

A-magasinet #27

07. juli 2017

A

Utdeling Næringslivets fredspris

Engasjement for alle penga

Når politikerne svikter, er det noen som mener at næringslivet må bidra til å redde verden.

Følg oss på Instagram og Twitter.

@amagasinet og #amagasinet

På facebook.com/Amagasinet kan du lese mer om oss og diskutere sakene våre.

UKE 27

Kul professor
[Maria Strømme]

Nanoteknologi er nærmest uforståelig for folk flest. Men er du nysgjerrig på å finne ut mer om hva den kan brukes til? Gå inn på YouTube og søk opp Maria Strømme om fremtiden med nanoteknik.

A-magasinet – Samfunn • Kultur • Viten • Mat og drikke • Ute • Relasjoner

Leder



FOTO: TOM KOLSTAD

LEDER

Et spørsmål om samfunnsansvar

[Lillian Vambheim er redaktør for A-magasinet]

Det er gått nesten 30 år siden den britiske forretningsmannen John Elkingtons bok *Grønne kapitalister* ble gitt ut på norsk og skapte blest om et nytt begrep – corporate social responsibility (CSR). Han var en av dem som utfordret etablerte maktstrukturer og startet en debatt om bedriftsledere burde ta mer samfunnsansvar for å bidra til en bedre verden.

For de fleste var det en helt ny tilnærming til tradisjonelle problemstillinger, og begrepet ble ikke umiddelbart omfavnet. Skulle komplekse utfordringer, som å bekjempe fattigdom og finne løsninger på klimaproblemene, overlates til næringslivsledere som var mest kjent for å jakte på profitt?

I dagens hovedsak forteller vi noen per-

sonlige historier som viser hvordan enkeltledere på sikt kan få til store samfunnsendringer.

I en tid med ustabile politiske toppledere øker igjen kravene til næringslivet og deres ledere om å ta en tydeligere rolle.

Forkjempernes argumenter er mange: Selskaper sitter på store ressurser og har dermed midler til å skape endring. Mens klimautfordringene er langvarige og de økonomiske forskjellene i verden øker, beskyldes mange politikere for å ha mer kortsiktige mål: Å vinne neste valg.

Det kan også koke ned til ett enkelt spørsmål: Hvilket ansvar har du for å bidra til å endre samfunnet? Du trenger ikke være en næringslivsleder for å utgjøre en forskjell, men det kan få fortgang i prosesser.

lillian@aftenposten.no



HISTORIEN BAK
Norsk-svensk energi



Øyvind Nordli er journalist i A-magasinet

Jeg var på treningssenteret og løp på tredemølle. Klokken var rundt 07.00 på morgenen, det var mandag, og dårlig samvittighet fra helgen skulle bekjempes. Foran meg på en av de mange TV-skjermene dukket en mørkhåret kvinne opp med knallrød leppestift. Jeg fikk på meg hodetelefonene og rakk å høre hva hun snakket om på svensk TV. Forsker Maria Strømme presenterte nye funn innen nanoteknologi med voldsom energi og overbevisning. Noen uker senere ringte jeg den norsk-svenske professoren. I dagens A-magasin kan du lese intervjuet med henne.

Side 9 ▶

Hva hvis næringslivet brukte makten sin til å gjøre verden bedre?

Selskaper som Apple, Facebook, Google og Tesla har like store økonomier som flere rike land.

TEKST *Per Magnus Riseng og Tone Sutterud* FOTO *Tom A. Kolstad*

En dag på 1970-tallet satt en jente i en gate i Bangladesh, omgitt av fattige mennesker. *Det er en ære å kunne gi*, hadde foreldrene forklart. Så på fredager satt hun og de tre storesøstrene utenfor familiens hus og delte ut kopper med ris til fattige som kom og tigget mat og ikke hadde annet å gi tilbake enn sine velsignelser.

