



SOCIAL CAPITALIST AWARD

PÅ JAKT EFTER DET NYA KAPITALISTISKA MANIFESTET

Hur ser hållbart ägande och företagande ut i finanskrisen spår?
Debatten fortsätter på årets tyngsta CSR-seminarium.
Den 19 augusti i Stockholm.

Medverkande bland andra:

<i>Klas Eklund</i>	<i>Jan Edling</i>
<i>Jane Walerud</i>	<i>Sasja Beslik</i>
<i>Peje Emilsson</i>	<i>Ashkan Pouya</i>
<i>Joacim Lindgren</i>	<i>Ebba Lindsö</i>

Vem vinner Social Capitalist Award?

Möt de nominerade och följ prisutdelningen senare på kvällen.

Plats: Historiska museet, Narvavägen 13-17, Stockholm.
Seminariet börjar klockan 14 med efterföljande prisutdelning,
mat och dryck i museets vackra trädgård. Vi fortsätter natten
lång på Veckans Affärers stora sommarfest.

intrum  justitia

Sparbankerna

VECKANS.
AFFÄRER

Anmäl dig på va.se/events

DE ÄR ÅRETS



SOCIALA KAPITALISTER



En entreprenör som älskar entreprenörer, en mattelärare, ett folkrörelsebolag som återfunnit sina rötter i det allra mest moderna och en minister som blivit aktivist.

Möt de nominerade till årets upplaga av
Social Capitalist Award.

NÄR VI FÖR TRE ÅR SEDAN startade Social Capitalist Award för att lyfta fram innovativa personer och företag med ett samhällsperspektiv i sin affärsverksamhet, social ansvarstagande kapitalism om du så vill, var det inte alla som förstod vad vi pratade om.

En dånande finanskris senare är hållbarhet, ansvarstagande, samhällsengagemang och långsiktighet plötsligt orden på allas läppar. På de närmaste sidorna möter du

10 personer och företag som på mycket olika sätt ligger i framkant av den diskussionen.

Läs och lär av vad de skapat – finanskrisen visar med all önskvärd tydlighet att det lönar sig.

VA Research har tillsammans med en jury plockat fram de tio nominerade i tre

klasser – storföretag, entreprenör och personlig insats. Vinnaren presenteras på en gala i Stockholm den 19 augusti.



*God läsning
Pontus Schultz,
chefredaktör
Veckans Affärer*



PERSONLIG INSATS

Peje Emilsson

KREAB

Sveriges superlobbyist lobbade framgångsrikt för skolpengen. Nu ska han fixa en äldre-vårdspeng.

Gör det igen

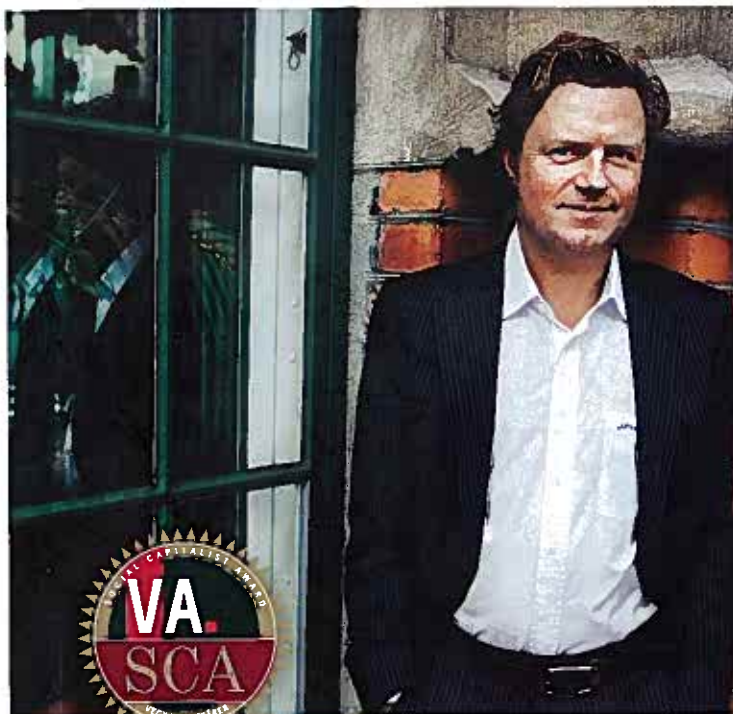
LOBBYISTEN OCH krishanteraren Peje Emilsson är synonym med *Kreab*, den framgångsrika pr-firma som han startade med två kompanjoner för snart 40 år sedan. Parallellt med den driver han friskola. Peje Emilsson var en av dem som gick i bräschen för skolpengen och när den infördes startade han *Kunskapskolorna*, som i dag driver 22 grundskolor och 10 gymnasier.



