöver, men att det inte behöver vara på bekostnad av miljön. Det kommer att hända extremt mycket på det teknologiska området, tror D och menar att tillväxt och hållbarhet kan kombineras – det vill säga en hållbar tillväxt.

D tror på människans fria vilja och att människan vill gott och bra. Han vill också tro att det ekonomiska systemet är hållbart. I grund och botten är han marknadsliberal och tror på marknaden som system. Dock finns det problem som måste fixas. Det ekonomiska systemet förändras ständigt, men D anser samtidigt att det är omöjligt att göra några radikala förändringar. Verkligheten bör accepteras och människan kan arbeta för ett hållbart samhälle utifrån vårt nuvarande system. D menar att den enda vägen är framåt och tror därför aldrig att det kommer att ske en tillbakagång till ett jordbrukssamhälle.

4.1.5 Intervjuperson E

För företag är det väldigt viktigt med tillväxt, menar intervjuperson E, men företagen bör inte endast mäta ekonomiska aspekter, utan också inkludera sociala och miljömässiga delar. Dock är det inte möjligt att plocka bort tillväxt helt och hållet och enbart satsa på miljö och sociala frågor. Det skulle leda till att ”man hamnar i en återvändsgränd så det bara visslar om det”, säger E. Han understryker också att den ena aspekten inte är överordnad den andra. Det bör vara en kombination av dessa tre där fokus kan variera över tid – det går att växla mellan åren. Därför vill E inte hålla med om devisen som enligt honom finns i media i dag, det vill säga att det bara är ”stollarna som räknar ekonomisk tillväxt” som styr allting.

E anser inte att det är ägarformen i sig som är avgörande för ett företags tidshorisont, utan det handlar mer om vilka ägarna är. Det finns många börsnoterade bolag som är kortsiktiga, medan andra är mycket långsiktiga, och detsamma gäller för familjeföretag. Att aktiemarknaden skulle leda till en ökad kortsiktighet anser E därför vara litet av en felsyn. I dag finns det större acceptans för långsiktighet på aktiemarknaden, än vad det gjorde för 10 år sedan. Utvecklingen beror på att aktieägare har insett att riktigt kortsiktiga bolag och strategier inte är så bra som de trodde. Därför tror E att ”den oerhörda kvartalskapitalismen” håller på att ge sig, vilket egentligen inte bara beror på att aktieägarna har blivit mer och mer miljöintresserade, utan även på att placeringsmöjligheterna är färre. I dag finns mer pengar i aktiemarknaden än det finns investeringsmöjligheter, vilket leder till att aktieägarna blir mer långsiktiga.

E tror att samhället alltid kommer att behöva ekonomisk tillväxt, men tillägger att han är tveksam till om dagens sätt att mäta tillväxt på, är det bästa sättet att fånga upp samhällets kvalitativa utveckling. Ingen har dock hävdad detta heller, säger E, och menar att samhället i dag också använder andra mått. Miljöregleringar, till exempel, hade inte funnits om det bara handlade om tillväxtmål. E menar också att tillväxt är bra, eftersom det skapar resurser för att kunna genomföra miljömässigt hållbara investeringar, både för företag och länder. Därför behöver inte tillväxt stå i motsats till miljöriktighet. Han gör dock också tillägget att tillväxt kan vara både av bättre och sämre karaktär.

4.1.6 Intervjuperson F

Intervjuperson F menar att ur ett företagsperspektiv är svaret på frågan om varför tillväxt är viktigt för företag relativt enkelt; det handlar väldigt ofta om skalekonomi. Stora volymer ökar konkurrenskraften och lönsamheten. Det är naturligt för alla företag och så som företagande fungerar. Egentligen är det inte heller något problem utan det skulle kunna fortsätta – förutsatt att rätt incitament finns så att rätt bolag, det vill säga hållbara bolag, kan växa. I praktiken kan detta betyda att när ett hållbart bolag växer och tjänar pengar, minskar samtidigt samhällets totala tillväxt. Tyvärr är det inte så det fungerar i dag; istället måste alla arbeta för tillväxt. Även staten måste skapa tillväxt och ta till vara på tillväxttillfällen. I större bolag går vinsten till aktieägarna och alla ägare vill ju ha avkastning. I slutändan måste det till en förändring där men det är svårt att veta hur.

De branscher som är hållbara måste växa på bekostnad av andra mindre hållbara branscher, även om de också måste få en chans att ställa om. Förnyelsebar energi är ett exempel på en

sektor där tillväxten ska vara stark samtidigt som icke-hållbara sektorer ska ha stark nerväxt. För att en omställning ska ske, behövs det starka incitament och man måste komma runt grundproblemet om vem som skapar pengar. Hade staten varit den som gett ut lån mot ränta, istället för privata banker, så hade pengaflödet gått åt rätt håll och större möjligheter hade funnits för att stötta hållbara affärsidéer.

F menar att upp till en viss nivå är tillväxt väldigt värdeskapande och i fattiga länder finns en koppling mellan tillväxt och utveckling. Det mänskliga strävat efter hela tiden är att få det bättre och bättre – ekonomisk tillväxt har blivit en konsekvens av detta som sedan helt tagit överhanden och blivit det som alltid kommer först. Men nu har vi kommit över toppen och den tillväxten vi ser i västvärlden i dag ger oss inte längre bättre välfärd. Det är viktigt att inse att det finns en gräns där man inte längre ska sträva efter ekonomisk tillväxt, utan istället efter ökad välfärd.

F tillägger att BNP inte är något bra mått och att man rimligen måste börja mäta även annat, vilket politikerna säkerligen är med på. Tillväxt är en komplex fråga som är svår att förstå för gemene man. Sverige går bra och vi kallas tigerekonomi, men anledningen till att det går bra för Sverige, menar F, är att svenskarna har ökat sin belåning. I dag är lånen nästan tre gånger så stora som för tio-femton år sedan; något som skapar ett stort konsumtionsutrymme. Problemet är att om ökningstakten i utlåningen skulle minska, så fallerar ekonomin. Skulle tillväxten bli noll, det vill säga att vi slutar låna, kommer vi att få problem i dagens system och vi kan inte betala våra skulder. Många tänker kanske ”nu jäklar, nu köper vi mer grejer, fasen vad bra det går” men i själva verket är det tvärtom; att det är just för att man konsumerar och lånar som det blir en driven ekonomi under en begränsad period. Men den stora allmänheten förstår inte att detta är ett problem och så länge de inte gör det går det inte att få till en förändring.

F tror att vi kommer att se fler finansiella kriser, troligtvis utlösta av kreditbubblan. Privatägda banker har makten över utlåningen och fenomenet med *fractional reserve banking* gör att banker kan skapa miljarder i lån utan att ha en enda krona i säkerhet. Skuldsatta länder kommer att skapa problem för Sverige, när de tvingas dra ned sin konsumtion, eftersom vi är så beroende av vår export. Om bankerna får problem, som under den senaste finanskrisen, kommer antagligen regeringar att rädda dem igen i syfte att undvika en total kollaps – vilket dock drabbar skattebetalarna i slutändan.

4.1.7 Sammanfattning

Samtliga intervjupersoner är överens om att tillväxt ur ett företagsperspektiv är viktigt, av flera olika anledningar. De främsta anledningarna är överlevnad, lönsamhet och konkurrens. Majoriteten påpekar dock att företagets tillväxt inte får ske till vilket pris som helst – det handlar om en balanserad avvägning mellan olika parametrar för att ge en rättvis bild av ett företags framgång. Vad gäller ägarnas roll i relation till tidshorisont råder konsensus mellan intervjupersonerna. Det är ägarna som styr företagets riktning och bolagsformen spelar därför mindre roll. De tillfrågade anser också att det finns ett ökat behov av långsiktiga strategier och miljöriktiga investeringar i företagsvärlden. Flera poängterar att dagens kvartalsrapportsmentalitet främjar kortsiktighet och därmed inte bygger långsiktigt hållbara företag.

Samtliga menar att tillväxt är viktigt även ur ett samhällsperspektiv, men påpekar också att tillväxt kan vara av bättre eller sämre karaktär. Flera anser att tillväxt skapar resurser som går att använda till exempelvis satsningar på förnyelsebar energi. Vissa menar att tillväxten är nödvändig för att inte ”hamna efter” andra länder, och associerar tillväxt med begrepp som utveckling och välfärd. Tankarna kring det ekonomiska systemet är delade. Ett par personer menar att det är ohållbart, medan andra inte ser det som ett problem. Majoriteten nämner att det finns fysiska gränser för hur mycket tillväxt planeten klarar av, men att mänskligheten förhoppningsvis kommer att komma runt problemet med hjälp av bland annat teknik.

4.2 Resursanvändning

Detta område behandlar resursanvändning och hur företag kan planera inför en eventuell resursknapphet. Vidare diskuteras den rådande tilltron till marknadsekonomin och den teknologiska utvecklingen.

4.2.1 Intervjuperson A

Intervjuperson A tror att de flesta företag är medvetna om resursfrågan och risken för en eventuell framtida knapphet, men att företag tar olika allvarligt på situationen. Om företagen tror på scenariot måste de fråga sig hur de kan förbereda sig och börja agera direkt. Det är dessutom billigare att förbereda sig i dag, än att senare tvingas till att vidta snabba åtgärder. A anser därför att företag bör utforma proaktiva strategier och aktivt följa utvecklingen – det vill säga kundernas efterfrågan, konkurrenters satsningar och/eller kommande regleringar.

För att hållbarhetsinvesteringar ska ske måste företag få starkare incitament till att genomföra sådana. Ett sätt är att myndigheter reglerar ytterligare för att öka trycket och tydligare visa att det kommer att bli mycket dyrare med olja; det vill säga vidta åtgärder som gör att företagen börjar investera i miljömässigt riktig teknologi. I dagsläget går det inte alltid att räkna hem en sådan investering om en traditionell kalkyl tillämpas, vilket leder till att företag istället väljer att skjuta upp investeringen tills det blir uppenbart lönsamt.

A menar att det inte går att lita på att marknaden ska rätta till miljöproblemen – särskilt då dessa problem kan bli akuta. Utvecklingen av miljöanpassad teknik går inte tillräckligt snabbt och tiden är för knapp. För att få bukt med problemen tror A att den enda metoden är att öka antalet regleringar, eftersom detta kommer att ge snabbast effekt. Dock måste regleringarna ske på global nivå för att undvika att svenska företag blir utslagna av internationella konkurrenter, alternativt flyttar utomlands och att arbetstillfällena därmed försvinner från Sverige.

4.2.2 Intervjuperson B

Intervjuperson B framhåller att det finns två aspekter av resursfrågan; nya alternativ samt effektivisering. Företag bör fundera över hur de kan göra saker annorlunda, till exempel genom att använda nya material och/eller energikällor, vilket dessutom kan leda till konkurrensfördelar för företaget i fråga. Samtidigt är det svårt att avgöra på förhand vad som kommer att finnas och inte finnas i framtiden. Dessutom är det ofta mycket kostsamt att göra en omställning helt och hållet. Den andra aspekten syftar till att göra saker effektivare, genom att reducera materialåtgången och/eller energiförbrukningen. För att EU ska nå sitt klimatmål (20-20-20) måste 50 procent av minskningen ske genom energieffektivitet, men politiker och

regeringar lägger inte tillräckligt stor vikt vid effektiviseringsfrågan, enligt B. Anledningen är troligtvis att det är enklare och mer positivt att tala om tekniska framsteg och presentera nya produkter, än om att minska energiförbrukningen. För företag handlar det om att sätta upp höga mål för sin verksamhet och att hjälpa slutkunden att minska sin förbrukning. Företag är ofta stora energiförbrukare – vilket också betyder att de kan bli stora energibesparare.

Intervjuperson B håller med om att det finns en hög tilltro till att tekniken kommer att lösa många problem och nämner utvecklandet av vind- och solenergi som exempel. Samtidigt anser han att politiker och regeringar är alltför fokuserade på just ny teknik och menar att det är minst lika viktigt att öka effektiviteten och minska förbrukningen av till exempel fossila bränslen.

4.2.3 Intervjuperson C

Intervjuperson C anser att det finns många sätt att förbereda sig på, inför en eventuell resursknapphet. Ett sätt är att hushålla med resurser och vara mer effektiv. Företag bör ha som kriterium att alltid arbeta med energieffektivisering och investera i sådan teknologi. Däremot går det inte att förbereda sig helt och hållet inför framtiden, anser C, eftersom mycket händer inom tekniken och det är svårt att förutspå vad som komma skall.

Vad gäller den teknologiska utvecklingen tror C att det är farligt att satsa allt på ett kort, eftersom att det kan visa sig vara fel i framtiden. Vidare är han inte säker på att samtliga energiförsörjningslösningar som finns i dag även kommer att finnas i framtiden, eftersom en del av dagens teknik inte är tillräckligt bra. Det gäller därför att agera i lagom takt, för att inte stoppa de framtida lösningarna. Vidare menar C att Sverige i framtiden bör exportera förnybar energi, då det finns en stor mängd sådana energikällor. Det innebär en möjlighet för Sverige och C anser att vi bör ta vårt ansvar och se till att fler människor får tillgång till dessa.

