



Foto: Johan Nymän

Jens Rennstam

Växtvärk – dags att ifrågasätta status quo

I korthet

Vi måste komma ifrån tänkesättet att tillväxt i sig är eftersträvänsvärt.

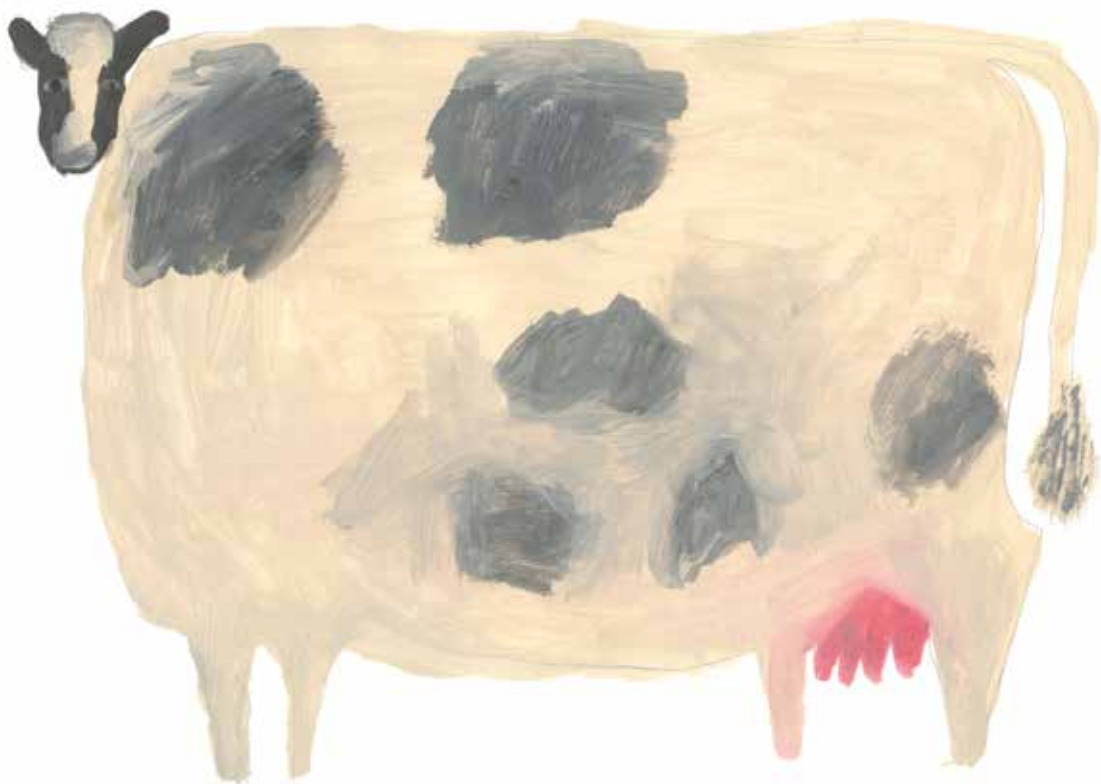
Sommaren 2020 uppstod debatt mellan filmaren Fredrik Gertten och Oatlys vd Toni Petersson. Anledningen var att Oatly – havremjölksproducenten som marknadsför sig hårt som en miljökämpe – i sin strävan att växa har tagit in riskkapitalgiganten Blackstone som finansiär. Man kan förstå att Gertten blev upprörd. Han hade just färdigställt sin dokumentärfilm *Push*, där han granskar Blackstone och visar att företaget finansierar verksamheter som utarmar bostadsmarknaden och skövlar regnskog i Amazonas. Gertten menar att Blackstone står för raka motsatsen till det Oatly säger sig representera, och genom att ta in dem som finansiärer bidrar Oatly till miljöförstörande verksamhet.

Debatten sätter fingret på ett antagande som är starkt när det gäller både företag och nationer, och som utgör en grund för en stor del av utbildningen i företagsekonomi, nämligen att ekonomisk tillväxt – i bemärkelsen ökad produktion och konsumtion av varor och tjänster – är eftersträvänsvärt. Nationers ekonomier ska växa och företag ska sträva efter att växa. Men hur är det med detta antagande? Är det klokt att betrakta tillväxtsträvan som ett generellt ideal?

