

1968 – från grosshandel till forskningsinstitut

Rolf Rundfelt

SÄRTRYCK ur Magnus Henrekson och Göran Albinsson Bruhner (red.),
IFN 1939–2014 – 75 år av ekonomisk forskning

 INSTITUTET FÖR
NÄRINGS- OCH
LIVSFORSKNING

Ekerlids Förlag

KAPITEL 6

1968 – FRÅN GROSSHANDEL TILL FORSKNINGSINSTITUT

ROLF RUNDFELT

1968 flyttade min fru och jag som nyblivna föräldrar från Stockholms innerstad till villaförorten Bromma Kyrka. Och så en dag ringde Lars Nabseth och frågade om jag ville börja på IUI. Han nämnde senare, att han hade kontaktat Handelshögskolan och bett om namn på någon som var duktig i redovisning och kunde tänkas hjälpa till med ett forskningsprojekt. Förmodligen talade han med Sven-Erik Johansson, professor i redovisning. Jag hade i början av 1968 tenerat för honom på en specialkurs. När jag nu efteråt tittar i tentamensboken ser jag betyget Med beröm godkänt. Lite förvånande. Jag hade nämligen fått ”rest” därför att jag missat en av redovisningsgurun Richard Mattessich skriven huvudbok. Om det skulle ha varit Sven-Erik som ändå rekommenderade mig är jag honom tacksam för detta, liksom för de kontakter vi haft genom åren.

När Lars erbjöd arbetsbyte var jag anställd hos familjeföretaget Söderberg & Haak, en hundraårig grossiströrelse med ett brett sortiment av metaller, byggnadsvaror och maskiner. Jag lärde där känna en av våra stora patricierfamiljer med pappa Ragnar Söderberg och sönerna Johan, Erik och Sven. Ragnar minns jag mest när han pläderade för att öppen redovisning av lagerreserver enbart var till nackdel för vanliga aktieägare. Jag opponerade mig inte trots att jag i alla andra sammanhang hävdade motsatsen. På S&H handlade det dock mest om att ytterligare förfina fördelningsnycklar för den resultatanalys som var min huvudsakliga arbetsuppgift. Särskilt med Johan fick jag under senare år en god kontakt. Förmodligen avstod jag från argumenterande mot hans tro på självkostnadsprincipen. Jag ägnade dock en hel del tid åt att ge de olika avdelningscheferna underlag för ett annat synsätt än chefens.

Toalettlokalerna är lustigt nog värda ett omnämnande. De fyllde nämligen en social funktion. Grossisten S&H var dominerad av manliga försäljare. Eftersom det rädde rökförbud på arbetsrummen blev den naturliga mötesplatsen toalettutrymmet, som i effektivitetens namn var utrustat med telefon i varje bås. Säljarna kunde alltså tillbringa en hel del tid där. Också jag. Trots att jag inte rökte själv

fick jag säkert i mig en rejäl nikotindos varje dag.

Även om det projekt i vilket jag skulle medverka inte framstod som särskilt lockande blev jag säkert ändå glad över Lars anbud. Han berättade att Utbildningsdepartementet vänt sig till IUI med en förfrågan om medverkan i en undersökning av reklamens kostnader i Sverige. Syftet var att till den under departementet lydande parlamentariska Reklamutredningen leverera underlag inför beslutet huruvida reklam skulle tillåtas i dåvarande statliga monopol-TV. Enligt Lars var det naturligt att acceptera uppdraget eftersom IUI varit engagerat i studier av konsumtionens olika varugrupper (se t.ex. Dahlman och Klevmarken 1971). I samråd med Reklamutredningen beslöts därför om en budget som bedömdes möjliggöra en utsändning av 2 500 företagsenkäter.

Avsikten med IUI:s medverkan var trefaldig. En beräkning skulle göras av de totala kostnaderna för kommersiell reklam i Sverige uppdelade på näringar och branscher. Vidare gällde det att uppskatta kostnaderna för kommersiell reklam avseende den privata konsumtionen på ett sätt som möjliggjorde en analys av reklamens bestämningsfaktorer. Härtill kom en redovisning av reklamkostnadernas variation mellan olika varor och företag.