FELIPE MORALES/SCANPIX

Nu lobbar han för att också den svenska äldre-vården ska reformeras, och vill att politikerna inför en "äldre-vårdspeng". Gamla människor ska själva få bestämma hur de vill tillbringa sina sista år. Själv planerar för en äldre-vårdskedja, som fått projektnamnet *Silver Life*.

- ÅSA EKELUND



ANNA SIMONSSON/SCANPIX

ENTREPRENÖR

Johan Staël von Holstein

IQUBE

Många pratar om entreprenörskap, men få gör något. Johan Staël von Holstein driver samhällsentreprenörprojektet Icube som hjälpt över 100 bolag och som sprider sig i Sverige med hjälp av pengar från Sjätte AP-fonden och Investor.

Bland annat har han kallat den svenska småföretagarpolitiken för en nationalekonomisk katastrof och upprepade gånger pekat på att Sverige satsar gigantiska pengar på forskning och utveckling utan att det resulterar i nya företag.

Hans senaste delprojekt är en satsning på kvinnligt nyföretagande, en uppföljning på ett likartat projekt i fjol som lockade 500 kvinnor att försöka sig på eget företagande.

- TORBJÖRN CARLBOM

Brinner för entreprenörer

ÅR 2004 BÖRjade han prata om ett entreprenörshus som skulle föda nya spännande bolag, år 2005 öppnade han *Icube* i *OM:s* gamla lokaler på Norrlandsgatan i Stockholm. Sedan dess har hundratalet bolag passerat genom Johan Staël von Holsteins företagsinkubator, numera med bas i Kista utanför Stockholm. Totalt har de tillförts runt 250 miljoner kronor i kapital.

Icubes affärsidé är att hjälpa nya företag att expandera med hjälp av kunskap och kapital, vid sidan av att bolagen också kan få en plats i Icubes lokaler.

Drivande kraft har hela tiden varit Johan Staël von Holstein själv, som många gånger har fått arbeta i hård motvind.

Det har inte hindrat honom.

Han har till exempel lyckats ta in nödvändigt kapital från *Sjätte AP-fonden* och *Investor*, lockat till sig erfarna personer till styrelsen och systematiskt argumenterat för entreprenörskapet som en nödvändig ingrediens i framtidens svenska samhälle.

Och han - som en gång i tiden skapade rubriker som internetföretaget *Icon Medialabs* frontman - fortsätter att väcka svenskarnas känslor.



PERSONLIG INSATS

Gunilla von Platen

XZAKT KUNDRELATION

Framgångsrik entreprenör som investerar delar av vinsten i ett välgörenhetsprojekt och som med stort engagemang hjälper andra företagare.

En drake med stort hjärta

NÄR GUNILLA VON PLATEN drog igång sitt kundserviceföretag år 2000 valde hon att lägga verksamheten i Skellefteå. Ett skäl var den trevliga norrländska dialekten. Så har det fortsatt, med annorlunda grepp och nya tankar har hon byggt upp *Xzakt Kundrelation* till ett framgångsrikt tillväxtbolag, med 300 kunder och verksamhet i tre svenska städer.

Gunilla von Platen är syrianska men född i Turkiet i en familj med åtta syskon. Den här annor-

lunda bakgrunden, i kombination med framgångar som egenföretagare har gjort henne attraktiv som talare och även till ett välkänt ansikte för en ny typ av entreprenörer.