Det finns en hel del forskning som visar att strävan efter ekonomisk tillväxt är problematisk. En central del av kritiken är relaterad till just miljöfrågor och gör gällande att ekonomisk tillväxt tenderar att öka koldioxidutsläppen och användningen av naturresurser. I en analys av relationen mellan ekonomisk tillväxt å ena sidan och koldioxidutsläpp och resursanvändning å andra sidan, frågar sig forskarna Jason Hickel och Giorgios Kallis (2020) om "grön tillväxt" är möjlig, det vill säga ett tillstånd där en ekonomi har ekonomisk tillväxt samtidigt som resursanvändningen och koldioxidutsläppen sjunker. Deras svar är att historiskt har det varit precis tvärtom (ekonomisk tillväxt går hand i hand med ökad re-

sursanvändning och ökade koldioxidutsläpp) och att väldigt lite pekar på att detta kommer att förändras inom en överskådlig framtid. De går igenom andra forskares scenarioanalyser och hittar förvisso ett scenario där koldioxidutsläppen håller sig inom de kvantiteter som beräknas krävas för att begränsa den globala uppvärmningen till två grader. Men detta scenario bygger dels på att bnp-tillväxten är nära noll, dels på att vi jämfört med dagens regleringar inför en betydligt aggressivare global policy för att begränsa utsläpp, och dels på optimistiska prognoser om radikalt minskad köttkonsumtion, energisnåla bilar och flygplan, radikalt förändrad teknologi för stål och cementproduktion et cetera. I korthet, grön tillväxt framstår som en väldigt optimistisk teoretisk modell snarare än som något som är praktiskt genomförbart innan det är för sent.

En bredare kritik – som diskuterar både social och ekologisk hållbarhet i förhållande till ekonomisk tillväxt – går att finna i den nyutkomna antologin *Towards a political economy of degrowth*, som är redigerad och skriven av bland andra lundaforskarna Ekaterina Chertkovskaya och Alexander Paulsson. Boken ifrågasätter antagandet att ekonomisk tillväxt är eftersträvänsvärt. Bland annat visas att kritiken mot tillväxt har minst femtio år på nacken men att den har trängts undan



av tillväxtfrämjande retorik. I boken argumenteras också för att det materiella välstånd som ekonomisk tillväxt har skapat har byggt på exploatering av kvinnors (gratis)arbete i hemmet, samtidigt som det finns ett frö till en ny typ av syn på arbete just i detta: hushållsarbete innehåller en vision om en ny ekonomi där arbete inte utförs bara för att tjäna pengar utan för att tillfredsställa grundläggande mänskliga behov. Kanske kan *oekonomia* få tillbaka sin ursprungsinnebörd: hushållning, snarare än vinstsökande tillväxtsträvan? Tillväxt problematiseras alltså, och genom boken löper en tydlig röd tråd: att förbättring av klimatet och den sociala rättvisan i världen kräver ifrågasättande av antagandet om att ekonomisk tillväxt är nödvändig, eftersom ekonomisk tillväxt hittills har gått hand i hand med ökad resursanvändning och exploatering av människor i låginkomstländer.

Towards a political economy of degrowth utgör inte bara en kritik utan indikerar också svar på den typiska kritiken mot ifrågasättandet av ekonomisk tillväxt. Till exempel: – Kan inte teknologisk utveckling rädda klimatet och stimulera ekonomisk tillväxt? Svar: Nja, teknologisk utveckling är viktig men otillräcklig, och tenderar att öka konsumtionen av just teknologi, vilket kräver energi. – Måste vi inte ha ekonomisk tillväxt för att bekämpa fattigdom? Svar: Nja, frågan handlar främst om global fördelning av resurser från rika till fattiga. – Kommer inte arbetslösheten att öka om vi inte har ekonomisk tillväxt? Svar: Nja, inte om vi ställer om till en mer arbetsintensiv ekonomi. Dessutom skapas tillväxt ofta genom att minska antalet arbetstillfällen.

Boken ger tillika stöd för argumentet att det krävs en omfördelning av resurser från globala investmentbolag som stöttar ohållbar verksamhet (som Blackstone) till lokala verksamheter och initiativ, eftersom de förra i större utsträckning bidrar till massproduktion och -konsumtion. Detta inger hopp. Samhället skulle kunna fungera – bättre, enligt författarna – utan tillväxtsträvan.