Shahnaz så kvinnene rundt seg bli fortalt hvordan de skulle leve. Hennes egen mor lot døtrene gå på katolsk skole, lære dansing og sykling – utenkelige aktiviteter for andre muslimske jenter. Hennes familie var blant de heldige. De tilhørte middelklassen, noe foreldrene aldri lot døtrene glemme.

Ingen av bestemødrene til Durreen Shahnaz fikk utdanning; begge ble giftet bort som 11-åringer. Men barnet deres skulle bli den første bangladeshiske kvinnen på Wall Street.

DRØMMEN OM RIKDOM. En dag på 1980-tallet satt en ung mann i et auditorium i Bergen, omgitt av ambisiøse medstudenter. *Hvordan bli rik*, het foredraget.

Arrangøren var Næringslivsutvalget ved Handelshøyskolen i Bergen. Det var den unge mannen som ledet utvalget. Per L. Saxegaard hadde ansvaret for kontakten mellom studenter og næringsliv. Salen var så full at mange måtte stå langs veggene.

Willoch-regjeringen hadde løst på økonomiske reguleringer. Norge var på full fart inn i jappetiden. For Saxegaard, som hadde vært blå russ-president i Oslo før han flyttet til Bergen, var ikke dette med lykke så voldsomt komplisert.

– For mange var nok tanken at jo rikere du ble, desto lykkeligere ble du. Med det som poeng dro mange av oss ut i verden for å skape suksess, minnes han.

OSLO BUSINESS FOR PEACE AWARD

[Fredspris for næringslivet]

Deles ut av Business for Peace Foundation, en stiftelse startet av Per L. Saxegaard i 2007.

Har som mål å bli den høyeste anerkjennelsen en næringsleder kan oppnå globalt.

Juryen består av fem tidligere nobelprisvinnere i fred og økonomi. FN og verdens største næringsorganisasjon, International Chamber of Commerce, er globale partnere og nominerer kandidatene gjennom sine lokale organisasjoner.

Deles ut til næringslivsledere som har utmerket seg i det stiftelsen kaller «businessworthy» (forretningsverdige) prestasjoner.

KILDE: BUSINESS FOR PEACE



NG BUSINESSWORTHY

BUSINESS FOR PEACE FOUNDATION

SPIRIT OF THE HIGHER
CORPORATE BUSINESS



Fredskonferanse.

Stiftelsen Business for Peaces konferanse i Oslo rådhus i vår, var den 11. i rekken. Fra venstre Murad Al-Katib, Durreen Shahnaz, som blir intervjuet av Henrik Syse, Georg Ell og Harley Seyedin.



► **FRA BANGLADESH TIL WALL STREET.** Få ville spådd at jenta med riskoppen og mannen i auditoriet skulle få særlig mye til felles. Men på slutten av 80-tallet jobbet både Shahnaz og Saxegaard i finansbransjen.

Etter at faren hadde jobbet noen år i bank på Filippinene, der Shahnaz hadde gått på amerikansk skole, fikk hun overtalt foreldrene til å la henne studere i USA. 17 år gammel begynte hun på Smith College, med bare kvinnelige studenter. Der opplevde hun noe nytt:

– Jeg trengte ikke å kjempe for at mine meninger skulle bli hørt. Jeg følte at folk både hørte og respekterte dem, sier hun i dag.

I 1989, da studiene var over, fikk hun jobb i investeringsbanken Morgan Stanley.

Samme år kom boken *Grønne kapitalister* på norsk, skrevet av John Elkington. Den britiske forfatteren og forretningsmannen er en av dem som satte næringslivets samsynsansvar på dagsordenen. Dette kalles ofte «corporate social responsibility» (CSR). Kort fortalt handler det om hvordan verdensbedrifter og selskaper bør bidra til en bedre verden.

I dag, nærmere 30 år senere, er temaet mer aktuelt enn på lenge.

