

Svenska företagsledare: kom ut ur garderoben!

2007-06-19 | Publicerad kl. 15:10

Amerikanen Mark Thompson är i Sverige för att intervjua svenska företagsledare och politiker. Omdömet; vi har massor att erbjuda men syns för lite.

– Sverige är nästan som ett slags Edens lustgård, säger han med ett skratt.

Mark Thompson är en man med många bollar i luften; framgångsrik företagsrådgivare, investerare rankad i Forbes Magazine, föreläsare på Stanford University och medförfattare till boken "Success Built to Last".

Han menar att vi i Sverige har oerhört välskötta företag men påpekar att företagsledarna är försiktiga på sätt som man inte ser på andra håll.

– **Svenskarna sticker ut** i sitt sätt att vara. De är ödmjuka och ytterst öppna, men syns ändå inte på världsmarknaden, säger Thompson. Som investerare konstaterar han att han missat ett antal fantastiska investeringsmöjligheter på den svenska aktiemarknaden.

– Titta bara på Sandvik, vilken fantastisk kursutveckling.

Efter att ha djupintervjuat över 300 ledare världen över, bland andra Dalai Lama, Richard Branson och Michael Dell, ser han vissa egenskaper som återkommer hos framgångsrika ledare. Han menar att det som skiljer långsiktig framgång från kortsiktig ligger mycket i hur man förhåller sig till nederlag. Och där är svenskarna duktiga.

– Det är ovanligt att jag kommer till företag som är så villiga att prata om vad de gjort fel. Där andra förnekar felaktiga beslut är svenskarna väldigt öppna med sina svagheter.

Han menar att svenska företag håller en hög standard och är duktiga på hållbar utveckling och Corporate Social Responsibility, CSR, det vill säga sociala och miljörelaterade frågor. Vi är välutbildade, har en djupt rotad tradition av företagande och en jämförelsevis hög levnadsstandard.

Men det finns ormar också i paradiset. Risken är att vi faller på eget grepp, för mycket ödmjukhet är inte heller bra. Han framhåller Ingvar Kamprad som ett gott exempel.

– Han syns, han pratar om sitt företag, han är stolt, passionerad och en riktig entreprenör.

Det handlar enligt Mark Thompson inte i första hand om att vi är dåliga på att sälja in oss. En stor del av vår trovärdighet beror på att vi är så öppna med våra svagheter. Däremot måste vi vara mer tydliga med att vi duger.

– Gör mer reklam för er unika kultur, erfarenhet och pålitlighet. Det är dags för svenskarna att kliva ut ur garderoben, ni är omöjliga att stoppa!

Bland de ledare som Mark Thompson har träffat under sitt Sverigebesök syns Nordeas vd Christian Clausen, Atlas Copcos vd Gunnar Brock, före utrikesministern Jan Eliasson och statsminister Fredrik Reinfeldt.

Malin Benson
E24
malin.benson@e24.se

Mark Thompson