C anser att det finns tillräckligt mycket teknik i dag för att inte tvingas till en återgång till ett jordbruksamhälle. Den teknologiska utvecklingen bör inte underskattas – men den kan ta tid. Skälet till att det inte händer så mycket som det skulle kunna göra, anser C bero på att sådan teknik är för dyr i relation till dagens billigare alternativ. Däremot skulle en dyrare olja kunna tvinga fram nya lösningar. Det kommer dock inte att ske tvärt, utan förändringen kommer att ske successivt. Enligt C är det inte de stora aktörerna som driver utvecklingen, utan snarare företagets intressenter.

Samhället präglas i dag av en slit- och slängmentalitet och C uttrycker att den största hobbyn för många är att shoppa, vilket C tycker är ganska kusligt. Huruvida detta levnadssätt kommer att fortgå är han osäker på. Den klassiska tanken är att det kommer att gå över, eftersom det inte kommer att finnas tillräckligt med resurser. Förhoppningsvis kommer vi bli duktiga på att ta hand om och återanvända produkter. Det bör dessutom byggas in i företags affärsmodeller, eftersom det inte går att fortsätta som vi gör i dag. Det är dock svårt att få människor att frivilligt välja en mindre bekväm väg, särskilt om motivet är ganska diffust.

Tillväxten kommer inte att avstanna, innan naturresurser blir dyrare, hävdar C. I dag har vi en marknad som inte är tillräckligt framsynt för att prissätta naturens resurser högt nog. Han menar att den enda lösningen som finns är att marknaden sätter priset och att länder kommer

överens om regler. C understryker att en förändring måste ske på en global nivå. Exempelvis satsar Indien och Kina på förnyelsebara resurser, vilket gör att fler länder börjar inse att det finns ett problem. Kundmakten är heller icke att förglömma. För att få till en förändring krävs att kunderna slutar att överkonsumera.

4.2.4 Intervjuperson D

Företag kan vara riskmedvetna och planera inför en eventuell resursknapphet, genom att genomlysna sin egen verksamhet, för att se vilken påverkan den har på samhälle och planet, uttrycker intervjuperson D. Efter att ha fått en uppfattning om företagets resursutnyttjande, kan de inom företaget antingen välja att vara nöjda, eller bestämma sig för att ändra på sig. Då krävs det att en framtida idealbild arbetas fram och en strategi för hur den kan nås. Här krävs ett långsiktigt arbete, med både små och stora åtgärder. Självklart finns ett beroende av att teknikutveckling och forskning går framåt. Det måste vara världssamfundet som tillsammans löser det.

Alla är beroende av teknikutveckling och alternativ till olja, inget företag kan lösa det på egen hand. D menar att denna riskmedvetenhet finns hos en del företag, men att många väljer att blunda för hotet om de sinande oljetillgångarna då det är svåra frågor. Sedan finns det också de företag, både i Sverige och utomlands, som tvivlar på att peak oil kommer att inträffa. D önskar att medvetenheten var större och att människor och företag agerade mer proaktivt. Samtidigt tror D att marknadsekonomin delvis kommer att lösa problemen, genom att företag som tar tag i resursfrågan och agerar kommer att bli mer attraktiva. D uttrycker även att ett antal företag behöver visa vägen och att det redan i dag finns en mängd företag som gör det. Dock blir han ”frustrerad över att allt tar längre tid än vad man tror”.

4.2.5 Intervjuperson E

E tror att de flesta företag förbereder sig inför klimathot och oljebrist. Han tror också att bränslepriser och koldioxidskatter kommer att stiga i framtiden. Han framhäver att svenska företag generellt sett är duktiga på energieffektivisering – något som började på 70-talet när de insåg sitt oljeberoende. E menar att bränslefrågan kommer att bli mycket stor de närmaste 15-20 åren och att det då finns två spår att gå; det ena är energieffektivisering, det andra är att använda alternativa bränslen som exempelvis biomassa och biogas. E tror att vi de närmaste decennierna kommer att experimentera med olika bränslealternativ. Han ser gärna att företag experimenterar med utvecklingen och tar risker – det kommer att löna sig på sikt.

Ett annat sätt att hantera resursfrågan på är att dra ner på överkonsumtion, menar E. Han ser gärna en utveckling mot att minska användandet av transportmedel, genom att till exempel planera samhället så att det finns möjlighet att avstå från att använda bilen. Samtidigt tror inte E att individer självmant kan tänka sig att minska sin rörlighet, eftersom det handlar om en livsstilsfråga. Hittills har det inte funnits några tecken på en sådan utveckling, säger E, utan resandet fortsätter snarare att öka. Han understryker dock att det är troligt att vi i framtiden kommer att tvingas till att välja mellan att åka till Sälen eller Alperna, alternativt behöva avstå från restaurangbesök under hela hösten, för att sedan kunna åka till Thailand över jul.

E menar att marknadsekonomin håller på att bli mer sofistikerad och bättre på att urskilja kunders behov. Detta möjliggör för företag att experimentera med produkter. E är optimistisk

och tror därför att marknadsekonomin kommer att kunna erbjuda en större mångfald än i dag, samt konkurrera mer på miljömässig basis.

4.2.6 Intervjuperson F

Intervjuperson F anser att vi med största sannolikhet har passerat peak oil någon gång mellan 2006 och 2010. Vi befinner oss fortfarande uppe på platån, men är snart på väg nedåt utför rutschkanan. Även om nya oljefyndigheter hittas så är den oljan ofta svår att utvinna och har lågt energiutbyte. *Energy Return on Energy Invested* (EROEI) har förändrats sedan det att vi började använda olja. Då låg det på faktor 50 – nu ligger det på faktor 20 ungefär och kommer att sjunka ännu mer. Detta är naturligtvis problematiskt, eftersom samhället är beroende av billig olja för energi och transporter. Ändå är Sverige mindre oljeberoende än många andra länder, och har alternativ som till exempel kärnkraft och vattenkraft. F menar också att globaliseringen kommer att stanna av då oljan blir dyrare. Detta kommer att ha en direkt påverkan på den globala livsmedelshandeln då vi kommer att behöva mycket mer lokala, småskaliga jordbruk.

F anser att företag generellt inte är särskilt medvetna om resursknappheten. Han menar att det nästan bara pratas klimat i dag och samtidigt väldigt litet om resursbrist och peak oil – klimatfrågan har tagit över debatten fullständigt. Därför har företag låg kunskap om dessa frågor, trots att de kan ses som rena hot mot deras verksamhet. Anledningen till att de inte ställer om till något annat är ofta att de inte förstår att de måste ställa om. F tillägger också att även om de skulle förstå, är det inte lätt att göra en omställning, eftersom kvartalsekonomin kräver att tillväxtmål ska följas och aktieägare tillgodoses. Existerande bolag kommer därför förmodligen inte att göra någonting förutom att prata om att de känner till problemen och måste göra saker mer energieffektivt, vilket dock fortfarande är inom ramen för samma paradigm. Samtidigt menar F att det är svårt att göra en total omsvängning innan det finns ett annat system. Det är också en stor risk förknippad med att vara den första att ställa om, varför detta kommer att ske först då energipriserna plötsligt är så höga att företag tvingas till det.

Vidare tillägger F att medvetenheten varierar mellan olika bolag. Han nämner att de flesta biltillverkare nog känner till peak oil väldigt väl och förstår att de inte kommer att kunna sälja vanliga bilar särskilt länge till. Detta är också anledningen till varför många tillverkare väljer att satsa på elbilar istället. Med dagens paradigm handlar det fortfarande om att sälja så många elbilar som möjligt, men det finns inte utrymme för att hela jordens befolkning ska kunna köra elbil. Därför finns det inte heller utrymme för dagens alla biltillverkare, utan F tror att en stor del av den globala bilindustrin kommer att slås ut under de kommande decennierna.

F menar att marknaden kommer att lösa diverse hållbarhetsproblem, frågan är bara hur – om det blir på ett bra sätt eller ett dåligt. Priserna på olja kommer antagligen att stiga till runt 130 dollar fatet, men eftersom världsekonomin inte klarar att hålla de nivåerna särskilt länge kommer priset sedan att rasa till närmare 30 dollar fatet och det kommer att pendla så ett tag. Förmodligen kommer det att bli ett scenario när oljan har peakat och då kommer försök att göras för att få ut ännu mer kol. Samhället måste ha energi, men väljer man att plocka ut fossil energi blir effekten en växthuseffekt som skenar, menar F.

Miljöinnovationer kan göra viss skillnad och ta oss en bit på vägen, men teknik löser inte allt. Ur ett klimatperspektiv är det möjligt att det kommer att fungera, men det löser inte resursbristen. F menar att det pratas alldeles för litet om kapitalbehov och finansiering, eftersom det är kostsamma omställningar vi står inför. När oljan minskar måste vi samtidigt spendera enorma summor på att hitta alternativa energikällor. Detta tillsammans med kreditbubbla och att bankerna sitter på makten över pengarna gör det till en omöjlig ekvation. Ändå förs inte debatten på denna nivå. Förr fanns möjligheten att tillsätta mycket resurser till samhällsnyttiga ändamål som exempelvis att bygga ut järnvägen. I dag återfinns makten och pengarna hos bankerna, och de kommer inte att ge bort sina pengar till satsningar på till exempel förnybar energi. I och med dagens modell saknas således både vilja och kapital.

4.2.7 Sammanfattning

Majoriteten av intervjupersonerna anser att de flesta företag är medvetna om resursfrågan och en eventuell framtida knapphet, men att företag ser olika allvarligt på situationen. En person menar dock att företagare generellt saknar kunskap och insikt om resursfrågans konsekvenser, vilket resulterar i ett ringa handlande.

Respondenterna ger i huvudsak två förslag till hur företag kan förbereda sig inför en eventuell resursknapphet: genom energieffektivisering, och att använda alternativa bränslen. Några av de tillfrågade nämner dock att det är svårt att förbereda sig inför framtiden, då det fortfarande utvecklas mycket ny teknik. En person menar att miljöinnovationer kan göra en viss skillnad, men att det avhjälpes klimathotet snarare än resursbristen. Majoriteten av de tillfrågade har en hög tilltro till att marknaden kommer att lösa problem relaterade till hållbarhet, men att det finns en risk att detta kommer att ske för sent.

4.3 Företagande

Följande område handlar bland annat om hur företag konkret kan arbeta med hållbarhet i sin strategiska inriktning, företagets roll i framtiden samt vem som bär ansvaret för att skapa en hållbar framtid.

4.3.1 Intervjuperson A

Från företagets sida handlar det om att säkerställa att hållbarhetsfrågor blir en integrerad del i verksamhetens rutiner och strukturer, samt att det ska finnas ett genuint intresse att vilja bidra och göra rätt från början, anser A. Miljöaspekten i produktutvecklingen måste komma in i rätt stadium, det vill säga då det finns möjlighet att påverka utfallet. A menar också att det är bra när hållbarhetsinvesteringar kapar kostnader. Det är viktigt att miljö och ekonomi samspelar, eftersom företag annars inte skulle vara lika benägna att arbeta med hållbarhet. Att det som är bra för miljön också ofta är bra för ekonomin, är därför en positiv aspekt av miljöfrågan.

A är av åsikten att en branschs dominerande företag bör ta fler initiativ i hållbarhetens tecken, eftersom det ger ringar på vattnet i form av att mindre aktörer tar efter de större. Det är sådana initiativ som driver utvecklingen, menar A, och tillägger att det till största delen handlar om konkurrens. Han understryker även att det kommer att krävas fler regleringar och ekonomiska incitament för att påskynda utvecklingen. Han menar att näringslivet ibland upplevs som en

”bromskloss” i denna utveckling. Anledningen är att företagen är rädda för att det endast ska bli en svensk lösning. Besluten måste därför fastställas på global nivå.

Om det endast är upp till företagen själva, kommer en förändring inte att ske tillräckligt snabbt, tror A. Vid sidan av regleringar måste även konsumenter ta sitt ansvar, då företag inte tillverkar produkter för skojs skull utan utgår från det som kunderna efterfrågar. Konsumenter bör dra nytta av sin starka position och ta ett större ansvar. A påpekar att enskilda företag inte kommer att försöka minska sina kunders konsumtion, eftersom detta skulle innebära att de lämnade över marknadsandelar till konkurrenter. Därför måste det finnas en balans mellan de tre aktörerna; myndigheter, företag och konsumenter.

4.3.2 Intervjuperson B

Intervjuperson B beskriver arbetet med hållbarhetsfrågor som att balansera olika dimensioner; att ta hand om både kunder och aktieägare men också att ta hand om miljön, de anställda och samhället i stort. För att illustrera den inbördes vikten mellan de olika dimensionerna gör B en liknelse med en stol; om ett ben är svagt sitter man inte särskilt bekvämt – kanske går det att balansera under en kort stund men inte i det långa loppet. Ambitionen är att de olika dimensionerna ska integreras i företagets ryggrad. En viktig del är därför att samla organisationen och försöka skapa en gemensam riktning. Därför är intern kommunikation väldigt viktigt men än viktigare är att faktiskt vidta åtgärder och göra det man säger att man gör. Det går inte att stänga av och på eller att byta inriktning. Hållbarhetsarbete kan också göra att företaget lättare kan attrahera och behålla duktig personal, eftersom studenter och andra lägger större vikt vid dessa frågor när de väljer arbetsgivare. För att lyckas med hållbarhetsarbetet är det, enligt B, absolut nödvändigt att ta väl hand om verksamheten och fokusera på tillväxt. Detta eftersom insatser för miljö och samhälle kräver kapital.