Det är ett arv som hon har förvaltat väl, inte minst verkar hon för att få fler kvinnliga företagare i Sverige. Ett verkligt publikt sidouppdrag är hennes medverkan i tv-serien "Draknästet". Där är hon en av fem affärsänglar



PETER JONSSON

lunda bakgrunden, i kombination med framgångar som egenföretagare har gjort henne attraktiv som talare och även till ett välkänt ansikte för en ny typ av entreprenörer.

I fjol gick hennes företag in och sponsrade *Hand in Hand*, en förening som syftar till att hjälpa kvinnor i Indien att utvecklas till egna företagare.

Totalt har föreningen, som uppmärksammats tack vare sin ordförande Percy Barnevik, engagerat över 320 000 kvinnor. Just *Xzakt* sponsrar en hel by med 2 000 invånare.

- PONTUS HERIN

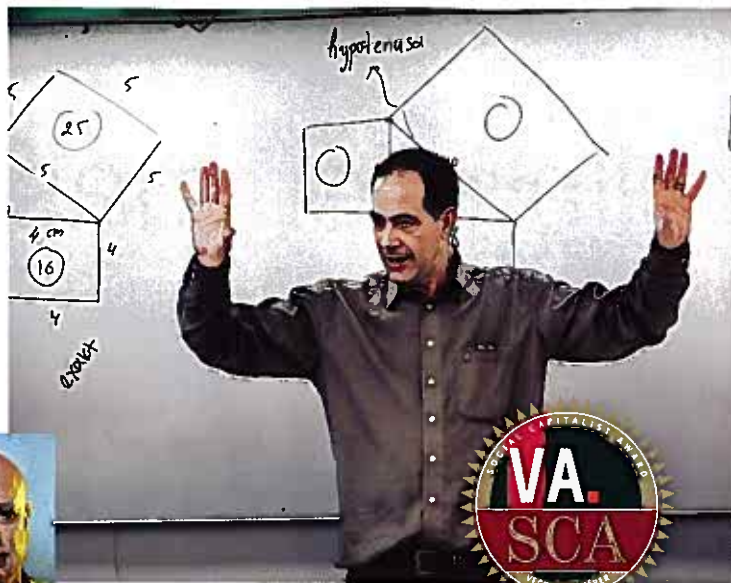
Gör drömmar till verklighet

DOKUMENTÄRSERIEN OM eleverna i klass 9A visades under våren 2008 i *SuVT*. Den handlade om en niondeklass i Johanneskolan i Malmö, en av Sveriges sämst presterande skolor, som hösten innan fick sina ordinarie lärare utbytta mot några av landets främsta pedagoger. Målet var extremt högt ställt. I slutet av terminen skulle klassen vara en av landets tre bästa.

Dokumentärserien "Klass 9A" är en nutidshistoria, berättad ur elevernas perspektiv. Den handlar om drömmar som väcks till liv och en insikt om att det mesta i livet faktiskt är möjligt, bara man får rätt förutsättningar.

"Jag visste att dessa invandrarbarn hade kapacitet men de hade inte blivit sedda. Vi behöver mångfalden för att kunna ta oss igenom krisen", säger Stavros Louca som tycker att det är jätteroligt att programmet uppmärksammas igen.

För tre år sedan utsågs han till Sveriges bästa mattelärare av *Kungliga Vetenskapsakademien*. Till vardags är han lärare på Rinkebyskolan utanför Stockholm och har bland annat lotsat



CHRISTINE OLOFSSON/SCANPIX

sina elever till seger i den internationella matetävlingen "Kängurun" fyra år i rad.

Det var just dessa framgångar som fick producenten Tomas Axelsson att reagera när han läste om Stavros Loucas hjälteinsats vid en tunnelbanebrand i Rinkeby. Strix vd Robert Aschberg nappade på idén.

"Jag och Tomas jobbade med idén i två år innan produktionen startade", säger Stavros Louca.

Sedan ett år tillbaka är han ordförande i *Rinkebyakademien*, ett samarbete mellan skola och näringsliv. Under det gångna året har han hittat mentorer i näringslivet åt 100 elever i åttan

PERSONLIG INSATS

Robert Aschberg & Stavros Louca

STRIX

Med "Klass 9A" binder Strix ihop bra affärer med god underhållning och samhällsviktig verksamhet. Tv-programmet är ett skolexempel på samhällsentreprenörskap.

och nian. De träffar företagen minst två gånger under en termin och är på besök under en veckas tid för att lära känna verksamheten och "knäcka koden".

