

IR Excellence den 6 februari:

Intensiv debatt om Ericssons informationshantering och medias sensationslystnad

Den 6 februari arrangerade IR Excellence en paneldebatt på temat: Ericsson – När öppenheten blir en fiende. Ericssons informationshantering har fått utstå mycket kritik sedan vinstvarningen i höstas, trots att företaget har en uttalad kommunikationsstrategi som går ut på största möjliga öppenhet. Hur ska man hantera öppenhetens dilemma? Bör börsföretagen vara mer försiktiga med informationen mellan kvartalsrapporterna? Har ekonomijournalistiken blivit alltmer inriktad på sensationer och personer utan tillräcklig källkritik? Debatten modererades av Lennart Ekdal och panelen som diskuterade dessa frågeställningar bestod av: Henry Stenson, informationsdirektör på Ericsson, Mats Andersson, VD för Fjärde AP-fonden och Torbjörn Carlbom, Veckans Affärer.

Förändringen av ekonomijournalistiken

Henry Stenson inledde med att konstatera att 2007 var Ericssons 3:e bästa resultat genom tiderna och menade att detta ofta glöms bort. På direkt fråga medgav Henry Stenson att det ibland kan kännas som att öppenheten blir en fiende, exempelvis när man tar sig tid för långa och ingående förklaringar som sedan förvrids av journalisten. Torbjörn Carlbom menade att konsekvensen av journalistens roll som granskare är just att man är mer intresserad av det som direktörerna inte säger. Ericsson intar en särställning som nationalklenod och därför är det självklart att media har intresse av allt som har med företaget att göra. Torbjörn Carlbom instämde i Henry Stensons åsikt att det finns en negativ trend inom journalistiken. Personfixeringen och sensationslystnaden har ökat som en följd av medias utveckling på Internet, källkritiken blir lidande när det blir viktigt att vara först med nyheter och att skrika högst för att synas och få klick. Lennart Ekdal undrade om det finns en debatt kring detta bland journalister, att ekonomijournalistiken blir mer kvällstidningslik. Torbjörn Carlboms uppfattning är att den sortens självkritik saknas men att det självklart är ett problem om det slarvas med granskningen av källor. Mats Andersson menade att attityden hos många tidningar är att deras roll är att smälla på. "Det är därför inte värt att ta striden", sade Mats Andersson och menade att fokus borde flyttas från att tillgodose journalisternas behov och istället koncentreras till ägare, anställda och kunder.

Ericssons informationshantering

Istället för att öppenheten blivit en fiende ansåg Mats Andersson att verkligheten har blivit fienden. "Ericsson skyller på institutionerna, media och andra men vad ska ni göra för att undvika att detta händer igen?" undrade Mats Andersson, med hänvisning till den sena vinstvarningen. Henry Stensons svar var att den sena vinstvarningen var svår att undvika eftersom det inte gick att förutse tidigare. I Ericssons bransch kommer beställningarna ofta i klump i samband med att kunderna har likviditet i slutet på kvartalen, denna gång uteblev de och så fort det blev känt fick även marknaden veta detta. Svårigheten ligger i att förutsäga hur orderingången kommer utvecklas. Lennart Ekdal invände att detta knappast kan vara unikt för Ericsson och Mats Andersson menade att "det hade

varit mer acceptabelt om det skett vid ett tillfälle men detta problem har Ericsson dragits med länge". Lennart Ekdal frågade då ifall Ericsson pressas till att gissa om framtiden och hur skulle reaktionen bli om det ärliga svaret var att man inte vet. "Att företag pressas till gissningar är inget nytt", svarade Mats Andersson och fortsatte med att understryka vikten av att fortsätta informera och hellre erkänna när de inte vet. "Så tåliga är inte media, säger ni att ni inte vet blir det rubriker med temat noll koll", invände Torbjörn Carlbom. Mats Andersson avfärdade Torbjörns invändning med att det ändå inte spelar någon roll vad media skriver så länge ägare och övriga intressenter får rätt information. Henry Stenson ville dock inte förringa mediebildens betydelse eftersom "vi har ett ansvar gentemot småspararna och för dem har mediernas beskrivningar stor påverkan". "Är Ericssonaktien olämplig för småspararna?" frågade Lennart Ekdal. Svaret från Henry Stenson var att "det avgörs av vad man tror om behovet av kommunikation i framtiden, småspararna borde betrakta oss i ett mer långsiktigt perspektiv" och fortsatte med att påpeka att även om den senaste tidens svarta rubriker verkar hotfulla, var mediebildens motsatta fram till vinstvarningen.

På frågan hur Carl-Henric Svanberg hanterat krisen svarade Torbjörn Carlbom att "han har hanterat det som en politiker genom att säga det han vill säga". Torbjörn Carlbom menade att Ericssons strategi är tydlig; Carl-Henric Svanberg håller en låg profil sen vinstvarningen. Lennart Ekdal följde upp med att fråga Henry Stenson om ändringen av öppenhetsstrategin berodde på att det gick snett. Det ville inte Henry Stenson gå med på utan han menade att strategin ligger kvar men att taktiken ändrats något. "Balansgången är svår, vi gjorde våra bedömningar men fick tuff kritik och drar lärdomar av den" sade Henry Stenson och underströk att en stor svårighet med att säga att man inte vet är att andra aktörer gör sina egna bedömningar. Här sköt Carl-Johan Wachtmeister, VD på Sund Kommunikation, in en fråga om grunderna till beslutet att inte skicka ut ett pressmeddelande i samband med kapitalmarknadsdagen i New York. "Det handlade om faktorer som redan var kända på marknaden och vi gjorde bedömningen att det inte rörde sig om ny information" svarade Henry Stenson.

Kvartalskapitalismen

Diskussionen gled nu över till att handla om behovet av kvartalsrapporter. Lennart Ekdal frågade om synen på exempelvis halvårsrapporter kontra månadsrapporter. Mats Andersson underströk att formerna för rapportering inte är det avgörande utan det viktigaste är att få informationen och att inte lämna fritt spelrum för tolkningar. Torbjörn Carlboms kommentar var att kvartalsrapporterna gärna innehåller framtidsprognoser men sällan en riskbedömning, "hur mycket tjänar ni egentligen på att antalet användare globalt ökar med 1 miljard", undrade han. Svaret från Henry Stenson var att Ericsson absolut kommer att fortsätta att ge den information som marknaden vill ha via kvartalsrapporten och avslutade med att understryka vikten av transparens.