ET NÆRINGS LIV PÅ RETT SPOR? Når verdens ledere sleper foten etter seg i kampen mot klimaendringene, når over 65 millioner mennesker er på flukt, når Donald Trump

↑

Per L. Saxegaard.

Nordmannen har stor tro på at kapitalen kan bidra med mye godt om den brukes riktig. Derfor startet han i 2007 stiftelsen Business for Peace.

→

Tidlig engasjement.

I 1978 overrakte blårusssjefen Per L. Saxegaard og resten av russestyret 440.000 kroner fra Den Blå Nellik-aksjonen til arbeidet for døvblinde.



FOTO: PRIVAT

trekker landet sitt fra Paris-avtalen og reverserer helse-reformer og internasjonale avtaler, kan næringslivet da hjelpe verden på rett spor?

Flere mener det.

Etter at den amerikanske presidenten innførte sitt omstridte innreiseforbud i januar, ble han møtt med massive protester fra ledere i selskaper som Apple, Facebook, Netflix, Google og Tesla. Verdensomspennende selskaper påvirker i dag livet til mange hundre millioner mennesker. Flere av dem har økonomier som er sammenlignbare med rike lands. Apples markedsverdi er høyere enn Nederlands bruttonasjonalprodukt.

Store selskaper er blitt kritisert for oppførsel som ikke



rimer så godt på samfunnsengasjement, blant annet ved å betale minimalt med skatt i landene de opererer i. Å få slike giganter til å bidra i kampen mot klimaendringer og sosiale problemer er ikke bare en hyggelig bonus.

Det ligner mer og mer en nødvendighet.

SOM MUSIKK I ØRENE. Walmart, med rundt 4600 butikker i USA, er ikke kjent for gode lønninger og arbeidsvilkår. Men nå satser butikkjeden hardt på fornybar energi. Nylig erklærte de at de før 2030 skal redusere utslipp fra leverandørkjeden tilsvarende én milliard tonn drivhusgasser – det samme som om man skulle fjernet mer enn 200 millioner biler fra veiene årlig.

Det er musikk i ørene til John Elkington. Noe av det mest positive, sier han, er hvordan kjedens tiltak sprer seg nedover til Walmarts leverandører.

– Jeg snakket med lederne i Dupont og 3M (store amerikanske selskaper, red.anm.) om dette. Begge sa det samme: Det er én ting om myndighetene kommer etter deg og krever at du gjør noe. Da kan du drive lobbyvirksomhet mot det i årevis. Men hvis din største kunde virkelig begynner å mase om at du må gjøre endringer, da må du endre. Kanskje ikke akkurat over natten, men nesten, sier Elkington.

Sammen med flere andre store selskaper har Walmart erklært at de vil trosse Trumps miljøfiendtlige politikk og holde fast ved egne klimamål.



Engasjement. Dureen Shahnaz i ivrig samtale med andre deltagere på Oslo Business for Peace Summit i mai i år.



Uteksaminert. Dureen Shahnaz og ektemannen Robert Kraybill da de var ferdig utdannet fra Johns Hopkins and Wharton i 1995. Her sammen med hennes foreldre.



EVIGGRØNN OPTIMIST. Da John Elkington kom til Norge i 1988, skrev Dagens Næringsliv at «1990-årene blir det grønne tiåret, hvor miljø og miljøvern avgjør bedriftenes suksess eller fiasko».

Elkington innrømmer i dag at miljøspørsmålet ikke ble like dominerende på 90-tallet som han hadde trodd.

– Men jeg er optimist. Jeg tror det er perioder der man kan se ting komme sammen på nye måter, og jeg er faktisk mer optimistisk akkurat nå, merkelig nok, med Brexit og Trump og så videre, enn jeg har vært på åtte-ni år, sier han.

Caroline Ditlev-Simonsen ved Handelshøyskolen BI har doktorgrad i bedriftssamfunnsansvar. I dag er det langt flere bedrifter som engasjerer seg i slike spørsmål, sier hun. ▶



► De har noen fordeler, sammenlignet med politikere som velges for få år av gangen.