- JILL BEDEROFF

Maktfaktorn

SJÄLVKLART SKA de statliga företagen ligga i framkant, sa Maud Olofsson när regeringen hösten 2007 som första land i världen beslutade att alla statligt ägda bolag ska hållbarhetsredovisa, och göra det enligt *GRI, Global Reporting Initiatives*, regler.

För tre månader sedan fick valberedningsordförandena på samtliga börsbolag sprätta upp ett brev från Maud Olofsson och regeringskollegan Nyamko Sabuni.

De vill ha en redovisning över vad valberedningarna gjort för att få en jämnare könsfördelning i styrelserummen.

- ASA EKELUND



DAVID MAGRUSOV/SCANPIX



PERSONLIG INSATS

Maud Olofsson NÄRINGSMINISTER

Ägare som inte bara kräver hållbarhetsredovisningar från sina statliga bolag utan nu också jämställdhetsredovisningar.

"DET HÄR ÄR EN NY FRÅGA FÖR SVENSKA FÖRETAG. VI ÄR ABSOLUT INTE BÄST"

HALLÄ DÄR Sara Gustavsson, ny i juryn för Social Capitalist Award. Vilka krav på samhällsansvar kan man ställa på företag?



BRUNO ENNIS

"Det är en relativt ny fråga för svenska företag. Det viktiga är att fundera i dessa banor och få in mål i den långsiktiga planeringen. Kunder och anställda kommer att förvänta sig och ställa krav på att företag ska ta större ansvar i samhället, det kommer driva utvecklingen och utgöra en marknadsfördel för de som har ett seriöst CSR-arbete."

Uppfyller svenska företag det i dag?

"Många företag har ett pågående CSR-arbete men vi i Sverige är absolut inte bäst

eller längst fram. Ansvaret för samhällsfunktioner och hållbarhet har länge varit en politisk fråga här."

Du jobbar med CSR, blir man yrkesskadad som konsument då?

"Absolut! Företags sociala, etiska och miljömässiga ansvarstagande ligger alltid i vågskålen när jag väljer mellan två produkter. Konsumentförsäljning går i bränschen för den samhällsutveckling vi nu ser. CRS är den nya differentiatoren och attraktionskraften, men det innebär inte att andra, mer traditionella värden, förlorar sin kraft."

Intrum Justitia är ny partner i Social Capitalist Award. Varför?

"Skuldsättningen i samhället ökar, framför allt har gruppen unga som har skulder

HÄR ÄR JURYN SOM KORAR VINNAREN

- Sara Gustavsson**, CSR-chef Intrum Justitia
- Joacim Lindgren**, vd Sörmlands Sparbank
- Lasse Gustavsson**, generalsekreterare Världsnaturfonden, vinnare SCA 2008
- Monica Lindstedt**, grundare Hemfrid, vinnare SCA 2008
- Erika Augustinsson**, frilansskribent och författare till "Tjäna pengar och rädda världen"
- Pontus Schultz**, chefredaktör Veckans Affärer

