

# Svenskarna som rör sig i kapitalismens hjärta

**Wall Street är kapitalismens kärna. En blåsig gata som alla älskar att hata. Attentions Jeanette Neij gav sig ut på jakt efter svenskarna i maktens centrum.**

Text: Jeanette Neij

Världens mäktigaste affärsgata är ynka 600 meter lång och väldigt blåsig. En vardag vid lunchtid trängs lika delar finansfolk, turister och poliser i krokarna. En och annan hund som sniffar efter sprängämnen kanske syns till, men svenska börshajar är det ont om.

Finanssvenskarna sitter snarare i Midtown. Men de arbetar ändå på "Wall Street". Det var länge sedan Wall Street var en geografisk benämning. Begreppet har slagit inflationsrekord och används i dag synonymt med pengar. Och makt.

Vill man träffa en svensk på den blåsiga gatstumpen är journalisten Bengt Göransson hetaste tipset. Han är Mr Wall Street i svenska medier och rapporterar från börshuset på tvärgatan Broad Street. Bengt går sina varv i kvarteren och skakar hand, small talkar och big talkar, spetsar öronen och håller upp ett finger i luften.

"Det är stämningar och psykologi som styr. En börskille kan träffa någon på lunchen i ett gathörn, prata lite och sedan bestämma sig för att köpa eller sälja. Det är sällan tekniska skäl till varför kurserna går upp och ned, utan psykologiska", säger han.

"Jag gjorde ett inslag i SVT där jag tog upp mina skor och visade hur slitna de var efter alla rundor på Wall Street. Sedan dess är det en kvinna från Luleå som brukar tipsa mig om en skosulebutik. Hon har till och med skickat presentkort."

Det tog extra många rundor att fixa till så att Sveriges statsministers dröm kunde gå i uppfyllelse. Bengt Göransson var den som ordnade så att Göran Persson fick öppna börshandeln på New York-börsen den 27 april 2004 och klämta i den 103 år gamla mässingsklockan inför hundra miljoner tittare världen över.

"Jag tror att Persson hajade hur stort det var att ringa in börsen", säger Bengt Göransson, som hoppas att kungen ska öppna börsen när Svensk-amerikanska handelskammaren firar hundra år i höst.

Den som håller i trådarna inför både hundraårsfirandet och när det gäller svensk-amerikanska affärskontakter är Renée Lundholm, chef för Svensk-amerikanska handelskammaren i New York. Hon älskar att hitta framgångsrika svenskar som verkar i det dolda och kan tänka sig att inspirera andra.

"Jag åt lunch med en enastående success story i dag, Thomas Sandell. Tänk vad han har byggt upp på bara åtta år. Jag vill ha med honom på vårt framtidssymposium under hundraårsfirandet."

Thomas Sandell tackade ja till både det och till att prata på Tisdagsklubben – om det inte blir hockeylaget New York Rangers OS-medaljör Henrik Lundquist i stället. Tisdagsklubben är handelskammarens after work-mingelträffar som presenterar svenska och amerikanska New Yorkare som lyckats. Och Thomas Sandell är verkligen en framgångssaga. Hans hedgefond Castlerigg, som startades 1998,

förvaltar i dag 30 miljarder kronor och drivs av egna företaget Sandell Asset Management.

”Han var sympatisk och otroligt imponerande”, säger Renée Lundholm, som annars inte brukar bli imponerad över svenskars sätt.

Det blir tydligen inte amerikaner heller.

”Svenskar kan lätt upplevas som oartiga, vi kan inte ordet please och upplevs många gånger som buffliga. Amerikaner har lättare för small talk och är bättre på kommunikation, svarar till exempel alltid på brev – det gör inte svenskar”, säger Renée Lundholm.

En annan svensk New York-veteran, vd:n Tomas Ericson på Volvo Group North America, minns när han trampade sina kollegor på tårna i början av karriären.

”När jag kom hit och började jobba på Volvo reagerade mina amerikanska kollegor på att jag knackade på hos chefen direkt och frågade om han hade tid några minuter. På så sätt fick jag snabbt saker gjorda medan de beställde tid hos sekreteraren och fick tid nästa vecka. Det upplevdes som att jag fick favör som svensk, men jag ville ju bara ha svar. Det här fick jag höra först något år senare”, berättar han.

Amerikaner är mer formella än vad svenskar tycks tro. Och de vill att en chef ska peka med hela handen. På svenska bolag i USA med svenska chefer och amerikanska medarbetare kan stillestånd infinna sig när chefen inte förstår varför ingenting händer och de anställda sitter och väntar på order.

”Amerikaner väntar på att chefen ska fatta beslut och svenska chefen väntar på att hans anställda ska säga vad de tycker”, menar Tomas Ericson.

På Wall Street är makt viktigt. Och makten ska manifesteras. Hierarkierna frodas och kan ibland befästas på lite knepiga sätt. Företagsledare och även ledare på lägre nivå ser till att omgärda sig med så många symboler som möjligt för att visa avstånd till gemene man. Specialhissar, egna chaufförer och särskilda ingångar är bara några sätt för att slippa beblanda sig med andra.

Per Hammarlund, riskanalytiker på försäkringsjätten AIG, sitter i Manhattans tredje högsta byggnad, på Wall Streets parallellgata Pine Street, och tycker att allt det där är rätt larvigt. Han har børsfolket om hörnet och konstaterar att många av Wall Streetarna lever och äter där med den finansiella marknaden som en livsstil.

”Ska man jobba på Wall Street och vara framgångsrik jobbar man dygnet runt. Skillnaden mot Sverige märks i attityd till arbete och fritid, speciellt på sommaren. Även de högst uppsatta i svenskt näringsliv tar längre semester på sommaren. Tar man en vecka här är det lång tid.”