– Siden myndighetene har så korte horisonter og dette er langsiktige problemer, så støtter ikke dagens politiske system store endringer, sier Ditlev-Simonsen.

SIGNERTE I SØLEN. På jobb i Morgan Stanley ble Durreen Shahnaz fascinert av hvor uforskammede de dresskledde kollegene ble av makten og millionene de satt med. Kontrasten til Smith College var stor. Etter to år satte hun seg ned med avdelingens HR-sjef, som ble lettere sjokkert da den unge medarbeideren fortalte om planene sine: Hun ville hjem til Bangladesh.

Etter ti år borte fra hjemlandet vendte Shahnaz tilbake. Med seg hadde hun sin fremtidige amerikanske ektemann og erfaringen fra Wall Street. I Bangladesh så hun hvor lang bankene hang etter, og lurte på hvordan hun kunne bidra.

Så snublet hun over Grameen Bank. Mikrofinansorganisasjonen, grunnlagt av Muhammad Yunus, som senere skulle få Nobels fredspris, ga blant annet mindre lån til fattige. Og Shahnaz fikk jobb. Hun ble sendt ut i felten, langt fra dresser og datamaskiner, der hun tidvis satt med en pinn i sølen for å lære kvinner som var analfabeter, å signere med eget navn.

Durreen Shahnaz hadde funnet sin kurs.

Hun dro tilbake til USA, tok en mastergrad og startet et nettmarked for produkter fra utviklingsland. Utfordringen

↑

Jurymøte. I februar samlet juryen seg i London for å bestemme hvem som skulle tildeles Business for Peace Award 2017. Fra venstre Ouided Bouchamaoui, Finn Erling Kydland, Shirin Ebadi og hennes tolk.

med å skaffe investeringer der inspirerte henne i 2009 til å starte Impact Investment Exchange (IIX), en «sosial børs» som gir råd og kapital til bedrifter i land der dette ikke alltid er lett tilgjengelig.

I motsetning til tradisjonell bistand kan slike investeringer mobiliseres raskt, påpeker Shahnaz. Og det forventes at de som mottar, gir noe mer tilbake enn bare velsignelser.

– Uansett hvilket samfunnsproblem du forsøker å løse – om det er tilgang til rent vann, finanstjenester eller bærekraftig jordbruk – så investerer private aktører i firmaer og entreprenører med forventning om økonomisk avkastning, sier hun.

– Denne modellen gir begge parter en ansvarsfølelse.

BUSINESS FOR PEACE. I Norge hadde Per L. Saxegaard nådd sitt mål om rikdom. Han gikk tungt inn i finanssektoren, jobbet hardt, ble rådgiver, var med på å etablere Norden Realkapital og Norden Investment Banking, ble daglig leder, fikk kontor på Aker brygge.

Privatlivet var det verre med. Han fikk kone og barn, men det var ikke der han la inn mest innsats.

– Blir du for opptatt av penger, kan du få tunnelsyn. Enkelte kan nærmest bli narkomane på penger, sier Saxegaard.

Sammenhengen mellom penger og lykke var ikke så sterk som han hadde trodd.

– For meg bidro det nok til et havarert ekteskap og en

del utfordringer som gjorde at jeg begynte å tenke dypere på dette, sier han.

Men Saxegaard hadde stor tro på at kapitalisme kunne føre med seg mye godt, om den ble brukt riktig. Hvordan kunne man motivere folk i næringslivet til å tenke bredere i sin verdiskaping?

I 2007 startet han stiftelsen Business for Peace. Ideen var å fokusere på sammenhengen mellom samfunn og næringsliv. Resultatet ble en årlig pris, utdelt til personer i næringslivet som utmerker seg gjennom å utvikle løsninger som bidrar til å forbedre samfunnet.