Om vi skulle vänta på stater och regeringar, så väntar vi förgäves, menar B. Politiker har en uppsjö av punkter på sin agenda, och miljö är bara en av dessa, varför politiker blir tvungna att kompromissa. Vi måste sätta press på dem för att få regleringar och lagstiftning på plats, men risken är att det kommer att vara för sent när de väl kommer till stånd. B framhåller också att allt detta måste ske på en global nivå för att undvika att konkurrensen mellan företag blir snedvriden.

B säger att det skulle vara fantastiskt om politikerna kunde enas, men de senaste toppmötena talar sitt tydliga språk och inte mycket har hänt varken i Köpenhamn eller i Cancun. Oavsett vad som händer vid nästa toppmöte måste företagen ta ansvar och driva frågan på sin egen agenda. Företagen måste arbeta för att öka medvetenheten, både inom organisationen och hos sina kunder. De ska också betrakta miljöfrågan som en möjlighet och måste därför kvantifiera nyttan, både i penningstermer i form av lägre kostnader, men också i miljövinster.

B tillskriver konsumenterna ett visst ansvar och menar att konsumenterna måste bli mer medvetna om sin egen och produkters klimatpåverkan och sedan agera därefter. Framförallt gäller detta konsumenter på en global nivå, och B exemplifierar med att bensinpris snarare än koldioxidutsläpp, är det som styr USA:s konsumtion. Det är en fråga om mentalitet och image och att människor inte är beredda att sänka standarden och kanske köra en mindre,

energisnålare bil än en större, fräckare. Konsumenterna måste kräva mer av företagen, men företagen måste också bli bättre på att kommunicera hållbara produkter och lösningar till konsumenterna.

4.3.3 Intervjuperson C

Intervjuperson C menar att den viktigaste rollen som företagsledare är att kunna motivera sina medarbetare. Det är viktigt att ha stor kunskap, visa engagemang samt ha en förmåga att förmedla detta till anställda för att få dem att tycka att det de gör är spännande. Chefskapet innebär vidare att ta ansvar för verksamhet, utveckling och ekonomi.

Utvecklingen skulle påskyndas om hållbarhetsåtgärder medförde ekonomiska fördelar. Det är svårt att få något att ske på makronivå, om inte den ekonomiska aspekten tas med. Exempel på lämpliga styrningsmekanismer är bidrag, subventioner och skattesystem. I grunden handlar det dock om att politiker inte prioriterat frågan tillräckligt högt, och inte heller har varit beredda att ta debatten. Vidare anser C att regleringar måste ske på en nivå utanför Sveriges gränser. Annars finns det risk för att arbetstillfällena går förlorade, om/när företag väljer att flytta utomlands.

För att företag ska utvecklas och bli bättre på hållbarhet, krävs en ökad medvetenhet och nya synsätt. Det är därför viktigt att skapa ett stort engagemang hos de anställda. För att kunna utforma långsiktigt hållbara strategier, är det enligt C också viktigt att ha ägaren med sig i ryggen. Det handlar dock även om att våga ta risker – men utan att äventyra företaget. C säger också att företag kommer att bibehålla samma roll i samhället, som de har i dag, och han tror därför inte att företag kommer att ta ett större ansvar i framtiden. C anser att alla bär ett ansvar för att skapa en hållbar framtid. Det handlar om att bestämma sig för vad som är viktigt och sedan agera utefter det, både privat och på jobbet. Han menar att det är ”viktigt att tänka utanför hemmagården” och inte invänta andra.

C tror att det kommer att uppstå många nya problem i framtiden, och menar att det finns två sätt att hantera dessa på; antingen genom att hitta ett alternativ som är hyfsat fredligt, eller att se tiden an, vilket kan medföra att en mängd människor ”går åt” i någon form av konflikt. C tror alltså att krigstiden tyvärr inte är slut. Människan är dock tillräckligt kreativ för att hitta ett sätt att överleva, men att vi kommer att ”bränna fingrarna på kuppen”.

4.3.4 Intervjuperson D

Intervjuperson D anser att den viktigaste uppgiften som ledare, är att lägga fram rätt strategi och mål, men också att sporra, motivera och lyfta fram hållbarhetsfrågan. Det är också viktigt att följa upp och se till att saker och ting blir gjorda. Det handlar om att vara ett bra exempel själv, samt synliggöra och diskutera hållbarhetsfrågan. Detta arbete bör därför främst ske inåt mot organisationen – D upplever ett stort gehör hos medarbetare och att många, framförallt från den yngre generationen, intresserar sig för hållbarhetsfrågor.

Hur företag konkret kan jobba för att bygga in hållbarhetsdimensioner i sin strategiska inriktning, handlar mycket om ett ägar- och styrelseengagemang. Om ett genuint engagemang existerar, kommer ett sådant att naturligt falla ned i alla led. De företag som inte arbetar med dessa frågor, tror D, kommer att ha svårt att få och behålla kunder i framtiden.



D hävdar att konsumenterna bär det största ansvaret för att skapa en hållbar framtid. ”Det enda som biter på företag är plånböckerna”, anser D. Därför handlar det om hur konsumenter agerar, var de handlar och vilka företag de associerar sig med. Konsumenters ansvar har ökat jämfört med för 30 år sedan, eftersom det i dag finns mängder av information tillgänglig och det är upp till var och en att agera därefter. Företagen har också ett ansvar – främst för de produkter som de väljer att sälja. Ett ansvarsfullt företag bör sälja så hållbara produkter som möjligt, men så är inte dagens verklighet. D anser dock att ”bollen är i rullning” och företag måste tänka om och gå åt det hållet.

D understryker att den utveckling som sker i dag inte är tillräcklig, men att den troligtvis kommer att gå snabbare och snabbare. Regleringar kan behövas inom vissa områden, men framför allt krävs ett tydligare ledarskap hos regeringar världen över. I dag hålls toppmöten där ingenting beslutas, och även forskare strider om vad som är rätt och inte. Enligt D finns det en vilja hos människor att förändra, men många vet inte vad de ska göra. D menar att hela världen måste hitta gemensamma mål – då kommer det att hända väldigt mycket. Han ”tror mer på morotsmodellen, än piska och regleringar”. Det krävs en förändring som tar avstamp på gräsrotsnivå och på så sätt kommer även politiker att behöva förändra sig. Tyvärr tar detta tid och ännu längre på en global nivå. Många utvecklingsländer ligger lång efter, vilket försvårar markant. D understryker vikten av att någon eller några måste visa vägen. Sverige är ett bra exempel för detta, men tyvärr för litet för att få genomslagskraft.

4.3.5 Intervjuperson E

Intervjuperson E anser att företagsledarens roll är att driva en miljömässigt riktig utveckling samt att vara riskabsorbent och säga ”jag tar risken”. Företag kan göra stora val gällande hur miljömässiga deras produkter är. En förändring måste dock ske successivt och företag måste ha i åtanke att det alltid ska finnas en kund som är villig att betala för produkten. E understryker att många företag i dag har en affärsidé som bygger på att tillverka miljömässiga produkter och anser själv att han arbetar i ett sådant, men att många andra företag i dag endast fokuserar på att tillverka billiga produkter. Det handlar dock hela tiden om en avvägning. Företag kan säga att de gör ”världens bästa produkter” men om inga kunder köper dem har företaget inte gjort någonting bra för miljön. E anser att företag ska satsa på miljömässig teknik och se till att produkterna innehåller det senaste på marknaden. E ser en tydlig trend i att allt fler länder efterfrågar grönare och grönare produkter i allt större utsträckning. Det behövs dock fler visionärer som kräver en snabbare förändring.

Miljöriktiga satsningar kan leda till en klar framtida konkurrensfördel. Även om det initialt är dyrare med miljömässiga produkter, är de inte nödvändigtvis dyrare på sikt. Enligt E beror detta på att framtida regleringar kommer att göra icke miljövänliga produkter dyrare. Därför satsar företaget i fråga på att göra sådana investeringar innan de absolut måste, och väljer att se det som en framtida intäktsgenerator snarare än en kostnad. Detta är ett resonemang som många företagsledare i dag missar, och de ser endast kostnaderna som investeringarna skulle åsamka företaget, menar E.

Ett företags uppgift är att producera produkter och tjänster som deras kunder är villiga att köpa och på så sätt serva samhället. Den primära uppgiften är inte att tala om för sina kunder

vad de ska göra med produkterna, men E säger samtidigt att han gärna ser att företag ändå tar ett vidare ansvar för de produkter de säljer. Han nämner att det finns områden som han själv inte skulle kunna tänka sig att arbeta inom, exempelvis tobaks- och vapenindustrin.

E menar att konsumenten har ett stort ansvar. Att få företag att frivilligt sluta tillverka något som efterfrågas kommer inte att gå, utan leder endast till att någon annan gör det istället. Det finns en övertro på att marknadsekonomin kommer att lösa problemen. Marknadsekonomin är bara ett sätt att snabbt och effektivt tillfredsställa de behov som uppstår. E stödjer mekanismer som ämnar strama åt efterfrågan på produkter som inte bidrar till ett hållbart samhälle, samt avgiftsbelägga dem. Dessa inkomster kan sedan användas som medel för att få rätsida på vissa problemområden. E menar också att företag kan fokusera på miljöriktiga produkter, vilket de kommer att göra om det finns en kundefterfrågan. Om kunderna däremot väljer bort sådana produkter, kommer det marknadsekonomiska systemet att förse dem med andra produkter. E menar att företag ska våga satsa och driva utvecklingen, snarare än att ta ansvar.

E tror att fler regleringar kommer att vara ett faktum i framtiden. Vi människor kommer inte att acceptera att vi förstör jordklotet vi bor på, utan vi kommer att vilja göra investeringar och regleringar för att förhindra detta. Särskilt viktigt är det att regleringar sker på en global nivå, men det kräver att de politiska ledarna börjar samarbeta. Det största problemet är inte att det saknas en vilja, utan att besluten kommer att leda till oöverblickbara konsekvenser. Det är svårt att veta vad som händer i en global ekonomi. Enligt E kommer det vara svårt att enas om en gemensam lösning, eftersom världens länder befinner sig på olika nivåer.

4.3.6 Intervjuperson F

För företag handlar det om att våga tänka nytt och försöka att hitta verkligt hållbara affärsmodeller – vilket dock inte är helt lätt inom ramen för vårt nuvarande system. För att som företag kunna bli hållbar, krävs ofta samarbeten med aktörer utanför företagets gränser, vilket det i dag saknas incitament för.

Enligt F finns det inget enkelt svar på frågan om vems ansvar det är att skapa en mer hållbar framtid. Politiker är i det närmaste bakbundna, eftersom det är impopulärt att genomföra drastiska åtgärder, som till exempel fördubblad skatt på olja och bensin. Företag har svårt att ställa om som det ser ut nu. Konsumenter å sin sida har i regel för dålig kunskap och för liten reell makt att påverka.

Viss reglering skulle dock innebära ett steg i rätt riktning. En del problem skulle till exempel lösas genom att internalisera externa kostnader och låta företag betala för sina utsläpp. Men det viktigaste steget vore att ta fram ett nytt ekonomiskt system som inte är beroende av tillväxt, alternativt att bara regeringar får skapa pengar mot ränta. Istället för att bankerna får ränta som läggs på hög, skulle staten få ränta som kan gå tillbaka till folket men också användas till storskaliga investeringar på rätt områden, till exempel förnyelsebar energi. Att få kontroll över pengaflödet är alltså mycket viktigt. Likaså är det viktigt att se till att media inte är reklamfinansierat. Media spelar en stor roll men ägs och styrs i dag av starka intressen, vilket gör att ”obekväma” information undanhålls. Kreditekonomin och hållbarhetsfrågan är i mångt och mycket samma sak, framhåller F.



Det är även viktigt att entreprenörsföretag med hållbara affärsidéer stöttas tidigt så att man på sikt, med olika incitament, kan föra över arbetstillfällena från ohållbara storföretag till nya typer av företag som passar in i ett nytt ekonomiskt system. Intervjuperson F menar vidare att miljöproblemen egentligen inte är så mycket miljöproblem; planeten repar sig alltid efter några miljoner år ändå, även om det i sig är tragiskt att till exempel utrota miljoner djurarter. Mest är det en fråga om människan ska klara sig eller inte; om man vill att ens barnbarn ska kunna leva på jorden eller inte. F tror att det mest sannolika scenariot är att det rådande ekonomiska systemet kommer att krascha och sätter sin förhoppning till att vi därefter börjar bygga upp ett bättre system. Att snabbt börja forska mer kring hur ett ekonomiskt system som inte är beroende av tillväxt kan se ut är extremt viktigt.