Men rik kan man förstås bli. En bra ingångslön på Wall Street för någon som har en MBA är 100 000 dollar per år inklusive bonus. Visar du framfötterna under några hundår ökar du mycket snabbare än i Sverige och kan ha fördubblat din lön på några år. Enligt Per Hammarlund är investmentbankerna mesta high profile-branschen på Wall Street och sedan trading av olika sorter. Därefter kommer olika finansiella produkter.

”Det är väl samma som i Stockholm. Fusioner och uppköp är det som hamnar i tidningen”, menar han.

På investmentbankbjässen Morgan Stanley i New York sitter David Oxenstierna, född i Stockholm och uppvuxen på Gotland, som global chef för kundtjänst inom aktier och derivat.

”Själva börshandeln med folk som springer omkring på börsgolvet och skriker är på väg ut. Det är en mindre del av den här branschen. Nuförtiden handlar det mer om derivat och derivatinstrument och det sker ju inte på själva Wall Street utan sköts elektroniskt. Mycket handlar också om att strukturera nya lösningar med skraddarsyddna produkter som inte handlas offentligt. Där finns det verkligen ingen börs alls”, förklarar han.

Enligt honom var hedgefonder sexigast på Wall Street de senaste åren, men nu har även private equity blivit allt mer attraktivt. Det blir svårare och svårare för fonder och hedgefonder att slå börsindex. Konkurrensen är hård och produktutvecklingen går otroligt snabbt. Det allra hetaste kapitalet är alltså det intellektuella.

”Jag läste en rolig beskrivning som sa att en investmentbank är inget mer än en hög med pengar och en massa duktiga människor. Väldigt förenklat förstås, men det intellektuella kapitalet är avgörande”, säger David Oxenstierna.

Skarpa hjärnor fullproppade med kunskap och erfarenheter... vad pratar de om mellan möten och lunchtuggor?

”Man pratar sport och familj, vart man ska resa och vad man ska göra till helgen. Jag pratade politik på jobbet i London men det gör man inte här. Politik och religion är tabu. Baseboll är jättebra att prata om, men urtråkigt”, säger David Oxenstierna.

”Man måste förstå att olika sporter är en jätteviktig del av amerikaners liv ända upp på högsta ledningsnivå. Ett möte som handlar om ett stort företagsköp kan börja med att man talar om den senaste basebollmatchen eller hockeymatchen. Man måste hänga med eftersom alla gör det – från vaggan till graven. Och alla har ett favoritlag”, säger Maria Tufvesson Shuck, advokat på Mannheimer Swartling i New York och en av de viktigaste affärslänkarna som Sverige har med Wall Street.

Förutom sportintresset pekar hon på två saker som man bör komma ihåg i amerikanska affärslivet. För det första att amerikaner är födda säljare.

”De säljer allt och de säljer bra. Mycket av det vi svenskar upplever som att de brer på för mycket är uttryck för detta. Svenskar tenderar att förringa sin insats och berätta om alla fel. Det kan bli bryderier när synsätten möts.”

För det andra börjar ofta amerikaner en förhandling med ett nej eller förklarar varför något är omöjligt. Svenskar tar det bokstavligt, men från amerikansk sida är det bara början på den verkliga förhandlingen. Svenskar säger däremot sällan nej, även när de menar det, utan säger: ”Vi hörs om ett par dagar” eller ”Jag ska tänka på saken”.

Rent generellt tror också svenskar att vi kan och vet mer om USA och amerikaner än vad vi faktiskt gör, eftersom vi översköljs av amerikansk kultur och media. Men affärslivet har man inte alltid koll på. Finansjuristen Bertil Nordin, en av få svenskar på fysiska Wall Street, efterlyser mycket högre svansföring bland svenska världsledande företag som Volvo, SKF, Atlas Copco och Ericsson.

”När man har varit marknadsledande i 20-30 år borde man vara väldigt stark och ha mycket högre aktiekurser”, säger han.

Visserligen lanseras svenska företag med pompa och ståt i USA vid börsintroduktionen, men sedan blir det tyst och de glöms bort.

”Scania listade sig i USA, men sedan var det ingen mer som hörde någonting om det hela. Det är ingen som vet vad Scania är i USA. Det råkar bara vara ett av världens största lastbils- och bussföretag!”, säger Bertil Nordin.

Men är det något vi svenskar kan så är det att klä oss snyggt. Ja, förutom Bengt Göransson kanske. När han började bevaka börserna i början av 90-talet kom han in på NYSE slarvigt klädd. Det dröjde bara några dagar innan börschefen tog tag i hans slips, drog åt och sa: "Den ska sitta ordentligt åtdragen i halsen!"

I övrigt är det lite så och så med klädseln. Per Hammarlund på AIG skrattar när han minns en intervjuare på Goldman Sachs, vars tygflärp som döljer gylfen var helt trasig och fladdrade så att blixtlåset syntes.

"En annan gång satt jag med någon som hade en stor fläck på högra skjortaxeln, hål på vänstra byxfickan och solkig slips. Jag har svårt att se att det skulle ske i Sverige. Men det är en kulturgrej. Om någon tänker för mycket på klädseln kan folk börja undra över deras sexualitet."

Katrin Tijburg är skjortföretaget Eton of Swedens nya PR-kvinna i New York. Hennes dröm är att få ekipera Wall Streets finansfolk med svenska skjortor.

"Varje dag tar jag tunnelbanan från Wall Street och spanar då in en del av de åtta-tiotusen som passerar för att se vad de har på sig. De vita kragarna och manschetterna kommer tillbaka nu i modet. Problemet är att finansfolket här har kvar sina sedan förra gången det var modernt...", suckar hon.

Artikeln får inte publiceras eller kopieras, vare sig helt eller delvis, utan författarens tillstånd.