Lars lockade med att den färdiga utredningen skulle kunna läggas fram som en doktorsavhandling. Även om upplägget inte lät så spännande ur redovisningssynvinkel tackade jag ändå ja. Ett beslut som jag aldrig ångrat. Inte minst eftersom Lars morot kom att materialiseras genom att den färdiga rapporten kvalificerade för en doktorsexamen vid Stockholms universitet.

REKLAMENS KOSTNADER OCH BESTÄMNINGSFAKTORER

Lars bedömde att genomförandet av en så stor undersökning inte kunde hanteras enbart med institutets resurser. Han kom därför överens med Statistiska centralbyrån, SCB, om ett samarbete avseende datainsamlingen. Kontaktpersoner blev i första hand Gustav Levenius och hans byråchef Åke Lönnqvist. Den senare insåg risken att SCB kunde uppfattas som enbart underleverantör och krävde därför att arbetet skulle bedrivas i dess lokaler. En stor del av mitt första år på IUI kom därför att förläggas hos SCB på Karlavägen.

Enkäten genomfördes utan större problem. Jag trodde länge att Gustav Levenius och jag satte ett rekord när det gällde svarsfrekvens. Den kom att sluta på ca 95 procent. Senare har jag noterat att Birgitta Swedenborg i sin undersökning av industrins utlandsinvesteringar kom upp i 98 procent (Swedenborg 2009). En rolig episod är från testningen av frågeformuläret. Vi ringde upp 25 företag och påstod att de var slumpmässigt utvalda från SCB:s register. Jag hade ett trevligt samtal med ägaren till ett mindre kafferosteri i Danderyd. Han fram-

höll dock försynt, att eftersom antalet anställda understeg fem var företaget inte registrerat hos SCB.

Till projektet var kopplat en extern referensgrupp. De jag framför allt kommer ihåg var SNS-chefen Göran Albinsson Bruhner och docenten Alf Carling. Båda var som experter knutna till reklamutredningen. Redovisningen av enkätundersökningen togs emot väl. Däremot började det gnissla när diskussionen kom att handla om bestämningsfaktorerna. Alf stödde mig i allt väsentligt medan Göran var tydlig i sin kritik mot mina förslag. Lars tröstade mig med att han inte tyckte att Göran hade särskilt goda argument. En klen tröst, sanningen var att mitt försök att förklara varför reklamkostnaderna varierar mellan företag och varugrupper inte skapade särskilt mycket klarhet. Det handlade också om något som John Skår gav uttryck åt efter ett internt seminarium, där han hade rekommenderats att förkasta ändringar som han infört efter det föregående seminariet. När han beklagade sig inför Ragnar Bentzel, som då var chef, sa denne att han måste lita på sitt eget omdöme (Skår 2009). Helt klart var att jag inte litade tillräckligt på mitt omdöme.

Samtidigt bör framhållas att det är en svår uppgift att förklara varför reklamkostnaderna varierar mellan produkter och företag. Alla kan vi nämna varor för vilka vi anser att det görs mycket reklam. Från tidigare forskning är känt, att beslut om reklambudgeten oftast handlar om ett procenttal i förhållande till omsättningen. På frågan hur detta fastställs är det vanliga svaret, att det handlar om arv från tidigare år. Den lösning jag valde var att formulera ett antal hypoteser med utgångspunkt från tidigare undersökningar. Okontroversiella exempel är att internationella företag har högre reklamintensitet (reklamkostnader som andel av omsättningen) än andra företag och att nyetablerade företag satsar mer på reklam. Jag vill minnas att Görans kritik var att den här typen av samband inte leder till någon djupare förståelse för hur reklambesluten fattas. Han hade säkert föredragit en undersökning som gick mer på djupet, där inte bara reklam utan också andra former av marknadsföring beaktades. Det är lätt att hålla med om att en sådan undersökning kunde vara av intresse, men den var inte förenlig med det avtal som slutits med Utbildningsdepartementet.