4.3.7 Sammanfattning

Flera av de tillfrågade anser att en företagsledares viktigaste uppgift rörande hållbarhet är att föregå med gott exempel, samt att engagera och motivera de anställda. Det gäller också att ta fram rätt strategier och mål, driva utvecklingen framåt och försöka att integrera hållbarhet i företagets kärna. Detta underlättas dessutom om det finns ett genuint intresse från ägarnas sida att vilja bidra och göra rätt från början. Majoriteten tror att hållbarhet kommer att vara ett kriterium för att vara långsiktigt konkurrenskraftiga och överleva i framtiden.

Majoriteten av de tillfrågade anser att det största ansvaret för att skapa en hållbar framtid vilar på politiker och stater samt konsumenterna. Det behövs fler regleringar – främst på global nivå – för att påskynda utvecklingen. Konsumenterna måste också börja efterfråga miljömässigt riktiga produkter, och därigenom leda företagen i rätt riktning. Ett par intervjupersoner nämner dock att företag bör ta ett vidare ansvar för de produkter som tillverkas.



4.4 Optimist eller pessimist?

Varje intervju avslutades med en fråga om huruvida respondenten ser sig själv som en optimist eller pessimist. Nedan följer varje intervjupersons slutliga ord i form av citat.

Intervjuperson A – *Jag är en försiktig optimist – jag skulle vilja säga 45 procent pessimist och 55 procent optimist. Det finns betydande risker och de måste tas på stort allvar. Jag är kanske lite naiv och godtrogen, men jag vill gärna tro att forskarvärlden vet vad de talar om.*

Intervjuperson B – *Jag är en balanserad optimist. Jag är optimist såtillvida att innovationer kan lösa flera problem som det inte finns lösningar på i dag. Samtidigt kan man inte lita på att det kommer att ske och därför måste både företag och samhället i stort ta sitt ansvar. Vi måste också bli mer effektiva och ta hand om människor bättre. Den lilla pessimisten i mig bottnar i politikernas oförmåga att komma överens.*

Intervjuperson C – *Jag känner mig lite pessimistisk. Jag tror inte att vi kommer att bränna jorden så att den inte går att leva på, men däremot kommer vi att bränna fingrarna litet. Det finns en individuell värderingsbotten och i en sådan världs är det inte lätt att få till ett system där gemene man tar ansvar för morgondagen redan nu.*

Intervjuperson D – *Jag är mycket optimistisk och ser ljus på framtiden. Det har även att göra med mig som person, jag väljer att se möjligheter istället för problem. Jag har en tro om att jordens befolkning kommer att lösa många problem, även om det inte kommer att ske smärtfritt.*

Intervjuperson E – *Jag känner mig optimistisk. Jag har inte bilden av att "allt går åt helvete" – snarare att en utveckling sker stegvis. Ekonomisk tillväxt möjliggör för nya synsätt. Jag ser optimistiskt på framtiden och tror att dagens marknadsbaserade samhälle kommer att förfinas och att vi i framtiden kan konkurrera på miljömässig basis.*

Intervjuperson F – *Jag kallar mig för optimist, men anser att den närmaste framtiden avgör om mänskligheten klarar att ändra riktning. En minskning av BNP behöver ju absolut inte vara negativt, även om många skulle betrakta det som extrem pessimism. För egen del är jag positiv kring framtiden, men tror att framtiden är mörk framförallt för många i de överbefolkade, fattigare delarna i världen.*

5. Analys

I följande kapitel presenteras delar av de sammanställda data som samlats in genom kvalitativa intervjuer. Denna information vägs mot den teoretiska referensramen, i enlighet med studiens syfte. Kapitlet innehåller även författarnas egna reflektioner.

5.1 Tillväxt

Framväxten av det moderna marknadsbaserade samhället har gjort att företag i dag har mer makt, jämfört med för ett antal decennier och sekler sedan. Den globala marknaden, med snabba flöden av allt från arbetskraft till kapital, är den givna spelplanen. Detta har skapat en hårdare konkurrens och gjort att tillväxt blivit en starkare drivkraft. Tillväxt anges av samtliga intervjupersoner som något nödvändigt och väldigt viktigt, ehuru inte alltid helt oproblematiskt. Skälen som intervjupersonerna anger till varför det är viktigt att växa, är i linje med det som Johansson och Runsten (2005) skriver om tillväxt som strategi.

Konkurrens företag emellan nämns av de tillfrågade som en viktig drivkraft, och då framför allt med avseende på kunder och marknadsandelar. Även konkurrens om kapital är en viktig orsak – företag måste prestera för att ses som attraktiva och få tillgång till finansiella medel från långivare, investerare och ägare. Av samma anledning är lönsamhet en viktig drivkraft till att växa som företag, eftersom vinsten finansierar tillskjutet kapital genom ränta och utdelning (Johansson & Runsten, 2005). Konkurrens och lönsamhet bekräftar tillsammans att det till syvende och sist handlar om fortlevnad, vilket är i överensstämmelse med de tillfrågades svar.

Något som också framhålls av ett par intervjupersoner (C, D), som inte nämns i den studerade litteraturen, är lusten och glädjen att driva företag; att växa och att utvecklas. Flera (B, C, D, E) benämner motsatsen till tillväxt som ”att stå still” och då med innebörden att detta är något icke önskvärt. På så sätt verkar det som om personerna drar tydliga paralleller mellan utvecklingsbegreppet och tillväxt, vilket inte är svårt att förstå med tanke på att just detta synsätt har präglat vårt samhälle under flera århundraden. Vidare anger majoriteten av de tillfrågade att tillväxt är ett sätt att vara ett intressant och utvecklande företag, vilket ett par intervjupersoner (C, D) menar även skapar positivism hos medarbetarna.

Trots att samtliga företagsledare anser att tillväxt är viktigt, poängterar de samtidigt att det inte får ske till vilket pris som helst. Istället menar de att man bör ta hänsyn till ytterligare parametrar som exempelvis kvalitet och miljö i styrningen av företaget. Dessa parametrar tillsammans med tillväxt, sägs vara av olika vikt vid olika tillfällen. Detta är i linje med att hållbarhet får ett allt större utrymme i företagens finansiella rapporter och att företag är allt mer angelägna om att visa hur de agerar på ett ansvarsfullt sätt (Elkington, 1998).

Majoriteten av intervjupersonerna menar att ägarna spelar större roll än ägandeformen, när det gäller ett företags tidshorisont. För att få stöd för hållbara investeringar, som ofta är kostsamma och har en lång återbetalningsperiod, krävs ett engagemang från ägarnas sida (Lavery, 2004). En intervjuperson (A) anser att de kortsiktiga kraven på börsnoterade bolag hämmar långsiktiga investeringar, och en annan (E) hävdar att det redan finns en långsiktighet

på aktiemarknaden. En intervjuperson (C) nämner också problemet med att revision och framtidsbedömningar utgår från historia. Dagens diskonteringstekniker fångar inte upp de framtida värden som långsiktiga investeringar i hållbarhet kan ge, till exempel energisatsningar. Detta kan dock leda till att långsiktig konkurrenskraft går förlorad (Lavery, 2004).

Flera (A, D) framhåller dock att ägandeformen spelar viss roll och menar att få, stabila ägare är bra för långsiktigheten. Det är lättare att skapa en hållbar inriktning i ett bolag med färre ägare än med tiotusentals anonyma aktieägare. En del av de tillfrågade (A, D) menar att familjeägda bolag potentiellt sett har störst frihet, eftersom de inte har samma krav på sig att leverera snabba resultat. Vissa (A, B, D, F) menar också att aktiemarknaden med tillhörande fokus på kvartals- och till och med månadsrapporter är en bov i dramat och en stor anledning till varför kortsiktighet existerar. Detta stöds till stor del av litteraturen (Johansson & Runsten, 2005) och kan kopplas samman med myopi på flera olika sätt. Att aktiemarknaden är effektivast på kort sikt innebär att långsiktiga värden negligeras och att kortsiktiga resultat prioriteras. Detta är en anledning till varför de tillfrågade anser att det finns ett ökat behov av långsiktighet.

Samtliga intervjupersonerna anger också att tillväxt är viktigt ur ett samhällsperspektiv. Flera av de tillfrågade (A, D, E) likställer i princip tillväxt med både utveckling och välfärd. Detta bekräftar den bild av tillväxt som presenteras i litteraturen (Forsberg, 2007; Sundqvist, 2003). Skälen som intervjupersonerna anger till varför tillväxt är viktigt för nationen, påminner om de som ges för tillväxt för ett företag; konkurrensskäl länder emellan, samt att få landet att gå runt med samhällets alla utgifter och inkomster, det vill säga en slags lönsamhet. Samtidigt menar majoriteten att BNP, det mått på som är det vanligast förekommande i dag, inte är det bästa sättet att mäta tillväxt och välfärd på. Denna syn stöds även till fullo av litteratur på området (Jackson, 2011; Self, 2000; Thorpe, 2007).

Som underlag för styrning av ett företag kan olika så kallade nyckeltal användas. Syftet är att under devisen "what gets measured gets done" åstadkomma en viss önskad effekt, exempelvis en ökad lönsamhet om man styr på nyckeltalet lönsamhet. Det är dock ofta oundvikligt att en del oönskade bieffekter, så kallade perversa bieffekter, fås på köpet. BNP kan ses som ett nationellt nyckeltal som fungerar utmärkt som mått på omsättningen i ekonomin, men som också för med sig ett antal sådana bieffekter, som exempelvis att kriminalitet bidrar positivt till BNP. Detta är även något som framhålls av intervjupersonerna och flera (A, E, F) poängterar att måttet har brister. Att mäta andra mått än bara BNP är ett återkommande förslag hos intervjupersonerna. Det är dock lätt att räkna och mäta pengar, och svårt att uppskatta och mäta till exempel lycka. GPI som ett sannare mått på välfärd existerar emellertid redan och Sarkozy har tillsatt en kommission med uppdraget att ta fram ett nytt, bättre mått (Jackson, 2011; Self, 2000). Vi kan bara hoppas att detta får genomslag och samtidigt spekulera i varför ett skifte från BNP väcker sådant motstånd.

Frågan om vår kreditekonomi och dess eventuella koppling till tillväxt och hållbarhet ställdes medvetet på ett sätt som öppnar för egen tolkning. Detta för att det är ett svårt och till viss del kontroversiellt ämne, vars påverkan på individer, företag och samhällen är svår att överblicka

för ett otränat öga. Kreditekonomins koppling till tillväxt och hållbarhet är långt ifrån uppenbar för de allra flesta och bankernas sätt att skapa pengar är något som ytterst få känner till (Greco, 2001; Hodgson Brown, 2008). Det var därför en förhållandevis svår fråga för de flesta av våra intervjupersoner att svara på och flera uttryckte att de inte visste om de var kvalificerade nog att besvara frågan men att de ändå skulle göra ett försök. Detta stämde väl överens med det som litteraturen på området också nämnt, nämligen att denna kunskap inte är allmänt känd eller diskuterad. Endast en av intervjupersonerna (F) var insatt i ämnet och menade att rådande kreditekonomi inte är hållbar.

Kreditekonomin bidrar alltså till en ökande skulddriven konsumtion som tär på naturens resurser. Eftersom västvärldens konsumtion i mångt och mycket är knuten till frågor som rör identitet och existens och till och med skapar en känsla av mening, är konsumtionsspiralen mycket svår att bryta och frigöra sig ifrån. En respondent (C) påpekar just att belåningssystemet skapar möjligheter samt att det är ett sätt att få hjulen att snurra. Trots att tillväxt kan göra att människor på samhällets botten får det bättre, menar vi att frukterna av tillväxten samtidigt fördelas på ett allt ojämnare sätt – påeldat av det nuvarande finansiella systemet. Detta i sig, att ett fåtal blir rikare och rikare, gör att ribban för vad som är ett materiellt sett bra liv hela tiden höjs och vi tror att detta ökar konsumtionen ännu mer.

Ett par intervjupersoner (B, F) tog själva upp risken för att fler finansiella kriser ska uppstå framöver. Detta bekräftas bland annat av Rancièrs studie (2008) som menar att ju högre tillväxt och ju högre risktagande i en ekonomi, desto fler finanskriser. De länder som i dag dras med stora statsskulder kommer förmodligen att skapa problem för fler länder så småningom, enligt både intervjupersonerna och litteraturen på området. Att världen i dag är så globaliserad gör att de flesta länder på ett eller annat sätt är sammanvävda med varandra och vi tror att ett skuldproblem snabbt kan ge ringar på vattnet. Skulle en ny finansiell kris uppstå, av samma kaliber som den 2008, finns en risk att bankvärlden börjar falla som korthus. Låga kapitaltäckningskrav hos bankerna och en uppblåst pengabubbla gör att motståndskraften är låg. Flera regeringar spenderade också enorma summor på stödpaket för att rädda bankerna vid den förra krisen (Ingves, 2009). Vi frågar oss dock om de skulle ha den finansiella styrkan att göra det igen.

