

**Sammon konsernijohtaja Björn Wahlroos Mainontapäivässä:
"Yritysten moraalista vastaavat yksilöt"**

Yritysten yhteiskuntavastuun perään kuuluttavat poliitikot eivät tunne itse säätämiään lakeja, kritisoi Björn Wahlroos tiistaina Mainontapäivässä.

Yritysten parasta yhteiskuntavastuuta on tehdä omistajilleen mahdollisimman paljon voittoa. Yritykset eivät ole hyväntekeväisyysorganisaatioita, korosti Sampo Oyj:n konsernijohtaja **Björn Wahlroos** Mainontapäivässä Helsingin Messukeskuksessa. Mainostajien Liiton järjestämässä tapahtumassa puhunut Wahlroos sanoi, että yritysten tulee toimia eettisesti, mutta moraaliset kannanotot hän varasi yritysten omistajille.

"Yrityksillä moraalisen arvion pelivara on äärimmäisen pieni, koska heidän ei kuulu tehdä ratkaisuja omistajiensa puolesta", Wahlroos linjasi. Sen sijaan omistajilla – yksityisillä ihmisillä – on velvollisuus toimia oman moraalin mukaan.

"Joku pitää tärkeänä Itämeren pelastamista, toinen vähävaraisten lasten asiaa ja kolmas korkeakoulutuksen laadullista parantamista. Ne ovat arvotarkoituksia, joita ei voi tehdä usean ihmisen puolesta", korosti Wahlroos yli 600 yrityspäättäjälle.

Wahlroosin mukaan parasta yhteiskuntavastuullista toimintaa on se, että yritykset toimivat aina ja kaikkialla lakien ja hyvien tapojen mukaan. Lainsäätäjällä on oikeus verottaa ja säädellä yrityksiä, mutta myös yrityksellä oikeus siirtää liiketoimintaansa muualle.

Yritys on yhden asian liike

Björn Wahlroosin mukaan yrityksiltä on alettu odottaa roolia, joka on aiemmin ollut kunnilla ja valtioilla. Hänen mukaansa poliittisen järjestelmän painoarvon väheneminen on nostanut yritykset samastumiskohteiksi ja ne mielletään usein virheellisesti julkisyhteisöksi, johon yhteisön jäsenten on mahdollista vaikuttaa.

"Yritykset eivät kuitenkaan ole julkisyhteisöjä. Ne ovat yritteliäiden ihmisten perustamia organisaatioita, yhden asian liikkeitä, joiden ainoa tehtävä on hoitaa omistajiensa varallisuutta."

Wahlroos korostaa, että yritysten vastuullisen toiminnan ohjeet on kirjattu osakeyhtiölakiin, jossa hallituksen jäsenet velvoitetaan henkilökohtaisella vastuulla toimimaan kaikkien osakkeenomistajien edun puolesta.

"Kysykääpä yrityksiltä yhteiskuntavastuuta vaativilta kansanedustajilta, milloin he ovat viimeksi lukeneet säätämänsä osakeyhtiölakia."

Wahlroosin mukaan keskeinen yhteiskuntavastuuseen liittyvä kysymys on, pitääkö yrityksen ylläpitää kannattamatonta liiketoimintaa. Pienessä mittakaavassa sitä tehdään koko ajan, mutta laajassa mittakaavassa kysymys on järjetön.

"Kannattamattoman tuotantokapasiteetin ylläpitäminen suuressa mittakaavassa on koko talousjärjestelmämme peruslogiikan vastaista."

Lisätiedot:

Mainostajien Liitto, toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, puh. (09) 6860 8417, 040 508 0607

ritva.hanski-pitkakoski@mainostajat.fi

www.mainontapaiva.com www.mainostajat.fi

Mainostajien Liitto on valtakunnallinen, mainontaa ostavien yritysten ja yhteisöjen edunvalvoja. Jäsenyritykset (noin 400) edustavat kauppaa, teollisuutta, palvelualoja sekä julkisyhteisöjä. Näiden panostukset ovat yli 80 prosenttia markkinointiviestinnän kokonaisinvestoinneista Suomessa. Mainostajien Liiton tehtävä on vahvistaa mainostajien toimintaedellytyksiä ja edistää taloudellista, tehokasta ja hyvän tavan mukaista markkinointia.