I slutrapporten finns ett utgivarens förord av Lars Nabseth. Däremot saknas ett författarens förord där jag tackar dem som deltagit i de interna seminarierna. Den bristen passar jag här på att delvis reparera. I jubileumsboken (Henrekson 2009) är det flera som framhåller Jan Bröms insatser för att öka läsbarheten av deras produkter. Jag undrar om någon fått mer stöd och hjälp av honom än jag. Det handlade inte bara om seminarierna utan om en löpande diskussion, ofta avbruten av pingis nere i källaren. John Skår var också ett stort stöd, delvis knutet till Stockholms universitet där han 1969 tillträtt en tjänst som universitetslektor.

Sist, men inte minst, går ett tack till Harry Lütjohann för hans arbete med de

ekonometriska avsnitten. Den metod jag valde för att hitta förklaringar till reklamkostnadernas variationer var regressionsanalys med reklamintensiteten som beroende variabel. Ur de olika hypoteserna härleddes sex oberoende variabler som skulle kunna förklara skillnader mellan varor. För olikheter mellan företag användes sex andra variabler. Regressionsberäkningarna genomfördes vid den här tiden på QZ, en datacentral inrymd i den gamla regementsbyggnaden på Linnégatan. Man gick dit med en packe hålkort och fick ut en lista med resultat. Jag besökte QZ ganska många gånger. Anledningen var att de resultat som kom fram inte hade särskilt högt förklaringsvärde. Självklart hade det varit roligare om det gått att påvisa att företag som karakteriserades av detta och detta satsade mer på reklam än andra. Nu gick inte det oavsett hur jag försökte pussla samman de olika förklaringsvariablerna.

Detta understryks också i rapporten (avsnitt 4.6). Där sägs att

... de olika hypoteserna är inte ett resultat av någon speciell teori om hur företag fattar beslut om reklamkostnadernas storlek. Snarare har vi gjort en sammanställning av vad olika författare i olika sammanhang har anfört som orsaker till att reklamkostnaderna varierar mellan varugrupper och företag.

Dessa testades mot det insamlade materialet, vilket ledde till ett antal körningar för att komma fram till den som gav det högsta förklaringsvärdet. En för mig positiv följd av en läsning efter drygt 40 år är att rapporten så tydligt beskriver hur jag gick tillväga. Jag tycker inte den är något att skämmas över.

Den enskilda variabel som i särklass hade störst förklaringsvärde var branschstrukturen. När företagen agerade på en marknad med få konkurrenter, ett s.k. oligopol, var reklamintensiteten klart högre än annars. Den förklaring som anges i litteraturen är att alternativet priskonkurrens inte är effektivt eftersom prisförändringar snabbt kan kopieras. Istället satsas på särpräglade marknadsaktiviteter såsom reklam, vilka är svårare att imitera. Förekomsten av oligopol innebär dock inte alltid hög reklamintensitet. Ett undantag som undersökningen identifierade gällde glödlampor. Av någon anledning gjordes ganska lite reklam för dessa. Jag kontaktade ett av företagen men fick aldrig någon bra förklaring.

LIVET PÅ IUI HANDLADE INTE BARA OM REKLAM

Seminarierna på IUI kunde vara ganska tuffa. Jag minns särskilt ett besök av Leif Mutén som hade skrivit en uppsats på vilken han ville ha synpunkter. Den handlade naturligtvis om skatterätt men med ett antal utvidgningar om ekonomi. Jan Bröms begärde ordet och visade fram sitt ex där han med en tjock rödpenna strukit över flera sidor. Vid ett annat tillfälle lade Gunnar Eliasson fram ett opus

och fick en uppsträckning av Lars Nabseth för att det var dåligt. Gunnar tog till sig kritiken och kom snart tillbaka med en mycket bättre version.

Till de projektrelaterade seminarierna avdelades bara mindre grupper. Jag deltog i två som leddes av Birgitta Swedenborg respektive Hans-Fredrik Samuelsson. Den förra behandlade svenska investeringar i utlandet, den andra utländska investeringar i Sverige. Intressant var också att höra Lars Nabseth redogöra för en bilaga till långtidsutredningen om varvsindustrin (Ekström 1970). Vid ett seminarium förklarade Lars, att de svenska varven hade en framtid med motiveringen att fartygsbyggande inte bara handlar om att svetsa stora stålplåtar. Det krävs ett väl fungerande system av underleverantörer, som han menade var svårt för utländska konkurrenter att bygga upp. Lars Wohlin informerade på vårt seminarium om en föreslagen utbyggnad av Norrbottens järnverk i Luleå, det så kallade Stålverk 80. Han gick igenom de komparativa fördelarna, eller snarare nackdelarna, och menade att hela projektet var dödsdömt. Som bekant avbröts det också några år senare.