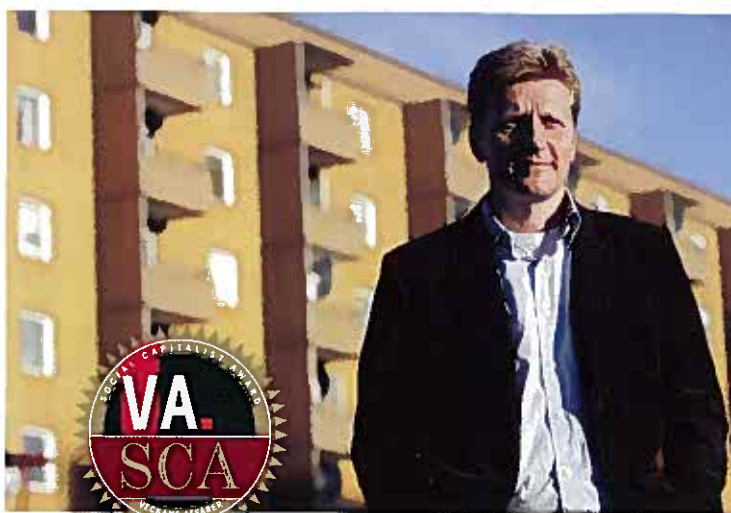
hos kronofogden ökat markant. Vi startade därför förra året ett projekt som stöder och informerar ungdomar i privatekonomiska frågor för att de ska undvika att hamna i ekonomisk obalans. Att ta ansvar för den långsiktiga ekonomiska utvecklingen är en självklarhet för oss. Vårt initiativ omfattar både interaktiv webb och arbete i skolor." ■

Vadå problemområde?

ME D ÖVER 800 anställda och drygt 5,5 miljarder kronor i omsättning är kommunala *Telgegruppen* dominerande i Södertälje vid sidan av de privata jättarna *Astrazeneca* och *Scania*. I sfären finns bland annat dotterbolagen *Södertälje Hamn*, *Telge Bostäder* och elbolaget *Telge Energi*.

Det sistnämnda bolaget profilerar sig som ett miljövänligt alternativ med el producerad från vind- och vattenkraft. Genom att endast sälja el från förnyelsebara energikällor pressar vd Johan Öhnell branschens drakar med statliga *Vattenfall* i spetsen att agera mer miljövänligt. Som gästskribent på VA.se slog han fast behovet av mer vindkraft i Sverige samt sin övertygelse om att Telges miljöengagemang bidragit till att koncernen fortsatt att öka antalet företagskunder även i lågkonjunkturen.

Det kommunala bostadsbolaget *Telge Bostäder* är kommu-



FREDRIK SANDBERG/SCANPIX

STORFÖRETAG

Telgegruppen SÖDERTÄLJE

Vägrar att se bostadsbolaget Telge Hovsjö som ett problem. Med hyresgäster i styrelsen påminner bolaget numera mer om Silicon Valley än Södertälje.

nens största fastighetsbolag med 10 300 lägenheter och radhus. I bolagets uppdrag ingår att mot-

verka segregation samt att årligen nyproducera 200 lägenheter i kommunen.

År 2004 avknoppades problembostadsområdet Hovsjö till ett eget bolag under ledning av vd Patrik Derk (bilden). Syftet var att fokusera helhjärtat på att förbättra levnadsförhållandena i Hovsjö och att rekrytera rätt personer till ledning och styrelse. Bland annat har man tagit in hyresgäster i styrelsen.

– DAVID ZAUDY

Får oss att arbeta ideellt

DE N IDEELLA SEKTORN lever på frivilligt arbete. Särskilt svårt att hitta volontärer har det varit för de mindre organisationerna. Amelie Silfverstolpe har på ett effektivt sätt åtgärdat problemet genom att starta en webbplats som förmedlar kontakter mellan frivilligorganisationer som behöver volontärer och människor som vill arbeta ideellt. Hittills har *Volontärbyrån* fått nästan 19 000 svenskar att engagera sig i drygt 900 organisationer över hela

Sverige. Den yngsta är 13 år, den äldsta 79. Nu är siktet inställt på företag, som låter sina anställda avsätta en del arbetstid till



ENTREPRENÖR

Amelie Silfverstolpe VOLONTÄRBYRÅN

Sedan starten 2002 har hon hjälpt 9 000 svenskar att engagera sig i ideellt arbete och utmanar både den ideella sektorn och företagsvärlden att tänka nytt.

volontärarbete. I februari ordnade Amelie Silfverstolpe så att *Coca-Cola Sverige* stängde sin verksamhet under en dag och lät över 700 anställda hjälpa *Myrona* med att måla om lokaler, samla in saker och att coacha säljarna. Den ideella sektorn fungerar

bättre med näringslivets insatser och råd.

"Företagen ser att det är bra för deras varumärke, rekrytering och förmåga att behålla talanger. De får en starkare position i lokalsamhället. Samtidigt ser vi till att CSR-arbetet kommer ner på gräsrotsnivå bland de anställda", säger hon.