Denna inbyggda ömtålighet i det nuvarande finansiella systemet är också en anledning till att Ingves (2009) talar om fler regleringar. Pendeln har svängt och utvecklingen som tog fart i och med avregleringen av finansmarknaderna på 1990-talet verkar nu gå åt motsatt håll. Kanske är detta ett första steg på vägen mot att staten övertar makten över utlåningen från privata banker och kreditinstitut, vilket stöds både av en av de intervjuade (F) och Hodgson Brown (2008). Vi kan inte annat än tro att detta skulle gynna skapandet av en mer hållbar framtid.

Med avseende på frågan om tillväxtens gränser, är framtoningen i intervjupersonernas svar vag. Samtliga uttrycker att det kan finnas gränser för tillväxten, beroende på hur den mäts, samt att det både finns bra och dålig tillväxt. De är medvetna om att jorden inte har oändligt med resurser och att det utgör en begränsning i sig. Dock tycks det ändå finnas en ensidig syn om att tillväxten måste fortsätta – men en hållbar sådan. Frågan är bara hur en sådan tillväxt

ser ut. En värld utan tillväxt är för respondenterna i dag inget alternativ. Endast en av intervjupersonerna (F) ser bortom det nuvarande systemet och menar att minskad tillväxt inte behöver vara något negativt. Medvetenheten om tillväxtens gränser tycks således existera, men inte tron om att den faktiskt begränsar oss.

5.2 Resursanvändning

Att världens befolkning har tredubblats och ekonomin tiodubblats sedan 1950-talet, har ökat trycket på våra natursystem enormt. Allt pekar på att vi går mot fortsatt ökade volymer av produktion och konsumtion. En sådan tillväxt kräver en ökande omsättning av råvaror och energi, från både ekosystem och ändliga naturresurser. Människans miljöpåverkan har gått ifrån att vara en möjlighet till ett faktum (IPCC, 2007; Rockström & Wijkman, 2011; Steg 3, 2010; Stern, 2007; Szombatfalvy, 2010).

Majoriteten av intervjupersonerna anser att det finns en medvetenhet om resursfrågan hos företag, men i varierande utsträckning beroende på bolag och bransch. Detta medför också att företag förbereder sig inför en eventuell resursknapphet på olika sätt, men då intervjupersonerna tycks ha svårt att ge förslag på konkreta lösningar är frågan hur medvetna de faktiskt är. Inte heller kommenterar de tillfrågade, med undantag för två av respondenterna (D, F) vilken påverkan deras verksamhet har på klimatet. En av de tillfrågade (F) menar dock att intresset, både hos företag och samhälle, till största delen kretsar kring klimathotet snarare än resursbristen.

Tre respondenter (B, C, E) menar att det finns två sätt att hantera resursfrågan på. Det ena är att energieffektivisera och det andra att utveckla nya alternativ. Att hushålla med resurser och använda dem effektivt leder till kostnadsbesparingar för företag (Borglund, DeGeer & Hallvarsson, 2009). På grund av vinstmotivet skulle således sådana åtgärder göras oavsett om det gynnar miljön eller ej, men marknadsförs som satsningar i hållbarhetens namn. Sådana investeringar kan även bli väldigt lyckosamma och leda till stora konkurrensfördelar, vilket Porter och Kramer (2006) och Stern (2007) med flera poängterar. Att å andra sidan börja använda nya alternativa energikällor är ofta förknippat med stora initiala kostnader och även viss risk. Två intervjupersoner (B, C) uttrycker det som att företag inte bör satsa allt på ett kort, för att inte låsa sig vid befintliga alternativ, eftersom det kan uppstå nya och effektivare metoder i framtiden. Ett tredje sätt att hantera resursfrågan på, skulle kunna vara att drastiskt minska användandet av resurser. Detta nämns dock endast av en person (F) och verkar således inte vara ett alternativ för övriga tillfrågade.

Samtliga respondenter anser att det finns en tilltro till att den teknologiska utvecklingen och den fria marknaden ska lösa flera problem relaterade till hållbarhet. Detta synsätt är troligtvis färgat av de marknadsdogmer som präglat västvärlden under de senaste decennierna (Self, 2000). Två av de tillfrågade (C, D) framhåller att människans innovationsförmåga inte bör underskattas, medan en annan (F) anser att teknik kan ta oss en bit på vägen men inte ända fram. Den sistnämnde menar också att dagens teknik skapar lösningar till klimathotet snarare än resursbristen. Flera hävdar att marknadsekonomin kommer att tvinga fram en förändring, exempelvis genom stigande oljepriser. Två intervjupersoner (A, F) lägger dock in en brasklapp om risken för att marknaden kommer att lösa problemen för sent. Denna oro

bekräftas av flera författare (Forsberg, 2007; Jackson, 2011; Rockström & Wijkman, 2011), vilka menar att det är hög tid att agera.

Att förbrukningen av fossila bränslen måste minska, är samtliga intervjupersoner eniga om. De är medvetna om diskussionen kring peak oil, men verkar ha svårt att överblicka konsekvenserna för företagen. Endast en respondent (F) väljer att framhäva peak oil som ett stort problem och menar att vi redan har passerat oljetoppen. Detta stämmer överens med den bild som ges i litteraturen; nämligen att peak oil är ett relativt okänt begrepp för majoriteten (Rockström & Wijkman, 2011). Det pekar återigen på att medvetenheten och kunskapen hos företag kanske inte är särskilt stor, alternativt att de väljer att blunda för och/eller undvika en öppen dialog om något som de facto kan vara ett direkt hot mot deras verksamhet.

Återkommande nämner företagsledarna att konsumenten bär ett stort ansvar och att det är viktigt att denne börjar konsumera annorlunda och efterfråga miljömässigt riktiga produkter. Flera intervjupersoner (C, E, F) menar samtidigt att människan kommer att ha svårt att ändra sitt beteende och konsumtionsmönster, det rör sig om en livsstilsfråga – något som också styrks av studerad litteratur (Jackson, 2011; Solér, 2010). Som exempel uttrycker ett par av respondenterna (E, F) orimligheten i att samhällen i framtiden är lika bilberoende som i dag, men att de samtidigt inte tror att vi människor kan tänka oss att bli mindre mobila. Vidare gäller att även om det tillverkas elbilar är målet med dagens paradig fortfarande att sälja så många elbilar som möjligt, precis som en av intervjupersonerna (F) uttrycker. Sammantaget uppstår här ett antal paradoxer, som för att lösas troligtvis kräver ett nytt sätt att tänka.

Det som styr företagen, enligt majoriteten av de intervjuade, är efterfrågan hos konsumenter – företag kan inte tillverka produkter som ingen vill ha. Många konsumenter vill nog se sig som medvetna och eftersträvar miljömässighet, men även de väljer efter plånboken. Jackson (2011) menar att samhället präglas av en slit- och slängmentalitet och konsumenter handlar därefter. Trots att företag och Sverige som land har blivit allt duktigare på energi-effektivisering, ökar ändå den totala miljöpåverkan då vi människor konsumerar allt mer. På så vis åter konsumtionen upp effektiviseringen (Rockström & Wijkman, 2011).

Frågan är hur en förändring då ska gå till, i ett samhälle där företag hela tiden serverar konsumenten nya produkter. Vi tror att människan behöver förändra sitt konsumtionsmönster. Ett första steg kan vara att konsumera hållbara produkter, men förr eller senare måste vi människor drastiskt minska vår konsumtion. En sådan omställning måste troligtvis ske gradvis, för att inte det ekonomiska systemet ska kollapsa. Individens starka koppling mellan konsumtion och identitet gör dock en sådan omställning svår (Jackson, 2011; Solér, 2010). Trots att intervjupersonerna menar att de tillgodoser behov snarare än skapar dem, är det företagen som genom marknadsföring kan göra hållbara produkter trendiga.

Den frikoppling många av intervjupersonerna nämner, det vill säga att med effektiviseringar lösa resursfrågan, är bra men kan förmodligen inte lösa alla problem. Eftersom effektivitet är en av de saker som moderna ekonomier är bra på, har frikoppling en välbekant logik och en tydlig lockelse som en lösning på tillväxtens dilemma. Vi tror dock att det med dagens konsumtionsnivå kommer att krävas fler åtgärder än bara effektivisering.

Trots att intervjupersonerna känner till resursproblemen, tycks det fortfarande endast ske förändringar inom ramen för rådande tillväxtparadigm. Dagens system försvårar en total omsvängning och företagsledare ser inte heller ett annat system som ett alternativ. Som ett led i detta uttrycker två intervjupersoner (C, D) att vi troligtvis inte kommer att gå tillbaka till ett jordbrukssamhälle, medan en annan (F) menar att det tvärtom inte är omöjligt. Utvecklingen tycks således fortfarande gå mot ett mål om ökad tillväxt och därmed resursförbrukning – som enligt Forsberg (2007) är en utveckling på väg mot en ekologisk kollaps. Det finns dock andra (Putt del Pino et al., 2011; Stern, 2007) som menar att det inte behöver finnas en motsättning mellan tillväxt och miljöomsorg – förutsatt att tillväxten sker inom en ”grön” sektor.

5.3 Företagande

Under de senaste decennierna har företag visat tecken på allt större medvetenhet kring sociala och miljömässiga aspekter (Grankvist, 2009). Majoriteten av intervjupersonerna framhåller att deras viktigaste roll i hållbarhetsarbetet är att sätta hållbarhet på dagordningen och att själva visa att frågan är viktig. Detta sker framförallt genom kommunikation inåt i organisationen för att upplysa och motivera medarbetarna, samt genom att föregå med gott exempel.

När det gäller att konkret bygga in hållbarhetsdimensioner i företagets strategiska inriktning, är svaren trots allt relativt svävande. Majoriteten menar att verksamheten bör analyseras i syfte att ringa in förbättringspotentialer, det vill säga var miljöpåverkan är som störst, och sedan arbeta med dessa möjligheter till förändring. Intervjupersonerna pratar alltså, generellt sett, om att förbättra och göra verksamheten mer hållbar – men ställer sig inte frågan om huruvida affärsverksamheten i sig faktiskt är hållbar.

Två intervjupersoner (C, F) framhåller dock vikten av att våga tänka nytt och att hitta verkligt hållbara affärsidéer som kanske ligger utanför de givna ramar som präglar vår syn på vad ett företag gör och vad en tjänst eller produkt är. Sammantaget får vi dock känslan av att företagets nuvarande hållbarhetsarbete till största del sker inom vår tillvaros utstakade gränser och att det kan liknas med skrap på ytan, eller kanske snarare kosmetisk finslipning av fasaden.

Med utgångspunkt i att många människor har viljan att skapa en mer hållbar framtid, följer frågan om vems ansvar det är att göra det. Intervjupersonerna själva har talat om ansvarsfrågan utifrån tre aktörer; företag, konsumenter och stater. Majoriteten menar att vi i framtiden kommer att se fler statliga regleringar på området i form av skatter, avgifter och annan lagstiftning, vilket också företagen försöker att förbereda sig inför. Samtliga intervjupersoner ser dessutom regleringar på global nivå som en nödvändighet, inte minst för att inte snedvrider konkurrensen mellan företag i olika länder. Dock finns det en misstro mot förmågan hos politiker och regeringar att komma överens och enas om viktiga beslut. Denna skepticism grundar sig framförallt på de tidigare misslyckanden som erfarits vid de senaste toppmötena i Köpenhamn 2009 och Cancun 2010, som ett par av intervjupersonerna (B, D) nämner som exempel. Flera intervjupersoner (B, C, F) nämner också att politiker generellt sett är bakbundna till viss del, eftersom en mandatperiod sträcker sig över en begränsad tid och det litet grand krävs att man ger ”folket vad folket vill ha” för att få medborgarnas röster. På så sätt existerar myopi inte bara på den fria marknaden utan även på den politiska arenan.

Majoriteten av intervjupersonerna tycker att konsumenter har ett betydande ansvar för att staka ut riktningen och att de har en reell makt att påverka – vilket är i enlighet med vad litteraturen säger om konsumentens ökade medvetenhet samt påverkbarhet (Kanji, 2010). Företagen ser sig själva som att de tillgodoser konsumenternas behov och förser dem med de varor och tjänster som efterfrågas. Så länge som konsumenterna efterfrågar ”fel” produkter kommer därför ingen förändring att ske, eftersom det inte går att tvinga företagen att tillverka produkter som sedan inte går att sälja.

Fem av de sex tillfrågade tycker att konsumenter har ett betydande ansvar för att staka ut riktningen och att de har en reell makt att påverka. Vi ställer oss dock frågan hur mycket ansvar som egentligen kan läggas på konsumenternas axlar. Det finns många parametrar som ligger till grund för en kunds köpbeslut, varav storleken på plånboken antagligen är en av de största. Konsumismens grepp om konsumenterna gör det svårt att frigöra sig från gängse konsumtionsbeteenden. Gemene man har troligtvis inte full kunskap om hållbarhetsproblemet och på vilket sätt det förgrenar sig ut till flertalet delar i samhällsekonomin. Dessutom är det svårt att som kund avgöra hur hållbar en tjänst eller produkt är, både relativt och absolut sett. Företag har genom sin marknadsföring en förmåga att framställa produkter på ett sätt som inte alltid är helt sant. Vi anser att företagen bör göra det lätt för konsumenter att fatta miljömässiga beslut. I de fall kostnaden för konsumenten inte är särskilt stor är det lättare att ta ett miljömedvetet beslut. Det är också av vikt för företag att inse att hållbarhetsarbetet, utöver kostnader, kan leda till framtida konkurrensfördelar (Porter & Kramer, 2006).