Noe av inspirasjonen var den raske teknologiske utviklingen og mulighetene den gir dagens næringsliv. Siden har Saxegaard sett hvordan det nærmest er blitt uunnngåelig at prisen har fått et visst klimafokus. («Om miljøet ødelegges, er det jo ikke noe poeng i resten.»)

– Det er viktig å si at intensjonen ikke er å finne helgener innenfor business, men å løfte frem dem som viser vei, sier han.

FILANTROPI ER UTDATERT. Når næringslivet slår seg på brystet og roper «miljø!» og «etisk!», er det lett å bli skeptisk. Den som har bodd på hotell, vet at ingen bransjer er mer miljøbevisste – så lenge det begrenser seg til å henge opp et skilt der gjesten oppfordres til å redusere sitt klimaavtrykk (og hotellets vaskeriutgifter) ved å henge opp et håndkle. Og når en butikkjede henger opp store plakater med løfter om å donere én krone hvis du følger dem på sosiale medier, så får man kanskje ikke inntrykk av at engasjementet stikker så dypt.

Så hvordan skiller man samfunnsengasjerte bedrifter fra dem som helst bare vil sole seg i glansen av gode formål?

Ifølge Caroline Ditlev-Simonsen er det ikke så vanskelig. BI-professoren tror folk gjennomskuer de overfladiske bedriftene. Og den gamle «vi gir til et godt formål»-modellen er uansett utdatert.

– Ren filantropi er ikke å ta samfunnsansvar, sier hun.

I stedet for å gi en samvittighets-lettende sjekk til et godt formål bør samfunnsansvaret flettes inn i det daglige arbeidet, mener Ditlev-Simonsen.

– Dette kan lønne seg på flere måter. Ta Ikea. Nå sier jeg ikke at alt de gjør, er riktig. Men de hjelper leverandørene sine med å dyrke bomullen sin bedre og mer miljøvennlig, for eksempel gjennom mindre bruk av gjødsel og plantevernmidler. Å produsere mer miljøvennlig innebærer altså reduserte produksjonskostnader og mer lønnsomhet for bøndene, sier hun.

Hotellkjeder kan redusere matavfall ved å redusere størrelsen på tallerkenene, slik Choice-kjeden har gjort. Bedrifter generelt kan tenke mer på energiøkonomisering, mens kleskjeder kan sørge for at arbeidere i lavkostland får bedre arbeidsforhold.

AVSLØRES AV SAMFUNNSRAPPORTENE. Flere og flere bedrifter inkluderer samfunnsengasjement i sine planer. Hvor dedikerte de er, kan fort avsløres i samfunnsrapportene, ►



Hvis din største kunde virkelig begynner å mase om at du må gjøre endringer, da må du endre.

John Elkington
Forfatter *Grønne kapitalister*

Tre jurymedlemmer om næringsliv og samfunnsengasjement:



SHIRIN EBADI
[Vant Nobels fredspris i 2003]

– Jeg ble medlem av komiteen fordi jeg virkelig mener at formålet med business ikke bare bør være å tjene penger og få fortjeneste. Det er helt vesentlig at vi i næringslivet hever stemmene våre slik at verden vet at det finnes andre meninger også. Og jeg vet at de fleste mennesker her i verden er av samme mening, at business ikke bør være til bare for å skape fortjeneste.



GUIDED BOUCHAMAOU
[Vant Business for Peace Award i 2014 og Nobels fredspris i 2015]

– Det er veldig viktig for forretningsfolk som oss å vise at vi ikke er til bare for å tjene penger – vi kan være sosialt engasjerte og hjelpe hverandre. Ja, vi tjener penger, men vi gjør også andre ting som er veldig viktige. Og det er en god lekse for unge mennesker. Hvis vi vil forandre verden, tror jeg vi bare må fortsette å forandre hverandre. Og vi må gjøre det med god lærdom, gode eksempler og gode historier.



