

Näringslivets guldgosse

Kungens kritiserade resa till Brunei var, mer än någonting annat, ett näringslivsprojekt. En rad svenska storföretag, med Wallenbergs Investor i spetsen, var med på resan. Deltog gjorde även två bolag som säljer försvarsmaterial.

DEN NUMERA RIKSBEKANTA resan till Brunei blottade två tillstånd: 1. Den svenske statschefens har vissa PR-problem. 2. Den svenske statschefen agerar gärna dörröppnare när vännerna i näringslivet ber om hjälp, oavsett om det är särskilt politiskt korrekt eller inte.

Det är inte första gången som kungen trampar i klaveret och det är definitivt inte första gången som den svenske statschefen deltar i PR-kampanjer för att hjälpa sina vänner i näringslivet. Faktum är att det är just det sistnämnda som brukar framhållas som den svenska monarkens främsta fördelar – att kungen representerar Sverige och gör ett viktigt arbete för att hjälpa svenska företag utomlands. Kungen är i allra högsta grad "corporate".

VECKANS AFFÄRER har gått igenom kungens program för förra året och funnit att majestäten deltog i drygt 20 arrangemang som syftade till att främja svenskt näringsliv. När det gäller det senaste, i Brunei, var det mångmiljonären och Securitasarvingen Sven Philip-Sörensen som initierade resan (se artikel intill).

Nu kan VA också avslöja att det fanns fler svenska företag med vid Bruneibesöket. En rad storbolag med ekonomiska intressen i Sydostasien deltog med sina representanter under resan. Wallenbergfärens Investor och dess direktör Erik Belfrage var ett. ABB, Ericson och Saab är tre andra Wallenbergföretag

”Det var affärsmässiga motiv som fick statschefen att besöka det totalitära Brunei”

som hade representanter med på resan.

Dockstavarvet, som tillverkar stridsbåtar, hade också sin VD K-A Sundin med på resan, med förhoppningar att sälja fartyg till diktatu-

ren. Även försvarsföretaget Saab hoppas på vapenexport till landet.

Det var alltså affärsmässiga motiv som fick Sveriges statschef att besöka det totalitära furstendömet, några politiska syften med resan fanns egentligen inte. Men det var politiska resonemang som försatte honom och hela kungahuset i pinsam knipa.

UNDERSÖKNINGAR som gjorts har visat att en majoritet av riksdagens folkvalda principiellt är för monarkens avskaffande. Läget torde däremot vara helt annorlunda i det svenska näringslivet – här är kungen populär och används gärna som maskot när svenska företag ska uppvakta utländska regeringar eller få publicitet kring sina varumärken. Före resan till det totalitära Brunei besökte kungen kommunistdiktaturens Vietnam där han bland annat agerade dörröppnare åt Stenbeckkoncernens Millicom.

Mats Urde är ekonomie doktor vid universitetet i Lund och arbetar tillsammans med två

NÄRINGSLIVETS MASKOT. Kung Carl Gustaf sätter guldkant på svensk exportindustri.

kolleger från universiteten i Harvard och Bradford med en studie om den svenska kronans betydelse som varumärke. I sitt arbete har forskaren intervjuat en rad företagsledare, den kungliga familjen samt representanter från hovet. Resultaten är entydiga: Den svenska marknad är viktig för näringslivet genom att bidra med en unik identitet.

”Sverige är ett litet, internationaliserat land. Kronan är ett starkt varumärke som positionerar Sverige och svenska företag. Samtidigt fungerar kungen som en slags garant för access och medial uppmärksamhet”, säger Mats Urde.

KÄRNAN i kungens samarbete med svenska exportföretag är olika internationella besök. Bruneiansan var ett typiskt sådant. Näringslivet,

ORDNADE. Ulf Dinkelspiel på Exportrådet fixade resan.

