

JANERIK LARSSON om

entreprenörskap

Isitt tal till den socialdemokratiska partikongressens debatt om parti-programmet ägnar Göran Persson ett avsnitt åt den privata företagsamheten. Avsnittet är anmärkningsvärt förvirrat, men det är kanske symtomatiskt för en socialdemokrati och en partiledare som inte förstår sig på företagande och företagare.

Persson för ett närmast absurt resonemang om att man vågar vara företagare för att man är trygg. "Trygga människor blir skapande individer. Det är först när vi känner trygghet som vi vågar göra det där lilla extra som gör skillnad", påstod han.

Inget kunde vara mera felaktigt.

Kanske är entreprenörskap något djupt osvenskt. Fjärran från trygghet, ordning och reda. Företagande är konkurrens, passion, brutalitet, snålhet...

FÖRETAGANDE ÄR aldrig riktigt politiskt korrekt. Det är bara i riktigt stora företagsbyråkratier som man kan odla föreställningen om det politiskt korrekta företaget.

Journalisten Bo Petterssons bok om Erling och Stefan Persson, "HandelsMännen" (Ekerlids förlag), snuddar vid dessa drag. Beskrivningen av HMs företagskultur är spännande läsning. Boken är ett ypperligt reportage. En cover story från en bra affärstidning som expanderats en bit över 300 sidor. Den är fylld av intressanta resonemang – till exempel om fördelar och nackdelar med att HM är börsnoterat. Här finns en god skildring både av HM-ägarnas reaktion på löntagarfondsdebatten och på den sentida, sällsamma lösning som innebär att Stefan Persson beskattas förmånligare än en fåmansföretagare.

Är det något man kan anmärka på så är det just detta att passionen, den hårda drivkraften, betydelsen av snålhet/styrning/kreativitet i kombination, inte lyfts fram tillräckligt. De båda HandelsMännen blir en smula för folkhemska...

En annan duktig ekonomijournalist är Gunnar Lindstedt. Hans första bok, om Trustor, blev en stor framgång. Hans bok "boo.com och IT-bubblan som sprack" (Bokförlaget DN) har precis samma förutsättningar. Lindstedt skriver väl och har gjort tillräcklig research för att skildringen av boo.com-projektets uppgång och fall ska bli spännande läsning. Det är en skildring av ett fenomen från IT-bubblans tid. Men Lindstedt är på tok för moraliserande i sin framställning. Det är för många, helt onödiga pekpinna som

det viftas med. Genom att Lindstedt förvandlar boo.com till en moralitet blir berättelsen inte vad den egentligen är, nämligen en skildring av ett ytterligt vanskött affärsprojekt. Det måste alltid förekomma många sådana för att några ska lyckas. Det finns inget konstigt, anmärkningsvärt eller omoraliskt i att vare sig lyckas eller misslyckas. I entreprenörskapets förmåga att ständigt omskapa världen ligger just detta dubbla: den kreativa förstörelse som frambringar det nya, spännande – som HM – men som också spolar iväg det vanskötta, slösaktiga boo.com.

ULF DAHLSTEN är varken skribent eller företagare. I hans "Nirvana kan vänta" (Forum) skryter han med detta att han inte fått hjälp med att skriva eller kolla fakta varför namn är felstavade och hans minnen kan vara felaktiga. Ulf Dahlstens minne har en sällsam förmåga att i efterhand lägga saker till rätta så att Ulf Dahlsten framstår i ett förklarar skimmer. Om detta kan man ironisera – Finanstidningens chefredaktör Johan Hakelius skrev en recension av boken som var ett rent mord på egotripparen. Men Dahlsten har intressanta berättelser att förtälja. Hans tid som chef för Posten är alldeles uppenbart en sådan berättelse. Men för att den ska bli spännande och trovärdig behöver den kompletteras med andras utsagor. Hade Dahlsten låtit sig intervjuas – som Erling och Stefan Persson motvilligt gjort – kunde resultatet blivit mycket intressantare.

Dahlstens berättelse om sin långa karriär som politisk tjänsteman är ett intressant vittnesbörd om entreprenörskapets möjligheter och begränsningar i politiskt kontrollerade miljöer.

Hade Dahlsten lyssnat på goda råd hade hans karriär kunnat beskrivas på ett mera övertygande och intressant sätt. Men boken tål absolut att läsas. Precis som Petterssons och Lindstedts böcker förtjänar den att läsas med kritiska och eftertänksamma ögon.

Janerik Larsson (janerik.larsson@kreab.com) är konsult på Kreab.

