

KRÖNIKA/Åsa Tillberg

DI

EU inte bara för europeiska länder

Trots en hel del motstånd inom EU, pekar allt på att Turkiets medlemskapsförhandlingar drar i gång planenligt den 3 oktober.

Det är inte konstigt om vi västeuropéer känner oss lite tveksamma till Turkiet som en framtida EU-medlem. Turkiet är visserligen en sekulär stat där religionen enligt grundlagen måste skiljas från de politiska och juridiska institutionerna, men det är trots allt ett muslimskt samhälle.

Efter de senaste årens islamistiska terroristattacker är vi rädda. Västerlandet är under angrepp och då kan det kännas naturligt att sluta sig mot omvärlden och hålla sig till vår egen lilla värld som historiskt har formats av kristendomen. Vissa debattörer hävdar till och med att vi behöver mer kristenhet och religion.

DET TROR INTE JAG. Religion är en (viktig) privatsak och i dag är det inte i första hand kristenheten som präglar vårt öppna samhälle i väst. I Bibeln kan man som bekant hitta stöd för såväl tolerans som intolerans, beroende på vad man letar efter. Betydligt viktigare är att vi lever i ett sekulariserat samhälle. Jag gissar att många av oss har betydligt mer gemensamt med en modernt tänkande turk i Istanbul än vad vi har med en militant religiös abortmotståndare i USA.

I en tid som präglas av starka motsättningar mellan västvärlden och islamister vore det vansinnigt att säga nej till en sekulär stat med muslimska medborgare som strävar efter att närma sig Europa och komma med i EU.

Ett nej skulle stärka de fundamentalistiska krafterna i Turkiet, kanske hänvisa landet till sina mer traditionellt muslimska grannar och förmodligen försvåra för kurderna som fått en bättre situation tack vare EU:s krav. Men lika allvarligt är att det vore ett tydligt budskap till de minst 15 miljoner muslimer som redan lever i EU: ni hör inte hit, ni är inte godkända som européer.

Tala om att bädda för utanförskap och motsättningar som riskerar att leda vidare till våld.

NÄR NYA LÄNDER, allt längre från EU:s kärna, knackar på dörren till gemenskapen, uppstår en konflikt mellan fördjupning och utvidgning av samarbetet. Självklart blir det slitningar om en långtgående integration i det ekonomiska samarbetet även ska omfatta länder som ligger långt efter i utveckling, till exempel Rumänien och på sikt Ukraina, Vitryssland och kanske till och med länder i Nordafrika.

Ett hägrande EU-medlemskap har visat sig vara en oöverträffat effektiv drivkraft för demokrati, öppenhet och mänskliga rättigheter, först i Spanien, Portugal och Grekland och nu på sistone i de forna kommuniststaterna i öst och i Turkiet. Vill vi att unionen ska fortsätta att spela en sådan roll, kan vi inte säga nej när nya och mer avlägsna länder vill vara med i vår gemenskap.

Om EU inte ska vara en sluten klubb för inbördes beundran mellan stater som är väldigt lika, måste vi hitta en ny struktur med övergångslösningar som gör att vi kan säga ja den dag ett demokratiskt Tunisien anmäler sitt intresse. Det kan till exempel handla om olika nivåer av medlemskap.

En uppdelning i A-, B- och C-lag behöver inte vara dålig så länge det finns tydliga kriterier för hur ett land genom egen utveckling kan avancera i hierarkin.

Kom ihåg att EU i första hand är en fredsorganisation. Ekonomisk integration är det kanske viktigaste medlet. Men det är freden som är målet. □

Åsa Tillberg är redaktionschef på Dagens Industri och skriver krönikor i DI varannan tisdag.

asa.tillberg@di.se

"Jag gissar att många av oss har betydligt mer gemensamt med en modernt tänkande turk i Istanbul än vad vi har med en militant religiös abortmotståndare i USA."



FOTO: INGVAR ANDERSSON

I TOPPEN. Ikea, med grundaren Ingvar Kamprad, ligger överlägset högst på listan över svenskarnas favoritföretag.

Svenskarna gillar Ikea bäst

...och Skandia är kvar på jumboplatsen

DI Björn Hedensjö
bjorn.hedensjo@di.se 08-736 59 64

Ikea sopar banan med konkurrensen när svenska folket får tycka till om vilket företag som har bäst anseende. Det visar en ny undersökning.

Sparbolaget Skandia ligger fortfarande i boten och lågpriskedjan Lidl är en nykomling bland de minst populära bolagen.

Nordic Brand Academy, ett nätverk mellan den akademiska världen och näringslivet, presenterar varje år den svenska delen av en internationell undersökning om allmänhetens attityd till olika företag. Runt 2 800 svenskar har intervjuats i årets undersökning.

Precis som förra året hamnar Ikea i topp. Möbeljätten är dessutom ännu mer populär än i fjol.

"Ikea är helt i en klass för sig och det är inte bara i Sverige som varumärket är uppskattat. I år hamnade Ikea i topp även i Norge och i ett land som Kina, där Ikea bara har två varuhus, är bolaget också mycket populärt",



FOTO: THOMAS ENGSTRÖM

JUMBO. Skandia, med styrelseordförande Bernt Magnusson, finns i botten på listan.

säger Tony Apéria, grundare av Nordic Brand Academy och varumärkesforskare vid Stockholms universitet.

Volvo – och då handlar det om personbilarna i första hand, enligt Tony Apéria – har också förbättrat sitt anseende rejält och puttar i årets undersökning ned Nokia från

Svenskarnas favoritföretag

Företagen med bäst anseende, skala 1–100

1. Ikea	81,1
2. Volvo	73,4
3. Microsoft	73,1
4. Nokia	72,4
5. Ica	71,7
6. H&M	69,7
7. Saab	66,9
8. Ericsson	66,2
9. ABB	63,8
10. Systembolaget	58,5

Källa: Nordic Brand Academy

Fotnot: Företagen i tabellen är sådana som de intervjuade personerna nämnt självmant. Det "betyg" företagen får är en sammanvägning av intervjupersonernas bedömning av företagen på sex olika områden.

listans andra plats. Den finländska telekomjätten får i år nöja sig med en fjärdeplats, efter det amerikanska mjukvarubolaget Microsoft.

Nokias svenska konkurrent Ericsson kommer först på åttonde plats, efter både

H&M och Saab, men får betydligt högre betyg i år än förra året.

"Den nya ledningen och de fortsatta ekonomiska framgångarna fortsätter att stärka Ericssons anseende", säger Tony Apéria.

Lidl på jumbolistan

I andra änden av skalan återfinns sparkoncernen Skandia, som även i år hamnar på jumboplats. Men bolagets omfattande reklamkampanjer och det faktum att skandalerna börjar kännas avlägsna gör att Skandia ändå får ett klart högre betyg än förra året.

Lågpriskedjan Lidl är en nykomling på jumbolistan.

"Svenskarna har ännu inte tagit till sig det extrema lågpriskonceptet. I exempelvis Tyskland hamnade lågpriskedjan Aldi i topp när det gäller anseende", säger han.

I bottenkiktet finns även Posten och SJ.

Värt att notera är att allmänheten överlag har större förtroende för svenska företag i år än året före. Att Sverige förskonats från större företagsskandaler på senare tid är den viktigaste förklaringen, enligt Tony Apéria. □

KOMMENTERA ARTIKELN PÅ DI.SE/FÖRETAGSTOPPEN di.se