



31 mars 2008

Referat Malmö: Paneldebatt om Ericssons informationshantering och medias sensationslystnad
Den 31 mars arrangerade IR Excellence en paneldebatt i Malmö på temat: Ericsson – hur ska man hantera öppenhetens dilemma?

Debatten modererades av den välkände ekonomijournalisten Henric Borgström och panelen bestod av: Henry Stenson, informationsdirektör på Ericsson, Helena Nordman-Knutson, telekomanalytiker hos Öhman Fondkommission och Thomas Frostberg, chefredaktör för nyhetsbrevet Rapidus.

Kritiken kring Ericssons kommunikation

Henry Stenson inledde med att understryka att Ericsson är ett företag som alltid granskas kritiskt främst med anledning av sitt välkända varumärke. Ericsson är beroende av folket, men folket är också beroende av Ericsson. Stenson fortsatte med att betona att uppmärksamheten kring ett bolag som Ericsson även kan ha en baksida och resultera i väldigt spekulativa nyhetsvinklingar. Stenson lyfte det faktum att Ericsson ofta framställs som ett företag i kris trots att 2007 var Ericssons tredje bästa resultat genom tiderna, vilket ofta glöms bort. En av anledningarna till detta är, menade Henry Stenson, att journalister inte sätter Ericsson i relation till jämförbara företag, utan allt som oftast porträtterar dem bredvid Nokia. Något som, enligt Stenson, inte blir rättvisande då Nokia: "tillverkar telefonlurar för konsumenter". Han menar även att Nokias marknad är ganska greppbar.

"Vi säljer system, där kan en order ligga på miljardnivå. Det kan skapa helt andra resultat på kvartalsnivå", sade Stenson.

Analytikern Helena Nordman-Knutson, jämförde dock de båda telekombolagen och kritiserade Ericssons information på kapitalmarknadsdagarna och framhöll konkurrenten Nokia som föredömlig. Hon poängterade även att hennes, liksom andra analytikers, intresse inte ligger i att tala om historiska tal och gårdagens resultat. Hon menade att analysen måste riktas framåt, då det säger mer om aktiekursutvecklingen. Hon framhävde även att telekombolag över lag är komplexa och att Ericsson i sin kommunikation bör förtydliga sin verkliga verksamhet genom att ta ett steg upp och ge en överblick av företaget ur ett större perspektiv.

Har journalistiken i alltför hög grad lämnat ambitionen att skildra vad som faktiskt hänt, till att vara en del av dramaturgin och utan kritisk källgranskning trycka alltför spekulativa och vinklade artiklar?

Henry Stenson betonade tydligt att han inte tycker synd om Ericsson och poängterade att företag av Ericssons rang behöver bli granskade. Dock markerade han vikten av att hantera och förmedla informationen på rätt sätt. Han tyckte att man skall ifrågasätta och fundera över hur affärs- och ekonomijournalistiken egentligen ser ut i dag. Framförallt då journalister väljer att fokusera mer på sensationslystnad och personfixering. Detta menade han är ytterligare en anledning till att Ericssons kommunikation kring verksamheten är av allt större vikt. Helena Nordman-Knutson menade dock att problematiken ofta är en kombination av en komplex bransch och okunniga journalister.

"Det är svårt att informera om ett företag, och göra det på en djupare nivå, om journalisten inte har baskunskaperna" sade hon.

Thomas Frostberg invände här och menade att man måste skilja på ekonomijournalistik och näringslivsbevakning:

"Ekonomijournalister stirrar sig blinda på börskursen och analyserna blir i allt större utsträckning för ytliga", menade Frostberg.

Han poängterade även att Svanberg vid tillfälle gett en vettig förklaring till vinstvarningen, men att media sedan inte lyckats förmedla detta, något som tydligt visar på dagens stressade journalistik. Frostberg poängterade att han vill se djupare speglingar av bolag och menar att det borde finnas fler i journalistkåren som kan genomföra detta. Han betonade även att han saknar kommunikation från Ericsson om vad som egentligen händer i företaget:

"Jag vill ha information som är djupare än de bulletpoints som ligger i årsredovisningen", sade Frostberg.

Henry Stenson svarade med att Ericsson självklart önskar att ha journalister som bevakar över tid och kan rapportera och således få en mer rättvis bild av företaget. Han menade dock att problematiken ligger i att dessa inte kan invigas mer i företaget än någon annan.

"Undantag kan inte göras mellan kvällstidningarnas vikarier som bara vill få sin rubrik publicerat och de kunniga journalisterna på dagstidningarna, trots att detta ibland skulle vara att föredra", menade Stenson.

Ericsson har sina definierade talespersoner och dessa är väl förankrade med företagets värderingar och vad som skall kommuniceras. Stenson menade att den konsekventa kommunikationen inte är möjlig om fler ska uttala sig.

"Man vill säga det man vet, men man vill inte spekulera. Det som kommer ut måste vara sant", poängterade Stenson.

Här avbröt Thomas Frostberg och gav en reflektion från verkliga livet:

"Jag råkade dela taxi en gång med en högt uppsatt man från Ericsson som på en kvart lyckades förklara hela logiken bakom Ericssons förvärv. Men när jag bad att få intervjua honom svarade han att det inte var möjligt då han inte är en av Ericssons talespersoner".

Bör börsföretagen informera ännu mer?

Helena Nordman-Knutson ansåg att problemet inte ligger i brist på information, snarare att det inte alltid är rätt information som delges.

"Börsföretagen behöver bli bättre på att kommunicera på en djupare nivå", sade hon.

Frostberg instämde i Nordman-Knutsons uttalande och fortsatte diskussionen med att det inte behöver bli fler tillfällen, utan snarare mer relevant information vid bestämda tillfällen. Vid

kapitalmarknadsdagar ska man, menade Frostberg, ta tillfället i akt att ge mer relevant och djuplodande information. Frostberg fortsatte och menade att okunnigheten bland dagens analytiker är stor.

"Helena Nordman-Knutson är en av de få som är kunnig inom detta område".

Frostberg poängterade även vikten av att journalisters tillgång till en sakkunnig analytiker inom området. Här inflikade Leif Andersson, delägare och partner på Sund Kommunikation, frågan om huruvida Stenson ansåg att Ericsson agerat rätt eller fel vid informationsgivningen kring Ericssons försäljningssiffror i höstas samt hur de ska hantera informationsgivningen i framtiden. Stenson betonade att disciplinnämnden ansåg att bolaget agerat rätt och menade att detta var ett kvitto på att Ericsson inte gjort någon felaktighet under analytikermötet i New York, den 20 november.

"Vi satt med en pressrelease i handen vid det tillfället, men valde att inte gå ut med informationen, då den egentligen inte sade någonting nytt. Självklart har vi dragit en lärdom av detta och kommer i framtiden att skicka ut fler releaser", framhävde Stenson.

Sedan fortsatte Stenson och menade att folk alltid är mer kritiska då man kommer med negativ information.

"Vid goda tider är det ingen som ifrågasätter, då är folk nöjda" menade Stenson.