

DEBATT & INNLEGG

Det lønner seg å styre aktivitetene sine etter etiske prinsipper, men da må man være opptatt av etikk også av andre grunner enn det som gir økonomisk gevinst, skriver *Øyvind Kvalnes* og *Einar Øverenget*, filosofer ved Humanistisk Akademi.

Ren kundepleie

Så sitter kremmerne i gapestokken igjen. Fortjener de det? Det kan se slik ut. De smører kundene sine, inviterer dem på dyre turer til idrettsarrangementer og til luksuriøse middager på yachtklubber. Til gjengjeld forventer de lojalitet og velvilje når store innkjøp skal gjøres og når produkter skal plasseres i butikkene.

Det finnes ikke noe slikt som en gratis lunsj, middag eller reise. Baktanken er at kjøp og salg skal gli lettere. Det er ikke varens beskaffenhet og kvalitet som skal gjøre utslaget, men at du og jeg kjenner hverandre, har sett Rekdals straffespark mot Brasil sammen og deretter har sjanglet lykkelig forbrødet tilbake til hotellet.

Kanskje Platon hadde rett da han for 2400 år siden plasserte kremmerne nederst på den sosiale rangstigen. Han begrunnet det med at drivkraften i livene deres er profittbegjær, ikke klokskap eller visdom. Platon mente at et samfunn må overvåke sine kremmere og holde dem i stramme tøyer, siden de selv mangler innsikt i rett og galt. Ethvert samfunn trenger dem, siden de fungerer som drivkrefter til å produsere nødvendige varer og tjenester. Men slipper vi dem av syne, så benytter de sjansen til å narre oss og grafe til seg mer enn de egentlig fortjener.

De siste fem årene har vi anvendt filosofi som verktøy i næringslivet. Det har overbevist oss om at Platon stiller feil diagnose på et stort utvalg av kremmerne. De er bedre enn ryktet sitt. Det finnes både sosialt bevisste og samvittighetsfulle individer blant dem. Maksimering av profitt er ikke nødvendigvis deres høyeste mål. Det teller også hvordan inntjeningen skjer, blant annet hvilke metoder som brukes for å selge produktene.

I kjølvannet av DN's artikler fra handelsnæringen har leverandørene begynt å avlyse turer og arrangementer for kundene sine. Det er vanskelig å tolke dette som noe annet enn en innrømmelse av at slike tiltak ikke

tåler dagens lys. Aktørene legger seg flate for kritikken og venter på at vinden skal stilne. Det er forståelig, men vår oppfatning er at en ikke så til de grader skal la seg diktere av omdømmehensyn.

Kundepleie er en aktivitet med mange moralske fallgruver, men det er fullt mulig å trå utenom dem. Det er ikke nødvendigvis skammelig å ha vært sjenerøs og gavmild mot sine kunder. Kundepleie trenger ikke være skitten business. Mennesker som driver med kjøp og salg trenger møtesteder, arenaer hvor de kan bli kjent med hverandre, og kan utveksle informasjon og erfaringer. Vi må kunne ha tillit til at de klarer å omgås hverandre med integritet og verdighet i behold. Det vil være uheldig for alle parter om DN's vinkling på slike arrangementer

Det finnes ikke noe slikt som en gratis lunsj, middag eller reise.

fører til panikkartede avlysninger over en lav sko. De nyttige og konstruktive møtestedene skylles vekk sammen med de mer lugubre smøringstilfellene.

Vårt inntrykk er at aktørene i norsk næringsliv gradvis begynner å innrette seg på at aktiviteten deres må tåle offentlig innsyn. De ser etterhvert forskjellen på to overfladisk sett like, men i substans svært ulike, prinsipper. Offentlighetsprinsipper sier at du bør være forberedt på å forsvare beslutningen din offentlig og være bekvem med at DN får vite om den. Det alternative prinsippet som ikke lenger holder mål, er opportunisteprinsippet, hvor spørsmålet er om en faktisk blir nødt til å begrunne beslutningen sin for andre, for eksempel gjennom at DN får vite om den. De som har anvendt det siste prinsippet, kalkulerer over hvor sannsynlig det er at informasjonen lekker ut, at de for eksempel har en utro tjener eller en mis-



LYSSKY. «I kjølvannet av DN's artikler fra handelsnæringen har leverandørene begynt å avlyse turer og arrangementer for kundene sine. Det er vanskelig å tolke dette som noe annet enn en innrømmelse av at slike tiltak ikke tåler dagens lys», skriver Einar Øverenget (til venstre) og Øyvind Kvalnes. Foto: Øyvind Elvsborg

fornøyd tidligere ansatt som går til pressen med ubehageligheter.

Kundepleiere og andre som kan komme til å tvile på moralen i det de foretar seg, kan like gjerne innstille seg på åpenhet og gjennomsiktighet, på at sannheten kommer for en dag. Da slipper de å gå gjennom den brysomme vurderingen av hvor stor risiko det er for at den eller den kollegaen eller kunden vil holde tett. De er også bedre rustet i forhold til dagens realiteter, at det over tid er bortimot umulig å hemmeligholde sine beslutninger og handlinger.