Volontärbyrån är också en ideell organisation. Byrån förmedlade volontärtimmar till ett värde av 265 miljoner kronor under 2002 till 2008. Verksamheten kostar i år cirka 4 miljoner kronor att driva, vilket finansieras av regeringen, företagssamarbeten och kommunstöd.

Amelie Silfverstolpe hoppas att fler stiftelser och entreprenörer ska tycka att det är spännande att investera i verksamheter där avkastningen mäts i förbättring av världen, snarare än i pengar.

– CECILIA ARONSSON

Konkretare kan det inte bli

FÖR ÅTTA ÅR SEDAN fick Ingrid Schullström titeln chef för miljö och socialt ansvar och samtidigt plats i företagets koncernledning. *Hennes & Mauritz* arbetar med CSR på en rad områden och genom hela processen, från bomullsodling till färgning och fabriker där plaggen sys. I varje land där de har produktion finns ett produktionskontor med heltidsanställda inspektörer som gör oannonserade besök hos leverantörerna för att kontrollera att kraven de ställer efterlevs. I det innefattas exempelvis vilka kemikalier som används, hur mycket övertid bland den lokala personalen som tillåts och hur avfall tas om hand.

Detta redovisas utförligt på bolagets hemsida och årligen publicerar H&M sin "sustainability report". En diger läsning för den som vill fördjupa sig i detaljerna kring granskningen av deras omkring 800 leverantörer. 2008



PETER JOHNSON

STORFÖRETAG

Ingrid Schullström H&M

För ett konsekvent och långsiktigt hållbarhetsarbete med bärning i hela kedjan – från färgningen av bomullen till transportererna ut i butikerna.



MICHEL ELIACH

► års upplaga var på totalt 129 sidor.

Men arbetet med CSR begränsas inte enbart till leverantörerna. Varutransporter leder av förklarliga skäl till stora utsläpp av koldioxid, 55 procent av företagets totala utsläpp. För att minska detta satsar de alltmer på transporter längs järnväg och vatten och minska på lastbilstransporterna. Genom detta sparar de inte bara på miljön utan även kostnader. Under 2008 ökade andelen transporter på järnväg till Turkiet till Tyskland, Holland och Österrike från 5 procent till 50. Utsläpp relaterade till flygtransporter minskade med 5 procent under året.

Genom Ingrid Schullströms position i ledningsgruppen får H&M naturligt in aspekten kring socialt ansvarstagande tidigt. Att det arbetet ofta går hand i hand med företagets allmänna affärsmässiga intresse ökar ytterligare incitamenten för ansvarsfullt företagande.

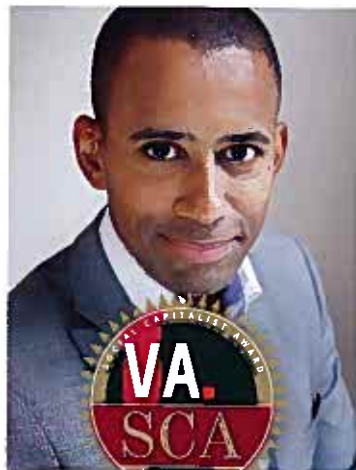
– GUSTAV J:SON HALTH

Mästare i välgörenhet

HAN KALLAR DET marknadsdriven välgörenhet, svenska postkodlotteriets vd som känns igen från reklaminslag där han uppmanar oss tv-tittare att köpa en lott för att pröva lyckan och bli miljonärer. WWF:s miljöprojekt i Östersjön, skolor i Elfenbenskusten, barnhem i Ghana och regnskogar på Borneo är några ändamål som Postkodlotteriets överskott går till. Totalt delar det Hollandsägda bolaget ut sitt överskott till 33 organisationer.

”Min främsta drivkraft är tillväxt. Jag gillar att utveckla, förbättra och få företag att växa. Att få kombinera det med att göra en god sak för jorden och dessutom bryta upp invanda strukturer och affärsmodeller är otroligt inspirerande”, säger Niclas Kjellström-Matseke.