Majoriteten av intervjupersonerna lägger således störst ansvar på och tilltro till externa krafter som regleringar och konsumentmakt, för att förändra situationen och göra framtiden mer hållbar. Företags ansvar har sedan Friedmans tid (1970) ökat markant, och allt fler företag arbetar med hållbarhet tack vare konsumenters ökade medvetenhet om vad företagens agerande har för konsekvenser (Kanji, 2010). Om företag inte ägnar sig åt någon form av ansvarstagande utöver att generera avkastning till sina aktieägare, finns en risk att företagets fortsatta överlevnad äventyras. Detta stämmer överens med intervjupersonernas åsikter, även om meningarna är delade kring hur ett sådant ansvar ser ut.

Vissa (A, B, F) menar att företagen har ett ansvar i att föreslå och förespråka regleringar på området, och att driva på beslutsfattare och lagstiftare till att faktiskt åstadkomma något nytt. Andra (E) uttrycker det som att företag inte har ett ansvar att göra framtiden mer hållbar, men att de däremot ska driva utvecklingen framåt och våga ta risker. I denna fråga anser vissa (A, D) att stora företag har ett större ansvar än mindre, för att de har mer kapital till investeringar och fungerar som föregångare. Sammanfattningsvis mynnar detta ut i litet av ett moment 22. Ingen vill ta det första, nödvändiga eller avgörande steget och framförallt inte själv.

Samtliga respondenter uttrycker att de är optimister, om än med viss försiktighet. Detta är naturligtvis positivt, men vi hoppas att det inte används som förevändning för att undvika ansvar och skjuta problemen på framtiden. En förhoppning om att ”det löser sig” skulle kunna tolkas som att ”det löser någon annan”. Samtidigt förstår vi att en positiv inställning och tro på mänskligheten är nödvändigt för att kunna formulera visioner för framtiden och arbeta för att dessa ska bli verklighet.

6. Slutsats

Detta kapitel presenterar de slutsatser som studien har lett fram till, och ämnar besvara den formulerade frågeställningen. Därtill förs en avslutande diskussion där författarnas egna reflektioner kring det undersöka området vävs samman. Slutligen ges rekommendationer till vidare forskning.

➤ Hur ser företagsledare på tillväxt, resursanvändning och företagande?

Samtliga intervjupersoner är överens om att det är viktigt för företag att växa. Anledningarna som ges varierar, men handlar i grund och botten om företagets överlevnad. Mot bakgrund av detta menar vi att tillväxt kan ses som något oundvikligt som varken är bra eller dåligt, gott eller ont. Värderingen avgörs snarare av vilket bolag eller vilken bransch det är som växer. Så länge som det rör sig om hållbar tillväxt, är alltså tillväxt i regel positivt. Vidare är de sex respondenterna eniga om att det är viktigt med engagerade ägare för att åstadkomma hållbara investeringar, samt att det finns ett behov av att hitta en bolagsstyrning som främjar långsiktighet.

Majoriteten av de intervjuade företagsledarna uttrycker att tillväxt är viktigt för länder och samhällen. Flera nämner också begrepp som utveckling och välfärd i samma andetag som de nämner tillväxt. Samtidigt är alla ense om att BNP som mått lämnar en del i övrigt att önska. Några personer försvarar dock användandet av måttet med att det inte finns något annat bättre alternativ att tillgå, medan andra nämner att måttet bör inkludera ytterligare parametrar. Fortfarande gäller alltså att tillväxten på något sätt bör mätas, vilket vi tolkar som att den trots allt tillskrivs ett visst värde. Endast en person uttrycker att en sänkning av BNP inte behöver vara något dåligt.

Tre av respondenterna framhåller att det finns två vägar att gå för att förbereda sig inför en eventuell resursknapphet; energieffektivisering och/eller nya alternativa energikällor. Fokus är alltså på att klara energiförsörjningen, och en eventuell brist på andra slags naturresurser faller i skymundan. Det finns också en hög tilltro till att den teknologiska utvecklingen och den fria marknaden ska lösa flera problem relaterade till hållbarhet. En person menar dock att detta främst gäller klimatproblem, snarare än resursproblem. Detta kan bero på att klimat har fått större medialt utrymme. Möjligtvis är det också av denna anledning som respondenterna inte tycks se strikta gränser för tillväxten. De nämner att planeten visserligen inte har oändligt med resurser, men verkar samtidigt inte se detta som en fullständig begränsning. Flertalet nämner till exempel att en tillbakagång till ett jordbrukssamhälle knappast kommer att ske. Samtidigt hävdar en annan person att det finns en överhängande risk för just detta, på grund av att peak oil kommer att hämma globaliseringen.

Samtliga intervjupersoner talar om vikten av att integrera hållbarhet i företagets kärna och att göra rätt från början. Vi får dock intrycket att få är beredda att gå den extra milen för att göra ett företag hållbart på riktigt. Till viss del är detta dock förståeligt, då det ofta rör sig om stora omställningskostnader och betydande förändringsåtgärder.

Tillväxtens dilemma mynnar ut i en fråga om ansvar. Om vi nu står på randen till vad jordens resurser förmår och har ett klimathot hängande över oss, gäller det att någon agerar för att få till en förändring. Frågan är då vem denna någon är. Som vi ser det finns det tre sektorer som delar på ansvaret; den offentliga, den privata och den civila. Företagsledarna nämner också dessa återkommande – och ett stort ansvar fördelas på politiker och stater samt konsumenter. De välkomnar regleringar och en hårdare miljölagstiftning, så länge som det inte snedvrider konkurrensen. Med andra ord är det framförallt globala regleringar som åberopas, samtidigt som de uttrycker en stor skepsis mot att sådana faktiskt kommer att komma till stånd. Vidare anser majoriteten av de tillfrågade att konsumenter har stora påverkansmöjligheter och att deras handlande ligger till grund för företagets agerande. Endast en person menar att det inte är rimligt att tillskriva kunder något större ansvar – och vi är benägna att hålla med. Som individer tror inte vi att konsumenter har särskilt stor makt, men däremot som kollektiv. Här spelar media en stor roll, både som informationsspridare och som opinionsbildare. Ansvaret som respondenterna lägger på företagen själva är således högst begränsat. Konsumenter och plånböcker styr, varför företag inte har utrymme att göra särskilt mycket på egen hand.

En viktig insikt som har erhållits under uppsatsens gång är att allt hänger samman – det går inte att betrakta tillväxtens dilemma som en isolerad del, och inte heller tro att det är så den går att lösa. Vår omvärld har blivit allt mer komplex och pusselbitarna fler och fler. För att en omställning ska ske kommer det att krävas såväl gränsöverskridande samarbete, som vilja och kapital. Det finns tre aktörer – politiker och stater; företag; samt konsumenter/individer – men bara ett gemensamt ansvar. För att inte ansvarsfrågan ska mynna ut i ett moment 22, fordras därför att alla dessa agerar, samtidigt och tillsammans. Det dilemma som är förknippat med tillväxt – att dagens tillväxt är ohållbar, samtidigt som alternativen är instabila – gör att en övergång måste ske successivt och varsamt. Att tvärt sluta att konsumera skulle vara positivt för planeten, men samtidigt medföra en kollaps för det ekonomiska systemet. Att fortsätta med ”business as usual”, skulle dock endast medföra att vi skjuter problemet framför oss och därmed riskerar ett högre fall i framtiden.

Studiens respondenter kunde alla tala om miljö och hållbarhet med ett legitimt språk och de rätta ordvalen – medan svaren om evig tillväxt bjöd på en större variation. Detta troligtvis beroende på att miljöfrågan har varit på tapeten en längre tid och på så sätt fått fäste i mångas medvetande. Vi menar därför att det är positivt att tillväxtens dilemma nu börjar debatteras och når såväl politiska rum och styrelsebord, som bokhyllor, köksbord och tevesoffor. Vidare tror vi att mänskighetens sätt att leva i dag, om ett par hundra år kommer att framstå som en parantes i världshistorien. Samtidigt är människan till sin natur anpassningsbar, och vi hoppas och tror därför att hon kommer att hitta ett sätt att leva på i framtiden.

6.1 Förslag till fortsatt forskning

Frågan om evig tillväxt är ett aktuellt ämne och därför långt ifrån utforskat. Ambitionen med denna studie har varit att föra frågan på tal och till skillnad från tidigare forskning på området även göra detta ur ett företagsperspektiv. Mot bakgrund av ämnets omfattning och särart – att allt hänger samman – finns emellertid ett flertal olika aspekter att utforska vidare, både ur ett samhälls- och företagsperspektiv.

Att tillväxt i västvärlden är djupt rotat står alltså bortom allt tvivel. Flera led av samhället vilar på att ekonomin ska växa. Vidare är i dag samtliga svenska riksdagspartier, oavsett färg, för tillväxt. Mot bakgrund av BNP som vedertaget mått på tillväxt, i kombination med vetskapen om dess begränsningar, ser vi på delar av dagens förda politik i ett nytt ljus. Exempelvis är en barnfamilj med två heltidsarbetande vuxna och hem och hushåll att sköta, på många sätt bra för tillväxten. Barnen går på dagis eller i skola och i bästa fall skjutsas de i privatbil till och från. Ett antal personer är anställda för att ta hand om barnen medan föräldrarna arbetar heltid på sina respektive jobb. Kanske är det svårt att få tiden att räcka till och familjen väljer att köpa in RUT-tjänster, vilket alltså sätter en prislapp på hushållsarbetet. Alternativet skulle kunna vara att sänka arbetstiden – men detta missgynnar tillväxten och frågan om förkortad arbetstid drivs i dag inte av något riksdagsparti. Med detta sagt ser vi följande områden som intressanta för vidare forskning:

- Förkortad arbetstid. 40-timmarsveckan ses i dag nästan som en naturlag. En minskning skulle dock medföra mer tid till att leva och umgås, samt mer återhållsam konsumtion. Samtidigt finns implikationer; en omställning till ett mer hållbart samhälle är troligtvis kostsamt, vilket innebär ett stort behov av arbetskraft.
- Satsningar på offentlig sektor. Detta skulle troligtvis innebära en ökad tjänstesektor (i regel positivt för miljön) och en förbättrad välfärd. Arbetstillfällena skulle kunna flyttas till denna sektor, samtidigt som samhällets totala tillväxttakt skulle skruvas ned. På detta sätt skulle också småskaliga lösningar kontra stordriftsfördelar utvärderas.
- Alternativa mått till BNP – samt varför ett byte väcker ett sådant motstånd.

Samhällsekonomin är helt och hållet beroende av naturresurser som ger energi och material. Trots detta ses ekologin som något externt i förhållande till ekonomin och är därför ej heller inkluderad i det samhällsekonomiska kretsloppet. Samtidigt misslyckas den fria marknaden med att fånga upp viktiga värden. Vidare driver vår kreditbaserade ekonomi på tillväxten och fördelar frukterna på ett skevt sätt. Det faktum att banker och kreditinstitut ger ut lån, gör att avkastning i monetära termer avgör om ett investeringsprojekt ska ges kapital eller ej. Ur detta följer ett antal ämnen för vidare forskning:

- Utforma ett samhällsekonomiskt kretslopp som inkluderar ekologin.
- Utforma ett system för att prissätta naturresurser som vatten och luft på marknaden.
- Utforma ett nytt finansiellt system för att lämna det kreditbaserade samhället bakom oss och låta staten överta rätten att ge ut lån (för att öka hållbarhetsinvesteringar).

Företagande och entreprenörskap har stor betydelse för människor och samhällen. Bolag och branscher måste dock i våra ögon bli mer hållbara. Den genomförda studien har visat att för att detta ska ske, krävs tydliga ekonomiska incitament. Vidare tror vi att företag måste börja tänka nytt och utveckla nya slags affärsidéer och modeller. Att tillverka en bil, oavsett om den drivs på bensin, el eller vätgas, kräver stora mängder av material och energi. Hur mycket skillnad gör det egentligen då att utveckla nya typer av bränslen eller en effektivare motor, om affärsidén fortfarande går ut på att sälja bilar? En flaska buteljerat vatten ger exempelvis mer än tusen gånger så mycket koldioxidutsläpp som samma mängd kranvatten och håller i många fall lägre kvalitet. Vad spelar det då för roll att utveckla och använda bioplast, istället för plast



gjord på olja, om det fortfarande handlar om att sälja vatten på flaska? Mot bakgrund av detta ser vi ett antal olika ämnen för vidare forskning:

- Riktade skatter mot avfall och utsläpp, vilka kan kompenseras av sänkta skatter på till exempel arbetskraft (det vill säga *grön skatteväxling*).
- Att internalisera externa kostnader, och låta avfall och utsläpp bli ett hundra procentigt ansvar för företagen.
- Undersöka hur regleringar och bindande miljölagstiftning kan bli verklighet på global nivå.
- Hitta nya affärsmodeller, som exempelvis funktionsförsäljning. Detta kan ske genom att omvandla produkter till tjänster, förlänga företagets värdekedja och erbjuda bland annat reparationer och återvinning, och att leasa produkter istället för att sälja. Detta skulle troligtvis leda till ökad långsiktighet för företagen och minskad slit- och slängmentalitet.