Betyr dette at det lønner seg å styre aktivitetene sine etter etiske prinsipper? Vi tror det, men paradoksal nok ser det ut til at denne gevinsten bare kan innkasseres hvis en er opptatt av etikk også av andre grunner enn at det skal gi en økonomisk gevinst. Motivasjonen må stikke dypere, det må være en del av ens egen identitet, ens eget stabile ståsted, at en er en hederlig person, opptatt av å gjøre ting på den rette måten. Da kan det være plass til ren kundepleie og andre sosialt stimulerende tiltak.

Ad Jebsens «sluttpakke»

I DN 26.01.05 er overskriften at Finn Jebsen «Går av med 110 mill.». På dette grunnlag vil Orkla presisere følgende: Finn Jebsen og hans familie eier knapt 250.000 aksjer i Orkla. Disse er kjøpt over tid for egne midler og har intet med hans «sluttpakke» å gjøre. I DN's oppsett utgjør verdien av disse aksjene godt og vel 44 millioner kroner.

Når det gjelder forhold som har med Jebsens ansettelse i Orkla å gjøre, er disse redegjort for i Orklas årsberetninger, og det er ikke kommet inn noen nye elementer når han nå slutter.

Jebsen har i dag en fast årslønn på knapt 3,6 millioner. Han har en oppsigelsestid på 6 måneder, og får utover det en etterlønn på halvannet år. Man kan derfor godt si at hans «fall-skjerm» er på knapt 5,4 millioner. Hvis han tar fast arbeid i etterlønsperioden vil for øvrig 75 prosent av slik inntekt fratregges i etterlønnen.

Jebsen har en pensjonsordning hvor han ville fått 66 prosent av fastlønn i pensjon fra oppnådd pensjonsalder, 62 år. Jebsen har imidlertid ikke full opptjeningstid og i praksis vil derfor pensjonen, fra fylte 62 år, bli knapt 60 prosent av fast sluttlønn, inklusive ytelser fra Folketrygden. Fra utløpet av etterlønsperioden, hvor han vil være knapt 57 år, og frem til pensjonsalder på 62 år, vil Jebsen ikke motta noen lønns- eller pensjonsytelser fra Orkla.

Som redegjort for i Orklas årsberetninger, er Jebsen utover fastlønn også blitt tildelt såkalte kontantbonuser (syntetiske opsjoner) og opsjoner. Gjennom disse vil han oppnå utbetalinger hvis Orklas aksjekurs utvikler seg positivt. Disse kontantbonuser er tilknyttet i alt 400.000 Orkla-aksjer, og er tildelt på forskjellige tidspunkter til noe over da gjeldende markedskurs. Jebsen har avtalefestet rett til å beholde disse ordningene også hvis styret ber ham fratruke.

På det tidspunkt styret ba Jebsen om å fratruke, hadde bonus- og opsjonsordningene en verdi på knapt 33 millioner som følge av meget god kursutvikling i den tid de har eksistert. Den endelige verdi vil avhenge av aksjekursens utvikling fremover, og vil for øvrig være gjenstand for vanlig inntektsbeskatning.

Ole Kristian Lunde,
informasjonsdirektør, Orkla

Provoserende scenarier

I DN torsdag 27. januar får vi under overskriften «Prestisjeprosjektet slaktes» lese at Jurij Sjafranik, leder av Union of Oil and Gas Industrialists i Russland, ble provosert av mitt innlegg på en oljekonferanse i Stavanger.

Jeg presenterte tre ulike scenarier for hvordan Barents-Russland kan utvikle seg frem mot 2015, basert på prosjektet «Barents Russia 2015», og har i tillegg til en fyldig bok produsert 24 publikasjoner om olje-

utvikling, demografisk utvikling, fiskerier, miljø og mye annet. Prosjektet har foruten Econ hatt deltagere fra Fridtjof Nansens Institutt, Norsk Utenrikspolitisk Institutt og Wikborg Rein, samt russiske delbidrag.

Sjafranik mener at historien har vist at «scenarier ikke får rett», og derfor ikke er nyttige. Men å lage tre scenarier er ikke det samme som å levere inn tre rekker i «spådomslotto». Formålet er tvert imot å presen-

tere internt konsistente og viktige bilder av hvordan fremtiden kan bli, for å skape debatt og bidra til at vi tenker og handler klokere i dag. Så kan man selvfølgelig diskutere hvor man skal legge balansen mellom spenstighet og sannsynlighet.

Noen mener scenariene våre er for lite spenstige, og Sjafranik mener altså det motsatte. Men går forandringene like fort de neste ti år som de ti foregående, er scenariene våre garan-

tert ikke for spenstige – tvert imot!

DN's artikkel etterlater et misvisende inntrykk av at russere opplever boken som verdiløs. Boken skaper tvert imot debatt i regionen, og i begynnelsen av februar skal jeg på en rundtur i Barents-Russland for å delta på seminarer og rundbordsmøter. Kanskje journalistene fra DN har lyst til å være med?

Bjørn Brunstad,
Econ analyse

DN E-post:
debatt@dn.no
Telefaks: 22 00 11 10

Hovedinnlegg/kronikk:
Maks 4500 tegn (ca. 750 ord)
Underinnlegg/replikker:
Maks 1500 tegn (ca. 250 ord)

● Dagens Næringsliv betinger seg retten til å lagre og utgi alt stoff i avisen i elektronisk form.
● Redaksjonen forbeholder seg retten til å forkorte innsendte manuskripter. Debattinnlegg annonseres ikke.

Debattansvarlig:
Tor Slette Johansen,
tlf. 22 00 11 26 – 932 56 100