Ytterligare en källa för att begripa problemen med ekonomisk tillväxt är Andrew Sayers bok med den talande titeln *Why we can't afford the rich*. Sayers poäng är att även om ekonomisk tillväxt har ökat välståndet för många så gäller det i synnerhet dem som redan var ekonomiskt privilegierade. De ekonomiska klyftorna har alltså ökat och vi har fått en klass med människor som lever i överflöd. Denna grupp står för en oproportionerligt stor del av konsumtionen. De har helt enkelt onödigt mycket pengar och kan därför konsumera långt över vad jorden tål. "Generally, the higher your income, the higher your carbon footprint is likely to be", skriver Sayer (2015 s. 23).



Även om ekonomisk tillväxt har ökat välståndet för många så gäller det i synnerhet dem som redan var ekonomiskt privilegierade"



Om författaren

Jens Rennstam är docent vid företagsekonomiska institutionen, Lunds universitet. Hans forskning handlar bland annat om varumärken och varumärkesarbete. ■

Om man bortser från miljöproblemet skulle man kunna betrakta Sayers observation som en ren rättvisefråga där lösningen ligger i att omfördela resurser från rika till fattiga. Men det skulle inte minska konsumtionen, bara fördela den jämnare, och det tål inte klimatet. Lite förenklat kan man säga att ekonomisk tillväxt har gjort oss – men i synnerhet en liten del av oss – för rika för jordens bästa. Sayer ser därför ingen annan lösning än att minska de rikas konsumtion, och det gäller inte bara den rikaste procenten, utan i välbeställda länder som Sverige handlar det om en stor del av befolkningen. Med andra ord, strävan efter ekonomisk tillväxt har skapat en ekologiskt ohållbar konsumtionsnivå som framför allt upprätthålls av de rika, och därför måste konsumtionen minska genom att de rikas resurser radikalt reduceras, vilket i sin tur innebär att vi måste acceptera minskad eller till och med negativ tillväxt.

Det finns alltså en hel del övergripande problem med tillväxtparadigmet. Vad kan vi lära oss av Oatly-fallet i detta sammanhang? Oatlys beteende vore inte ett problem om det bara handlade om att världen skulle dricka mer havremjölk på bekostnad av mindre miljövänlig mjölk. Men Oatly underordnar sig tillväxtparadigmet, antar att de måste växa, och



Strävan efter tillväxt får alltså effekten att risken ökar för att man som företag legitimerar verksamhet som går stick i stäv med den egna övertygelsen”

det var tillväxtsträvan som gjorde att Blackstone kom in i bilden. Visst kan man invända att det inte är tillväxtsträvan utan bara Oatlys dåliga omdöme när det gäller finansierer som är problemet, att Oatly bara skulle ha hittat en *annan* finansier, en ”lite snällare”. Men vi kan konstatera dels att det gjorde de inte, utan de valde Blackstone, dels att själva strävan efter att bli stor uppmuntrar små och mellanstora företag att flörta med giganter som Blackstone, vars verksamhet de inte kan kontrollera.

Strävan efter tillväxt får alltså effekten att risken ökar för att man som företag legitimerar verksamhet som går stick i stäv med den egna övertygelsen. Storleken skapar transparens- och kontrollproblem. Charles Perrow formulerade i sin essä *A society of organizations* (1991) en kritik av stora organisationer för att de absorberar lokala grupper och små formella organisationer. De tar över deras funktion. Det som skulle kunna utföras av lokala företag, som lokala havremjölksproducenter och lokala banker, utförs i stället av stora globala organisationer. En aspekt av detta är att det blir svårare att ha insikt i och kontrollera de aktiviteter som de stora organisationerna ägnar sig åt, både för organisationerna själva och för externa granskare. Att växa som organisation för alltså med sig ökade svårigheter att kontrollera villkoren för den egna produktionen. Då kan det falla sig som så att man som miljö-kämpe ingår i nätverk med miljöförstörare.

Oatly själva säger att de ska få Blackstone på andra tankar, att Blackstone ska gå över till den ”goda” Oatly-sidan och börja investera i hållbara företag. Jag tror snarare att de legitimerar Blackstone och därmed försvårar arbetet för dem som verkligen vill förändra Blackstones arbete (som Fredrik Gerten). Dessutom gör sig Oatly till deltagare i en destruktiv tillväxtorienterad ekonomi där investering inte grundar sig i ett intresse för det objekt som man investerar i, utan i ett intresse för ökning av det egna kapitalet (havremjolk – eller bostäder – är således bara intressant såtillvida att det kan generera vinst till Blackstone).