FINN KYDLAND
[Vant «Nobelprisen i økonomi» i 2004, Sveriges Riksbanks pris i økonomisk vitenskap til minne om Alfred Nobel]

– Det er mye som tyder på at hvis land gjør det bra økonomisk, er det større sjanse for fred. Det er jo flere land i verden som har en inntekt per capita som er en femtendedel av det de rikeste landene har. Og det er veldig trist. Så derfor liker jeg spesielt kandidater som har gjort noe som har hatt stor innflytelse spesielt for de landene som ligger dårligst an, ofte et land i Afrika eller Sørøst-Asia.



ÅRETS VINNERE

[Business for Peace Award]

I tillegg til Durreen Shahnaz:

Elon Musk, grunnlegger av Tesla, fikk prisen for sitt arbeid med å bygge opp bærekraftige energiløsninger og transportmetoder.

Harley Seyedin, iransk-amerikaner som bygget opp et multinasjonalt selskap for strøm- og lavkarboninfrastruktur.

Murad Al-Katib, canadier som fikk prisen for sitt entreprenørskap innen bærekraftig landbruk og bidrag av matforsyninger til millioner av syriske flyktninger.

► sier Ditlev-Simonsen, som har god erfaring med å studere slike.

– Noen ganger står det at de vil hjelpe miljøet og er opptatt av bærekraftig utvikling. Du kan se at bedrifter som skriver mye løst om dette, ofte ikke har kommet så langt. Først når de blir konkrete på hva som er utfordringen og setter konkrete mål, for eksempel innen reduksjon av CO₂-utslipp eller avfallsreduksjon, begynner det å bli noe. Oppmerksomheten må være på daglig drift og at bedrifter identifiserer hva slags innvirkning selskapet har på samfunnet.

En aktør som jobber tett opp mot næringslivet, er den rettighetsbaserte utviklingsorganisasjonen Strømmestiftelsen. Tidligere i år arrangerte de en CSR-konferanse, der blant andre John Elkington deltok.

– Det er en fordel å være lett på foten og innovativ når man jobber med store næringslivsaktører, sier generalsekretær Tina Sødal.

Også hun har sett at tilnærmingen hos bedrifter er endret.

– Før var det sånn at selskaper satte av 30.000 kroner til oss. Nå treffer jeg ikke lenger så mange av slike. Selskaper ser at hvis de skal gjøre det bra, så er de nødt til å ta CSR på alvor.

– *Hvorfor det?*

– Blant annet for å vise kunder at de har en helhetlig profil, og for å tiltrekke seg god arbeidskraft. 25-åringene i dag er mer opptatt av samfunnsengasjement. De er globaliserte på en annen måte enn det jeg og min generasjon er. Jeg er 45, og mange som er på min alder og eldre, skjønner ikke alltid hvorfor man skal tenke på sånt, sier Sødal.

STORMBERG I HARDT VÆR. Bedrifter som snuser på klimaregnskap, miljøsertifiseringer, avfallshåndtering, sunne verdikjeder og andre uttrykk det kan være vanskelig å bli helt klok på, kan få hjelp hos norske CO2focus.

Selskapet tilbyr hjelp med rapportering og gir råd om hvordan bedriftene kan bli bedre. I dag har de omtrent 250 store og små virksomheter i Norden, ifølge fagansvarlig Per Otto Larsen, som sier etterspørselen er økende.

– Man har forstått at dersom man vil være en konkurransedyktig bedrift om 10-20-30 år, må man ta dette på alvor. Se bare på amerikanske bedrifter, de løper ikke tilbake til kulldrift nå, de endrer ikke fokus fordi det kommer en litt uberegnelig president, sier Larsen.

Men å ta politisk standpunkt kan koste. Da Stormberg under flyktningkrisen i 2015 donerte en dags omsetning på 200.000 til Røde Kors' arbeid med syriske flyktninger, fikk de flere kritiske kommentarer på sosiale medier.