Topparna var med

Näringslivshöjdarna som var med i Brunei

ERIK BELFRAGE	Investor
BENGT ANDERSSON	ABB
JOHAN ADLER	Ericsson
KAI HAMMERICH	IVA
ERIK LIDSTRÖM	NCC
KENT-ÅKE JÖNSSON	Saab
BO TÖRN	Tetra Pak
MARTIN HAGBHYN	Kockums
SVEN PHILIP-SÖRENSEN	Golden Touch
K-A SUNDIN	Dockstavarvet

ASIATISK WALLENBERGARE. Investors Erik Belfrage, till vänster med Jacob Wallenberg, deltog i statsbesöket.

hovet, exportrådet och det kungliga varumärket agerade där i en stark symbios.

”Den kungliga närvaron ger helt klart extra uppmärksamhet åt våra arrangemang”, säger Helen Riise, informationschef på Exportrådet.

När kungen deltar i aktiviteter som ger svenska företag publicitet så följer det en viss tågordning. Exportrådet och hovet har två olika agendor men för en kontinuerlig dialog kring internationella kontakter.

Hovet sonderar terrängen för framtida statsbesök medan Exportrådet samråder med staten och näringslivet om var i världen man vill synas och utveckla kontakter. Därefter skickar

Exportrådet ut en förfrågan till vilka svenska företag som vill delta när kungen kommer på besök. Vanligtvis brukar intresset vara stort, även om det för företagens del innebär ett stort åtagande.

Det som följer rent praktiskt är rader av mottagningar och föredrag där de bägge ländernas företag och myndigheter knyter kontakter, medan kungen fungerar som maskot som sätter glans på sammanhanget.

”Kungligheterna får i uppdrag att agera dragplåster”, säger Helen Riise. ■

JONAS MALMBORG
jonas.malmborg@va.se

Kungen gör PR för utländskt bolag

Den svenska kungen och Exportrådet åkte till Brunei för att marknadsföra en mångmiljonär som bott i Storbritannien sedan 1964 och ett bolag som inte existerar i Sverige.

EFTERHAND står det klart att kungen framförallt åkte till det totalitära furstendömet för att hjälpa sin gode vän, Securitasarvingen, Sven Philip-Sörensen.

Sven Philip-Sörensen, som grundat välgörenhetsorganisationen ECPAT och arbetar nära med drottning Silvia i Childhood Foundation, hade direkta intressen av att Brunei fick uppmärksamhet i svenska medier. Som Expressen avslöjade i förra veckan ligger hans företag, Golden Touch, i startgroparna med att etablera resor till Brunei. Kungaparets vän är också lokal företrädare för Royal Brunei Air i Storbritannien.

Källor till VA indikerar nu att det i själva verket var Sven Philip-Sörensen som var initiativtagare till Bruneiansan och drev på för att

kungen skulle besöka landet i anslutning till sin resa till Vietnam.

Exportrådet är den myndighet som arbetar med att etablera och utveckla svenska företag på nya marknader. Exportrådet arbetar på uppdrag av staten och Svenskt Näringsliv. Och det var Exportrådet som ansvarade för att presentera och marknadsföra svenska företagsintressen i Brunei, bland dem fanns alltså företaget ”Golden Touch AB”.

Problemet är att Sven Philip-Sörensens Golden Touch AB inte är något registrerat svenskt företag. Vid en sökning i PRV:s företagsregister dyker inget bolag registrerat med det namnet upp. Sven Philip-Sörensen finns endast registrerad som styrelseledamot i ett svenskt aktiebolag: Blommeröds Arabstuteri.

Själv är han också utvandrad till Storbritannien och har inte betalt skatt i Sverige sedan 1964. Kungen har alltså rest till Brunei för att lansera ett utländskt företag, ägt av en person som är bosatt och betalar skatt i ett annat land.

Exportrådets VD Ulf Dinkelspiel vidhåller dock att Golden Touch är ett svenskt bolag.

”Mig veterligen är det så. Exportrådet kan ju inte sitta och granska varje företag och kontrollera med PRV om de är registrerade i Sverige eller ej. Att bolagen som deltar är svenska är heller inget krav, så länge de gynnar svenska intressen.” ■

BRUNEIVÄNNEN. Kungens vän Sven Philip-Sörensen bor inte i Sverige men får ändå exporthjälp.