7. Litteraturförteckning

Tryckta källor

- Austin, D., & Sauer, A. (2002). *Changing Oil: Emerging Environmental Risks and Shareholder Value in the Oil and Gas Industry*. World Resources Institute.
- Bakan, J. (2005). *The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power*. London: Constable & Robinson Ltd.
- Bardi, U. (2009). Peak Oil: The Four Stages of a New Idea. *Energy*, Vol. 34, Iss. 3, March, ss. 323-326.
- Bateman, I., Pearce, D., & Turner, R. K. (1993). *Environmental Economics: An Elementary Introduction*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Bell, J. (2006). *Introduktion till forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Borglund, T., De Geer, H., & Hallvarsson, M. (2009). *Värdeskapande CSR: Hur företag tar socialt ansvar*. Stockholm: Norstedts Akademiska Förlag.
- Carson, R. (1963). *Tyst vår*. Stockholm: Tidens Förlag. (Originalutgåva: *Silent Spring* (1962). Boston: Houghton Mifflin.)
- Chowla, P., Johnson, V., & Simms, A. (2010). *Growth isn't Possible: Why We Need a New Economic Direction*. London: New Economics Foundation.
- Christensen, L. (2001). *Marknadsundersökning: En handbok*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Cobb, C., Halstead, T., & Rowe, J. (1995). If the GDP is Up, Why is America Down? *The Atlantic Monthly*, Iss. 10, October, ss. 59-78.
- Costanza, R., et al. (1997). The Value of the World's Ecosystem Services and Natural Capital. *Nature*, ss. 253-260.
- Costanza, R., et al. (2009). Beyond GDP: The Need for New Measures of Progress. *Pardee Paper*, No. 4. Boston: Pardee Center for the Study of the Longer-Range Future.
- Deffeyes, K. S. (2010). *When Oil Peaked*. New York: Hill and Wang.
- Dicken, P. (2007). *Global Shift : Mapping the Changing Contours of the World Economy*. London: Sage Publications Ltd.
- Eklund, K. (2010). *Vår ekonomi: En introduktion till samhällsekonomin*. Stockholm: Norstedts Förlag AB.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. *Environmental Quality Management*, ss. 37-51.

- Forsberg, B. (2007). *Tillväxtens sista dagar - Miljökamp om världsbilder*. Stockholm: Cogito Bokförlag.
- Fregert, K., & Jonung, L. (2005). *Makroekonomi: teori, politik och institutioner*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. New York: *The New York Times Magazine*, September 13.
- Grankvist, P. (2009). *CSR i praktiken: Hur företaget kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar*. Malmö: Liber AB.
- Greco, T. H. (2001). *Money - Understanding and Creating Alternatives to Legal Tender*. Chelsea Green Publishing Company.
- Hassel, L. G., Larsson, L.-O., & Nore, E. (2011). *Hållbar utveckling - från risk till värde*. Lund: Studentlitteratur AB; PwC.
- Hodgson Brown, E. (2008). *Bankerna & Skuldnätet*. Göteborg: Anarchos Förlag.
- Holme, I. M., & Solvang, B. K. (1997). *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Hubbert, K. M. (1956). *Nuclear Energy and the Fossil Fuels: Spring Meeting of the Southern District*. Texas: American Petroleum Institute, Shell Development Company.
- Hölscher, J., Marelli, E., & Signorelli, M. (2010). China and India in the Global Economy. *Economic Systems*, Vol. 34, Iss. 3, ss. 212-217.
- IEA. (2010). *World Energy Outlook*. Paris: International Energy Agency.
- Ingves, S. (2009). *Finansiell stabilitet - vart är vi på väg?* Stockholm: Sveriges Riksbank.
- IPCC. (2007). *Climate Change 2007: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jackson, T. (2011). *Välfärd utan tillväxt: Så skapar vi ett hållbart samhälle*. Stockholm: Ordfront Förlag AB.
- Johansson, S.-E., & Runsten, M. (2005). *Företagets lönsamhet, finansiering och tillväxt: mål, samband och mätmetod*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Kanji, G. (2010). Corporate Social Responsibility in a Global Economy. *Total Quality Management*, ss. 119-143.
- Laverty, K. J. (1996). "Short-termism": The Debate, the Unresolved Issues, and the Implications for Management Practice and Research. *Academy of Management Review*, Vol. 21, No. 3, ss. 825-860.

- Laverty, K. J. (2004). Managerial myopia or systemic short-termism? *Management Decision*, Vol. 42, No. 8, ss. 949-962.
- Lekvall, P., & Wahlbin, C. (2001). *Information för marknadsföringsbeslut*. Göteborg: IHM Publishing.
- Malmaeus, M. (2011). *Ekonomi utan tillväxt: Ett svenskt perspektiv*. Stockholm: Cogito Bokförlag.
- Malthus, T. R. (1969). *Om befolkningsfrågan och debatten kring denna*. LTs Förlag: Stockholm. (Originalutgåva: *An Essay on the Principle of Population* (1778). London: J. Johnson.)
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens III, W. (1972). *Tillväxtens gränser*. Stockholm: Bonniers Förlag AB. (Originalutgåva: *The Limits to Growth* (1972). New York: Potomac Associates.)
- Patel, R., & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Porter, M. E., & Kramer, M. E. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*.
- Putt del Pino, S. et al. (2011). *Adapting for a Green Economy: Companies, Communities and Climate Change*. A Caring for Climate Report by the United Nations Global Compact, United Nations Environmental Program, Oxfam and World Resources Institute.
- Rancièr, R., Tornell, A., & Westermann, F. (2008). Systemic Crisis and Growth. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 123, Iss. 1, ss. 359-406.
- Rider, C. (1997). *En introduktion till ekonomisk historia: Kapitalismens bakgrund och utveckling i främst Västeuropa, USA och Japan*. Stockholm: Liber AB.
- Robertson, J. (2005). *The New Economics of Sustainable Development: A Briefing for Policy Makers*. European Commission.
- Rockström, J., & Wijkman, A. (2011). *Den stora förnekelsen*. Stockholm: Medströms Bokförlag AB.
- Schön, L. (2007). *En modern svensk ekonomisk historia: Tillväxt och omvandling under två sekel*. Stockholm: SNS Förlag.
- Self, P. (2000). *Rolling Back the Market: Economic Dogma & Political Choice*. London: Palgrave Macmillan Ltd.
- Stern, N. (2007). *The Economics of Climate Change: The Stern Review*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Sörlin, S. (1991). *Naturkontraktet: Om naturumgängets idéhistoria*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Steg 3. (den 11 november 2010). Vår tillväxt är oekonomisk. *Göteborgs-Posten*, Årgång 152, Nr 309.
- Stutz, F., & Warf, B. (2007). *The World Economy: Resources, Location, Trade and Development*. New Jersey: Pearson Education.
- Sundqvist, G. (2003). *Uthållig utveckling - mänsklighetens framtid*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Sveriges Riksbank. (2011). *Riksbankens utredning om risker på den svenska bostadsmarknaden*. Stockholm: Sveriges Riksbank.
- Szombatfalvy, L. (2010). *Vår tids största utmaningar*. Stockholm: Ekerlids Förlag.
- Tengroth, S. (2010). *Tillväxt till döds*. Göteborg: Stellan Tengroth.
- Thorpe, A. (2007). *Design för hållbar utveckling - ekologi, ekonomi, kultur*. Stockholm: Raster Förlag AB.
- United Nations Department of Economic and Social Affairs Population Division. (2011). *World Population Prospects: The 2010 Revision*. New York: United Nations.
- United Nations World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press: Oxford. (Svensk titel: *Vår gemensamma framtid*.)

Elektroniska källor

- Ekonomifakta. (uppdaterad den 19 april 2011). *BNP per capita*. Hämtat från Ekonomifakta: <http://www.ekonomifakta.se/sv/Fakta/Ekonomi/Tillvaxt/BNP-per-capita/> den 19 april 2011.
- Ekonomifakta. (uppdaterad den 19 april 2011). *Hushållens ekonomi*. Hämtat från Ekonomifakta: <http://www.ekonomifakta.se/sv/Fakta/Ekonomi/Hushallens-ekonomi/Hushallens-inkomster/> den 19 april 2011.
- Guggenheim, D. (Regissör). (2006). *En obekväm sanning* [Film]. (Originaltitel: *An Inconvenient Truth*.)
- Jackalin, M. (den 20 maj 2011). *Nobelpristagare presenterade lösningar för hållbar framtid*. Hämtat från Stockholms Univsersitet: <http://www.su.se/om-universitetet/press-media-nyheter/nyheter/nobelpristagare-presenterade-losningar-for-hallbar-framtid-1.17296> den 25 maj 2011.

Naturvetarna. (den 1 juni 2009). *BNP är inget mått på välfärd*. Hämtat från Naturvetarna: <http://www.naturvetarna.se/sv/vetenskap/Medlemsartiklar/BNP-ar-inget-matt-pa-valfard/> den 11 april 2011.

Solér, C. (den 24 april 2010). *Lyckan kommer, lyckan går*. Vetenskapsfestivalen 2010, Göteborg [Power Point-presentation].

Sveriges Radio. (den 10 maj 2011). *Tidningskrönikan: Om ökade klyftor i Sverige*. Hämtat från Sveriges Radio: <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=4496728> den 11 maj 2011.

TED. (oktober 2010). *Tim Jackson's Economic Reality Check*. Hämtat från TED: http://www.ted.com/talks/tim_jackson_s_economic_reality_check.html den 7 april 2011.

Muntliga källor

Datum	Respondent	Företag
2011-05-12	Bergfors, Richard	Max Hamburgerrestauranger AB
2011-05-19	Hedenstedt, Anders	Göteborg Energi AB och Svensk Energi
2011-05-05	Jakobsson, Ulf	Innoveco AB och MoveAbout AB
2011-05-13	Johansson, Leif	AB Volvo
2011-05-23	Johnstone, Tom	AB SKF
2011-05-11	Åkesson, Claes	Spendrups Bryggeri AB

8. Bilaga

I bilagan följer definitioner till de begrepp som ej förklarats i studien, de grafer och modeller som texten hänvisar till, samt de intervjufrågor som ligger till grund för resultatet.

8.1 Definitioner

20-20-20: EU ska uppnå 20 procent mindre utsläpp av växthusgaser, 20 procent förnybar energi och 20 procent mindre energikonsumtion fram till år 2020.

Bruttonationalprodukt (BNP): Konsumtion + Investeringar + Offentliga utgifter + (Export – Import).

Energy Return On Energy Invested (EROEI): Ett mått på producerad energi i relation till den energi som investerats för att erhålla den producerade energin. EROEI = 1 ger alltså tillbaka insatsen, medan EROEI = 10 ger tillbaka tio gånger insatsen.

Fractional Reserve Banking: Ett begrepp som illustrerar bankväsendets låga kapitaltäckningskrav, där reservkvoten endast utgör en bråkdel av inlåningen.

Framstegstanken: Föreställningen att människolivet i väsentliga avseenden kan förbättras under historiens lopp.

Hållbar utveckling: En utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov.

Laissez faire: Franskt slagord och uttryck som på svenska betyder ”låt gå” eller ”låt ske”.

Materialistisk världsbild: Hur materiella värden har kommit att omsluta och definiera människans tillvaro.

Produktivitet: Ökad produktivitet kan exempelvis uppnås genom ökad produktions- och försäljningsvolym med oförändrat antal anställda, eller genom oförändrad produktions- och försäljningsvolym med färre antal anställda.

Riskkapital: Den insats av finansiella medel som du själv eller någon utomstående placerar i ditt företag. Eget kapital är förknippat med högre risk än lånat kapital men har i gengäld högre avkastningskrav.

Räntabilitet: Ett kvotmått som beskriver vinst eller resultat i förhållande till kapital. Även synonymt med begreppet lönsamhet.

Stagflation: En sammanslagning av begreppen stagnation och inflation.

Triple Bottom Line: Ramverk som mäter ett företags prestationer utifrån tre aspekter; finansiellt, socialt och miljömässigt.

Vinst: Ett absolutmått som innebär intäkter minus kostnader. Synonymt med resultat.

8.2 Tillväxtens retorik

”Vi kan ta åt oss **en del av äran**’, säger finansminister Anders Borg och **gläds över tillväxtsiffrorna**. ’Det här är en stark återhämtning’, säger han, och konstaterar att Sverige har den allra högsta tillväxten i Europa och till och med ligger på en högre nivå än USA.”

Artikel publicerad i Svenska Dagbladet, 2011-05-28.

”Some in our country see China’s progress as a threat to the United States. Some in China **worry that America seeks to constrain China’s growth. We reject both those views**. We both have much more to gain from cooperation than from conflict. The fact is that a thriving America is good for China and a thriving China is good for America.”

Del ur Hillary Clintons inledningstal vid Strategic & Economic Dialogue, 2011-05-09.