Kort tid etter offentliggjorde turtøy-produsenten, som gjennom årene har gjort seg bemerket med sitt sosiale engasjement, et mål om å ansette en flyktning i hver av sine 50 butikker.

– Da ble det enda mer rabalder. Da ble det boikottaksjoner. Folk brente Stormberg-jakker og klær. Vi fikk trusler og egen kontaktperson i PST. Det var en litt spesiell opplevelse, sier Stormberg-gründer Steinar J. Olsen.

Han savner at flere bedrifter engasjerer seg sterkere, selv om de kanskje må utenfor komfortsonen.

– Det kan bli mange fagre ord og festtaler og utspill som alle er enige i. Det som har vært viktig for oss, er å gå fra ord til handling. Vi må tørre å realisere det vi har tro på. Det er ikke alltid det funker like bra, men vi prøver, sier han.

FREM OG TILBAKE. Det finnes naturligvis langt verre PR-utfordringer enn Facebook-kommentarer mot flyktninghjelp. I april ble selv nordmenn oppmerksom på United Airlines, etter at flyplass-politi brutalt hadde halt en lege ut av flyselskapets overbookede flight. Det som fulgte, er nærmest blitt rutine: Videoer på sosiale medier, PR-krise, beklagelser fra selskapet.

Omdømmefrykt kan motivere næringsliv til samfunnsengasjement. John Elkington tror også flere og flere selskaper tar klimaendringene på alvor og ser hvordan det vil lønne seg å satse grønt. Han påpeker at verden står overfor så mange drastiske forandringer – nye batteriteknologier, selvkjørende biler, tingenes internett, syntetisk biologi – som alle drives fremover av selskaper. Får man disse med på laget, vil det få enorm innvirkning.

– Jeg har aldri trodd at fremgang, når den kommer, går i en rett linje. Veldig ofte går vi bakover før vi hopper fremover. For øyeblikket tror jeg vi går bakover på enkelte kritiske områder, og det bekymrer meg. Men jeg mener – og nå er jeg i gang igjen – at vi de neste 10–15 årene vil få muligheten til å drive frem systematisk endring som kommer til å sprengte skalaen sammenlignet med vanlige tider, sier Elkington.

PRISVINNEREN. I mai i år var Oslo rådhus pyntet til prisutdeling. Hovedsalen var fylt med velkledd gjester, mange i skarpe business-antrekk. Foran dem sto byrådsleder Raymond Johansen i en litt for stor dress og talte på smått haltende engelsk om hvordan miljø og samfunn hang sammen, fra klimaendringer til migrasjon.

– Utfordringene kan ikke løses av myndighetene alene, sa han.

Dette var 11. gang Oslo Business for Peace Summit ble avholdt. Juryen består av tidligere nobelprisvinnere, mens Oslo kommune, Utenriksdepartementet, NHO, LO og Finans Norge er viktige støttespillere. FN er blant de internasjonale partnerne.

Saxegaard gikk på scenen etter Johansen og snakket om utfordringene fra det han kaller «de tre sterke kreftene på Jorden»: klimaendringene, globaliseringen og teknologien.

Så var det klart for utdeling.

Den første av de fire prisvinnerne skilte seg ut. Hun hadde ingen skarp dress eller fancy kjole, men en sari fra hjemlandet. Arbeidet hennes spenner i dag over 20 land. Gjennom børsen og stiftelsen hun startet, har hun som mål å hjelpe 100 millioner mennesker innen 2020.

Navnet ble ropt opp, publikum klappet, og opp på scenen gikk Durreen Shahnaz med et bredt smil om munnen. ●

a-magasinet@aftenposten.no

←

Prisutdelingen. Durreen Shahnaz mottok årets Business for Peace Award. Utmerkelsen ble overrakt av Per L. Saxegaard og byrådsleder i Oslo, Raymond Johansen.