Moderbolaget heter *Nova Media* och startade sin verksamhet



PATRIK ÖSTERBERG/SVENSKA POSTKODLOTTERIET

ENTREPRENÖR

Niclas Kjellström-Matseke

SVENSKA POSTKODLOTTERIET

Har på fyra år drivit upp Postkodlotteriet till en av giganterna inom svensk välgörenhet. Hittills har företaget delat ut 620 miljoner till 33 olika välgörenhetsorganisationer runtom i världen.

på 1980-talet. Sedan starten har koncernen delat ut motsvarande 35 miljarder kronor till välgörande ändamål. I Sverige har Nova Media på fyra år gått i kapp och förbi etablerade Bingolotto som landets största lotteri.

Förra året omsatte bolaget 1,6 miljarder, 360 miljoner gick till välgörenhet, 640 miljoner tillbaka till lotteriprenumeranterna i form av vinstpengar medan moderbolaget som driver och marknadsför själva lotteriet fick 64 miljoner.

Vd Niclas Kjellström-Matseke har sin bakgrund i den kommersiella världen. Han är utbildad ekonom från Uppsala med en MBA från *Handelshögskolan* och har bland annat arbetat på *Exportrådet* och *Accenture* innan han startade Postkodlotteriet i Sverige 2005.

”Vi är först med att förena två affärsmodeller, den renodlat kommersiella och den ideella. Det skapar en konstellation som har en enorm kraft.”

– JONAS MALMBORG

Veteran som börjar göra vinst

REDAN 1991 lanserade Coop sitt varumärke Änglamark för miljöpåpassade och ekologiskt producerade varor. Coop var först ut i vad som i dag har blivit en boom för ekologiska varor med 37 procent. Lågkonjunkturen under andra halvan av 2008 fick dock marknaden att förskjutas mot lågpris, men Coop gjorde i alla fall sitt bästa resultat på tio år med en vinst på 153 miljoner kronor 2008.

”Änglamark har varit banbrytande för att bygga upp marknaden för ekologiska produkter”, säger Coops miljöchef Mikael Robertsson. ”I början fanns ingen säljorganisation som bönderna kunde använda för sina ekologiska produkter, det fanns tvärtom ett motstånd mot ekologiskt från deras egna organisationer.”

Coop blev navet för att få den



STORFÖRETAG

Coop

Konsumentmakt har blivit modernt igen. Och där har Coop som var först ut av alla att satsa på miljö och hållbarhet med varumärket Änglamark ett rejält försprång.

ekologiska marknaden att utvecklas. Försäljningen av ekologiskt har ökat varje år under de gångna tjugo åren, men när Coop

Norden startades för fyra år sedan blev det en liten svacka i utvecklingen på grund av att man inte hann ta fram nya produkter.

”Vi har hjälpt fram marknaden och är i dag marknadsledande på miljösidan”, säger Mikael Robertsson. Coop hade i fjol cirka 45 procent av marknaden för ekologiska produkter, medan Ica som är dubbelt så stort som Coop hade cirka 40 procent.

Coop har under 2008 slutit avtal med Green Cargo om tågtransporter så att en stor del av

varutransporterna kan flyttas från lastbil till järnväg. 2009 börjar Cooptåg som kör lastbilstrailers rulla på sträckorna Helsingborg–Stockholm–Umeå. Resultatet blir 120 färre lastbilar på väg varje arbetsdag, enligt hållbarhetsrapporten. Vilket minskar utsläppen av koldioxid med cirka 8 000 ton per år.

Å andra sidan öppnades 18 nya stormarknader förra året, vilket kräver bil för att handla. Hur mycket koldioxid utsläppen därmed ökar framgår ej.

”Vi måste öppna stormarknader för att hänga med”, säger Mikael Robertsson.

Coop värnar också om lokala producenter. En organisation med tio kategorichefer har byggts upp för att underlätta för lokala producenter att komma in.

”Vi vill inte pressa priserna genom att kräva stora volymer utan anser att den lokale producenten ska få det pris han begär, och att priset till konsumenten blir detta plus vårt påslag.”

– GUNNAR LINDSTEDT