Det var spännande att få delta i ett möte med institutets styrelse vars ordförande under den här tiden var Marcus Wallenberg. Det var tradition att de här mötena en gång om året kombinerades med företagsbesök. Den gången jag fick vara med stod Åkerlund och Rausing i Lund värd. På kvällen var vi bjudna till Ruben Rausing, som bjöd på amerikanska kräftor han hade odlat på Gotland. Det var nervöst att sitta vid middagsbordet och äta kräftor utan att göra bort sig. Lite nervöst också att presentera mitt projekt inför två ikoner (trots min erfarenhet av umgänget med familjen Söderberg). Det gick bra, trots att en beskrivning av reklamkostnadernas storlek knappast var något som intresserade dem.

Mitt projekt blev klart i slutet av 1972. Ett erbjudande som de flesta av forskarna fick var att få tillbringa en termin vid ett amerikanskt universitet. I mitt fall blev det Stanford i staden Palo Alto några mil söder om San Fransisco. Hela familjen följde med. Jag anmälde mig till ett antal kurser, bland annat ett löpande seminarium i redovisning för Bill Beaver, som jag tidigare kommit i kontakt med via hans böcker. Vi var ett par dussin deltagare av vilka hälften, kanske fler, verkade vara av asiatiskt ursprung. På det första seminariet delades en artikel ut som man ombads läsa igenom till nästa möte en vecka senare. Jag läste men tyckte inte att jag hade så mycket att kommentera. Det behövdes nu inte. En intensiv diskussion utbröt och efter vad jag kunde bedöma en mycket kvalificerad sådan. Jämfört med de lugna seminarierna vid Stockholms universitet, där jag ibland gästföreläste, kunde skillnaderna inte vara större. Mest som avkoppling anmälde jag mig också till en kurs i astronomi. Det visade sig feltänkt. De krav som ställdes på deltagarna var så höga att jag inte hade en chans att följa med.

Terminen vid Stanford var snart till ända. Vi köpte en begagnad husvagn och körde med våra tre barn över till ostkusten via Las Vegas och Miami.

Tolv år senare tillbringade jag en termin vid New York University som biträdande lärare i redovisning. Min kurs handlade om *Intermediate Accounting*, dvs. i stort sett samma redovisningsfrågor som ingår i *International Financial Reporting Standards*, IFRS, alltså de regler som svenska börsnoterade företag numera måste följa. Kontrasten mot Stanford var betydande – utom i ett avseende. Studenterna tävlade om att räcka upp handen och att framstå som intresserade. Vad det uppenbarligen handlade om var vikten av att bli uppmärksam. Intresset för och kunskapen om redovisning var dock låg. Särskilt avseende mina utvidgningar rörande de diskussioner som samtidigt pågick inom dåvarande *International Accounting Standards Committee*, IASC, om skapandet av ett globalt regelverk för redovisning. Inte heller mina försök att genom enkla T-konton exemplifiera hur olika transaktioner påverkar balansräkningen verkade väcka anklag. Så den utvärdering jag fick av studenterna blev inte särskilt bra.

INFLATIONSREDOVISNING OCH FLYTT TILL INDUSTRIFÖRBUNDET

1970 var inflationen i Sverige nära 7 procent. Några år senare var den över 10 procent. Frågan hur detta påverkade företagets redovisning blev naturlig. En av dem som funderade över problemet var Matts Carlgren, vd på Mo och Domsjö AB. Han vände sig till Industriförbundet och efterhörde möjligheterna att utreda införandet av inflationsredovisning i Sverige. Frågan gick till Jan Bröms som då hade tillträtt tjänsten som chefsekonom. Han i sin tur kontaktade mig. Jag hade nyligen läst en bok av Edwards och Bell (1961) i vilken författarna beskrev en modell för inflationsredovisning. Jan och jag kom överens om att modellen kunde lämpa sig också för Sverige.