En annan effekt av Oatlys beteende är naturligtvis att det reproducerar antagandet att tillväxtsträvan är av godo. I ljuset av ovanstående diskussion framstår Oatlys vd:s påstående (i *Sydsvenskan*, 16 juli 2020) att deras ”dna” är ”att ständigt ifrågasätta status quo” för att ”knuffa världen i rätt riktning” som missvisande. Deras tillväxtstrategi liknar snarare *business as usual*: börja med en bra idé, exploatera denna med effektiv produktion och jobba hårt för att skapa positiva associationer med ditt varumärke, locka starka finansierer. Väx! Detta är inte så konstigt – Oatly är ett företag och de har lärt sig att tillväxt är en naturlig strävan. Men genom sitt varumärkes-



Övergången till exempelvis växtbaserad mjölk kan också ske genom att man verkar för att tillverkarna blir fler i stället för större”

arbete ger de intrycket att de representerar en ny hållbar ekonomi, vilket riskerar att avleda uppmärksamheten från argument för mer grundläggande förändringar, som de förändringar som indikeras av referenserna jag redogjorde för ovan.

Med inspiration från referenserna ovan vill jag påstå att så här behöver det inte gå till. Övergången till exempelvis växtbaserad mjölk kan också ske genom att man verkar för att tillverkarna blir fler i stället för större. Många små Oatlys är bättre än ett stort. Många små, lokala aktörer som inte strävar efter att bli så stora som möjligt blir inte beroende av globala investmentbolag, och bidrar inte i samma utsträckning till massproduktion och -konsumtion. Oatly skulle också kunna samverka med andra lokala producenter. Visst, stordriftsfördelar kan gå förlorade med mindre aktörer, men vinsten från stordriften kommer inte alltid konsumenter till del utan kan hamna i investmentbolagens händer, och även ett mindre Oatly kan producera havremjölk med *tillräcklig* effektivitet.

Oatlys utveckling såväl som de studier jag refererat till understryker vikten av en seriös diskussion om frågan om ekonomisk tillväxt. Detta gäller inte bara politiker och företagsledare – eller FN, som i sin Agenda 2030 har ekonomisk tillväxt som ett av målen – utan lika mycket lärare i företags ekonomi som förser företag som Oatly med kunskap. Kan vi bara köra på och utbilda studenter baserat på antagandet att ekonomisk tillväxt är eftersträvansvärt? Hur rimligt är det i dagens läge att ha kurser i till exempel brand management där vi lär studenter att ta för givet att ett företag ska ägna sig åt branding för att ta marknadsandelar och öka försäljningen och därmed produktionen av varor? Eller kurser i entreprenörskap, som till stor del vilar på idén att man ska börja litet med strävan att bli stor. Eller kurser i organisation och ledarskap, som antar samma saker som entreprenörskap men i större och mer etablerade organisationer. Om man inte redan har gjort det så är det dags att integrera tillväxtkritik i utbildningarna.

Även om ekonomisk tillväxt *har varit* en källa till ökad välfärd så tyder mycket på att det inte fungerar i dag. Att radikalt minska resursanvändningen och koldioxidutsläppen samtidigt som den globala bruttonationalprodukten ökar förefaller inte vara inom räckhåll. Ska vi ifrågasätta status quo så är det nog inte: ”Ska vi dricka komjölk eller havremjölk?” som är den stora frågan (även om det är viktigt) utan snarare: ”Ska vi fortsätta anta att lösningen på världens klimatproblem och sociala problem är förenliga med strävan efter ekonomisk tillväxt?” ■

Litteratur

- Chertkovskaya, E., Paulsson, A. & Barca, S. (2019). *Towards a political economy of de-growth*. London: Rowman & Littlefield International.
- Hickel, J. & Kallis, G. (2020). Is green growth possible? *New Political Economy*, 25(4), s. 469–486.
- Perrow, C. (1991). A society of organizations. *Theory and society*, 20(6), s. 725–762.
- Sayer, A. (2015). *Why we can't afford the rich*. Bristol: Policy Press.

Delar av artikeln har tidigare publicerats som en debattartikel i Skånska Dagbladet.