”Tillväxt i företag är en nödvändighet för att långsiktigt kunna klara sig i en global konkurrens. På en slutet och totalt reglerad marknad kan man förstås tänka sig att tillväxt inte är nödvändig **men då kommer utvecklingen av företag och samhälle att stagnera**.”

Teknikföretagens VD Åke Svensson, 2011-03-03.

”Det är inte sant att det svenska exportfallet är exceptionellt stort. Däremot har svenska konsumenter hållit igen omotiverat mycket. Sänkta skatter vore en strukturellt riktig stimulans som skulle **hjälpa Sverige att konsumera sig ur krisen**”, skriver Jonas Frycklund och Fabian Wallén, Svenskt Näringsliv.

Debattartikel publicerad i Dagens Industri, 2009-09-07.

”Jag tror att ekonomisk tillväxt är möjlig att förena med en uthållig utveckling. En uthållig användning av naturresurser är ju en förutsättning för ekonomisk utveckling. Därför borde det **inte vara någon motsättning mellan ekonomisk tillväxt och åtgärder för att skydda miljön**.”

Kung Carl XVI Gustaf vid Unescokonferensen i Paris, 2007-10-16.

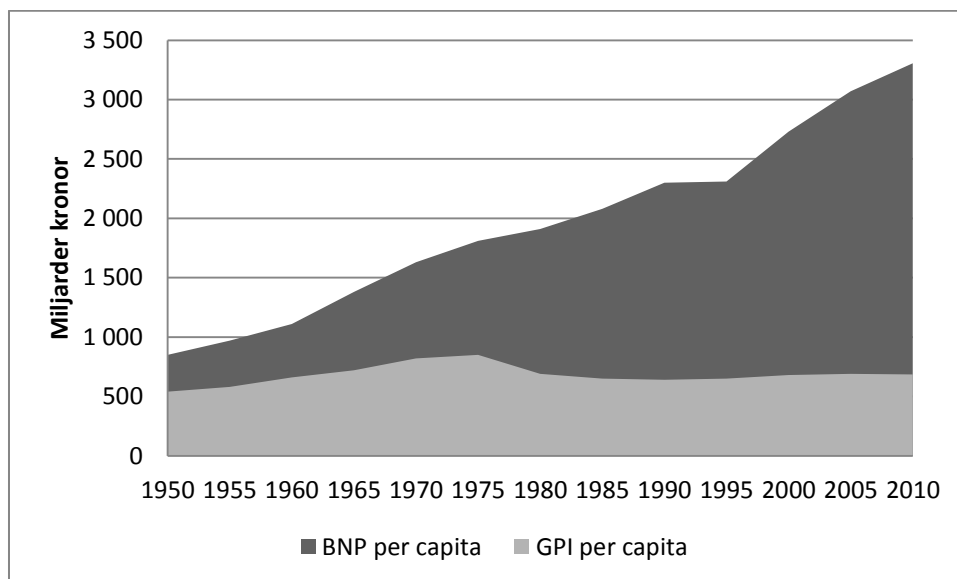
”Den finansiella krisen i Asien kommer inte att påverka vår budgeten’, sade finansminister Erik Åsbrink i en interpellationsdebatt i riksdagen, där han anslog en **optimistisk ton**: ’Jag räknar med **fortsatt goda tillväxtsiffror** nästa år.’”

Dåvarande finansminister Erik Åsbrink, 1998-02-13.

8.3 Grafer och modeller

Figur 8.3.1

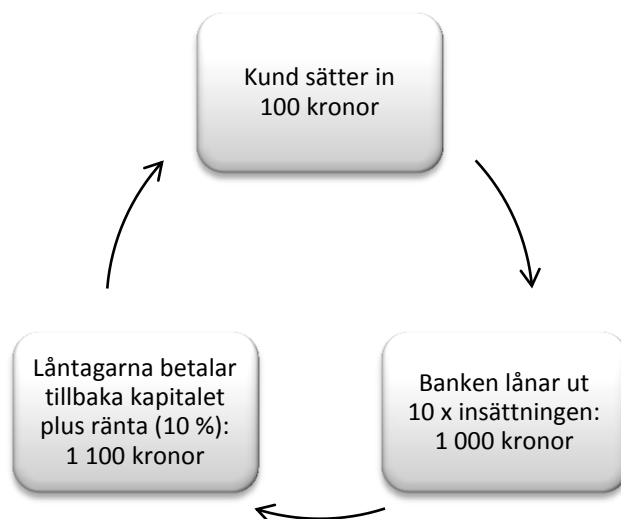
Jämförelse mellan BNP och GPI åren 1950-2010



Sveriges BNP per capita för perioden 1950-2010 (Ekonomifakta, 2011). GPI per capita representerar ett snitt för Nordamerika (Costanza et al., 2009; Talberth, 2007). Medan BNP per capita visar exakta värden för Sverige ska GPI per capita således ses som en riktlinje för västvärlden.

Figur 8.3.2

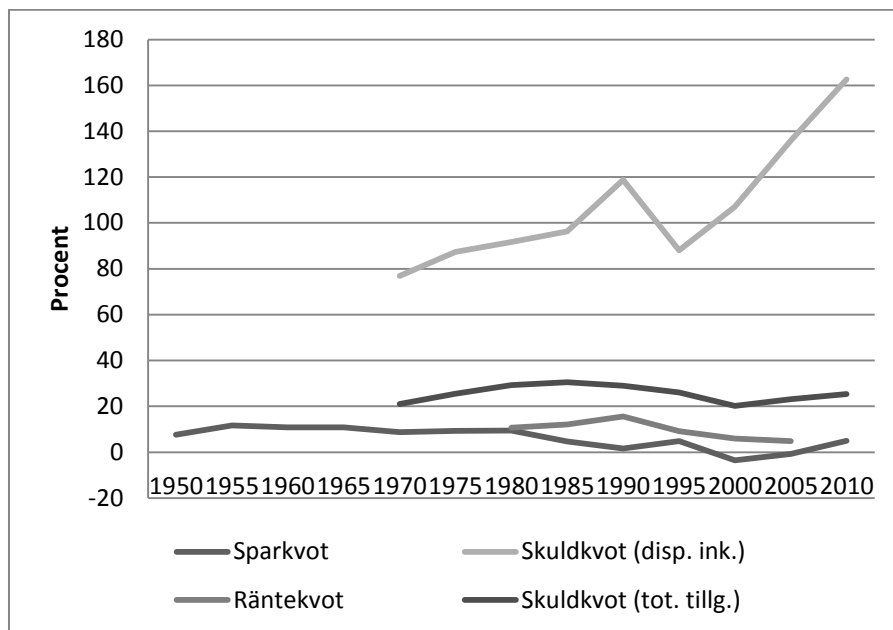
Förenklad lånesnurra



(Egen modell.)

Figur 8.3.3

Hushållens sparande och skuldsättning i procent av disponibel inkomst åren 1950-2010

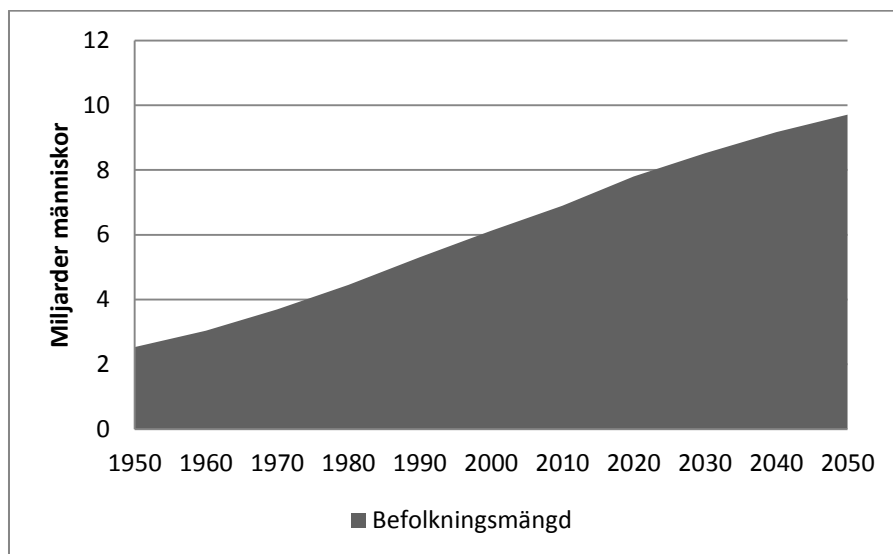


Hushållens sparkvot anger den andel av disponibel inkomst som går till sparande. Resten av den disponibla inkomsten går, grovt räknat, till konsumtion. Sparkvoten tenderar att följa den ekonomiska konjunkturen. Den långsiktiga trenden är dock lägre sparande och högre konsumtion (Ekonomifakta, 2011).

Hushållens skuldkvot anger den andel av disponibel inkomst som utgörs av skulder. Denna är för närvarande rekordhög. Skulderna har dock inte ökat nämnvärt mer än värdet på hushållens totala tillgångar. För hushållen kan räntekvoten, kostnaden för skulderna, vara viktigare än skuldkvoten (Ekonomifakta, 2011).

Figur 8.3.4

Världens befolkningmängd åren 1950-2050



Faktiska och prognostiserade värden (United Nations, 2011).

8.4 Intervjufrågor

- Vad anser du själv är din viktigaste roll/uppgift/gärning i egenskap av att vara ledare på ett företag, när det gäller hållbarhetsfrågor?

What do you consider to be your most important role/task/mission in the capacity of being the leader of a large company, when it comes to issues regarding sustainability?

- Många företag har olika tillväxtnål och har som långsiktig strategi att växa. Varför tror du att tillväxt är så viktigt för företag i dag? Vem är tillväxten till för? Ser du några problem med ständig tillväxt? Finns det några hinder?

Most companies have growth targets and a long-term strategy to grow. Why do you think growth is important for the companies of today? For whom does growth exist, who benefits from growth? Do you consider constant growth to be problematic? Are there any obstacles?

- Vilken roll anser du att ägandet spelar för ett företag, med avseende på t ex hållbarhet? Anser du att det finns ett behov av förändrade tidshorisonter inom företagsvärlden? Hur kan man konkret arbeta för att bygga in hållbarhetsdimensioner i företagets strategiska inriktning?

What difference does the ownership (e.g. family-owned, utilities, public limited company) make for a company, with regard to e.g. sustainability? Do you think that there is a need for changed time horizon within the business world? Concretely, how can one strive to integrate sustainability dimensions into the strategic direction of a company?

- Vi lever på en planet med ändliga resurser, vilket kan medföra knapphet på energi och råvaror. Vissa menar att vi redan har passerat peak oil, andra att vi kommer att göra det inom en snar framtid. Dessutom har vi en ökande befolkning; prognoser pekar på 9,7 miljarder människor år 2050. Samtidigt behöver företag resurser för att driva sin verksamhet. Hur kan företag planera inför eventuell resursknapphet?

We live on a planet with finite resources, which may entail scarcity of energy and raw materials. Some mean that we have already passed peak oil; others mean that peak oil will occur within the near future. In addition, we have a growing population; forecasts suggest 9.7 billion people in 2050. At the same time, companies require resources in their operations/business activities. In what way could companies plan for a possible scarcity of resources?



- Det verkar som att det finns en hög tilltro till att marknadsekonomin och den tekniska utvecklingen kommer att lösa flera problem relaterade till hållbarhet, t ex när det gäller fossila bränslen. Är detta tillräckligt? Vad tror du?

There seems to be a high credence in the ability of the market economy and the technological development to solve several problems related to sustainability, e.g. when it comes to fossil fuels. Will this be enough? What are your thoughts?

- Om man lyfter blicken och ser tillväxt ur ett samhällsperspektiv så verkar det som att tillväxt är väldigt viktigt för nationen. Vissa anser att vårt ekonomiska system, med allt högre belånade företag och hushåll, är beroende av tillväxt. Anser du att det finns en koppling mellan en kreditbaserad ekonomi och hållbarhet? Ser du att tillväxten har några gränser?

If one were to view growth from a more societal perspective, it seems as if growth is something very important for the nation. Some argues that our economic system (with heavily mortgaged companies and households) is dependent on growth, and also encourages growth. Do you consider there to be a link between a debt-based economy and sustainability? Do you believe there are any limits to growth?

- Hur ser du på företagens roll i samhället i framtiden – har de något ansvar utöver att tjäna pengar till sina ägare? Om ja, tror du att företag kommer att ta ett tillräckligt stort ansvar eller tror du att regleringar kommer vara nödvändiga? Vems ansvar är det att skapa en hållbar framtid?

How do you perceive the role of companies – do you consider them to have a responsibility beyond earning money to their owners? If yes, do you believe that companies will take an adequate responsibility or do you think that regulations are necessary? Whose responsibility is it to create a sustainable future?

- Avslutningsvis, hur ser du på framtiden – ljus eller mörk, optimist eller pessimist? Kommer det att gå bra för oss och vår planet eller kommer vi köra jorden rätt in i kaklet?

Finally, how do you perceive the future – bright or dark? Are you an optimist or a pessimist? Do you think that the humanity will do well or do you think that we will “destroy” our planet?