1974 skrev vi tillsammans boken *Inflationsredovisning: ett förslag till prisjusterad årsredovisning*. Förordet undertecknades av Industriförbundets vd Axel Iveroth och IUI-chefen Lars Wohlin. Samarbetet med Jan medförde att jag flyttade över till Industriförbundet. Där kom min tid att delas mellan den ekonomisk-politiska avdelningen med Jan Bröms och Ola Virin och med den skattepolitiska avdelningen för vilken Dag Helmers var chef med Arne Gustafsson och Erik Eklund som skattesakkunniga. 1985 anställdes jag vid Bohlins Revisionsbyrå som några år senare valde KPMG till internationell samarbetspartner.

Sedan jag slutade vid IUI har jag bara haft sporadiskt samröre med själva institutet. Flera vänskapsband knöts dock. I första hand gäller det Gunnar Eliasson, emedan vi delar en fjällstuga. Med Bengt Rydén hade jag inte så mycket kontakt under IUI-tiden. Han hade ju då gått över till SNS. Men senare har vi haft desto mer med varandra att göra. Lars Wohlin hade jag ibland sällskap med på tåget till Linköping, där han föreläste vid universitetet. Gunnar och Anita Du Rietz,

Birgitta Swedenborg och John Skår är andra som ibland dyker upp i tankarna, alltid med positiva vibrationer.

REFERENSER

- Bröms, Jan och Rolf Rundfelt (1974), *Inflationsredovisning: ett förslag till prisjusterad årsredovisning*. Stockholm: Sveriges Industriförbund.
- Dahlman, Carl-Johan och Anders Klevmarken (1971), *Den privata konsumtionen 1931–75*. Stockholm: IUI och Almqvist & Wiksell.
- Ekström, John (1970), *Varvsindustrins problem: Efterfrågan – konkurrens – framtidsutsikter. Med bedömning av den svenska varvsindustrins utvecklingsförutsättningar* [av Ragnar Bentzel, John Ekström och Lars Nabseth]. Stockholm: IUI och Almqvist & Wiksell.
- Edwards, Edgar och Philip Bell (1961), *The Theory and Measurement of Business Income*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Henrekson, Magnus, red. (2009), *IFN/IUI 1939–2009: Sju decennier av forskning om ett näringsliv i utveckling*. Stockholm: Ekerlids.
- Rundfelt, Rolf (1973), *Reklamens kostnader och bestämningsfaktorer*. Stockholm: IUI och Almqvist & Wiksell.
- Samuelsson, Hans-Fredrik (1977), *Utländska direktinvesteringar i Sverige: En ekonomisk analys av bestämningsfaktorerna*. Stockholm: IUI och Almqvist & Wiksell International.
- Skår, John (2009), ”IUI – återblickar från framtiden”. I Magnus Henrekson, red., *IFN/IUI 1939–2009: Sju decennier av forskning om ett näringsliv i utveckling*. Stockholm: Ekerlids.
- Swedenborg, Birgitta (1973), *Den svenska industrins investeringar i utlandet*. Stockholm: IUI.
- Swedenborg, Birgitta (2009), ”Mina år på IUI: 1969–81 och 1986–90”. I Magnus Henrekson, red., *IFN/IUI 1939–2009: Sju decennier av forskning om ett näringsliv i utveckling*. Stockholm: Ekerlids.

FÖRFATTARPRESANTATION



Rolf Rundfelt är född 1939. Efter examen vid Handelshögskolan i Stockholm 1962 anställdes han på Söderberg & Haak. Under åren 1968 till 1973 genomförde han en undersökning av reklamens kostnader på IUI och tillsammans med Jan Bröms skrev han en bok om inflationsredovisning. Från IUI gick Rundfelt vidare till Industriförbundet där han var kvar fram till 1985 med undantag för ett avbrott mellan 1978 och 1980. Han var anställd på KPMG 1985–2002 och därefter verksam som konsult. År 1992 blev Rolf Rundfelt adjungerad professor vid Linköpings universitet. År 2010 övergick adjungeringen till en gästprofessur.

Han var ledamot av International Accounting Standards Committee 1987–2000 och av Redovisningsrådet 1990–2006.

Rolf Rundfelt var mellan 1987 och 2000 författare till den årliga boken *Tendenser i börsföretagens årsredovisning*.