

Det kinesiske støvsugermarked boomer

■ Kinesiske hoteller, lufthavne og offentlige bygninger har taget vestlige rengøringsstandarder til sig, og det betyder et boom i markedet for rengøringsmaskiner og industristøvsugere, skriver NKT i sit nyhedsbrev. Nilfisk-Advance begyndte i 2004 at producere støvsugere i Kina. Vækstraten for professionel gulvpleje er på 15-20 procent og overstiger dermed væksten i Kinas bruttonationalprodukt, der ligger på 10 procent, oplyser NKT. *RB-Børsen*

Øretæve til investeringsbank

■ Et tab på næsten 21 mia. danske kr. i tredje kvartal. Den amerikanske bank- og kreditkrise rammer nu også investeringsbanken Lehman Brothers. Banken opgav tirsdag jagten på ny kapital, og det sendte aktierne i et styrt dyk på næsten 50 procent i løbet af en dag. Aktierne i Lehman Brothers er faldet 88 procent siden februar. Tabet i tredje kvartal er endnu større end de 15 milliarder kroner, banken tabte i andet kvartal. *RB-Børsen*

Inflationen æder lønfremgang

■ Selv om inflationen nu raser af sted med den største fart i 19 år, og priserne på dagligvarer i august lå hele 4,3 procent højere end samme måned året før, så kan langt de fleste danskere lige akkurat bevare købekraften af deres indkomst i år. Selv børnefamilier, som bruger en relativ stor del af deres indkomst på fødevarer, der er en af de varegrupper, der er steget mest i pris, kan i år se frem til at få lidt flere penge mellem hænderne til forbrug. *les*

Hver niende leder er blottet for moral

FORRETNINGSETIK. Danske mellemledere er villige til at tilsidesætte etik og moral for at nå deres mål, viser ny undersøgelse. Men lav moral ødelægger interessenters tillid og skader virksomheden.

■ Af Ulla Gunge Hansen

En rask lille bestikkelse eller en aftale med en billig underleverandør, som bruger børnearbejdere eller betaler sine ansatte alt for lidt i løn. Rigtig mange mellemledere skyr ingen midler, hvis det gælder om at skabe resultater her og nu.

I hvert fald viser en undersøgelse blandt 2.300 danske mellemledere i danske og udenlandske virksomheder, at 11,6 procent er indstillede på »at gøre hvad der skal til for at vinde«.

Det er især de unge, der har ondt i moralen, fortæller direktør for MarketWatch Management Keld Jensen, som står bag undersøgelsen fra sin nyudkomne bog »Rent mel i posen«.

Vil have hurtig succes

»Det er ikke et spørgsmål om, at de bryder loven. Det handler om at blive berømt på 15 minutter. Man skal bare ses og høres for enhver pris og have succes på den korte

bane. Det er typisk de unge karriereløvere sidst i tyverne og starten af trediverne, som har ambitioner om at komme ind i en toplederstilling,« siger Keld Jensen, der møder de unge som underviser på Executive MBA programmer og som forelæser på CBS.

»Men det hersker også blandt mange topledere. Og da folk har tendens til at underdrive i den slags undersøgelser, så jeg tror i virkeligheden at tallet er langt højere,« tilføjer han.

Kan skyldes pres

Ud over at skabe tilsyneladende flotte resultater på kort sigt, og dermed måske udløse en bonus eller en forfremmelse, kan mellemlederne føle sig tvungne til at skrotte moralen. Tålmodigheden med ledere ligger i dag på et lille sted, og de skal vise nye og bedre resultater hvert kvartal.

»De kan føle, at hvis ikke ledelsens forventninger opfyldes, er der risiko for at



Moralen er virkelig fløset, hvis man som dansk virksomhed udnytter den lave organisationsgrad blandt arbejdere i udlandet og ansætter folk som disse kinesiske migrantarbejdere, der bor på fabrikken i små rum, kummerlige rum. Foto: (Klavs Bo Christensen/WpN).

blive fyret,« siger Keld Jensen.

Men de, der går efter en hurtig gevinst på etikkens bekostning, vil på den lange bane klare sig dårligere end de, som holder den etiske fane højt, fortæller Keld Jensen, der har analyseret nøgletal for danske og amerikanske virksomheder i forhold til etik.

»Andre mister tillid til virksomheden. Og tillid bliver et stadig mere afgørende konkurrenceparameter for Danmark. Folk vil hellere handle med en, de kan lide, selv om deres produkt er lidt ringere og dyrere, end en, de ikke stoler på, som har et bedre produkt til en lavere pris,« siger Keld Jensen.

Tillid gør business billig

Der er også mange omkostninger at spare, når to virksomheder med tillid til hinanden laver forretninger,

fortæller Keld Jensen.

»Man sparer en masse penge til advokatombestillinger, efterkontrol, sikkerhedsstillelse, bankgarantier – alle disse ting, som dybest set er udtryk for mistillid.«

Vil man sikre, at virksomheden fra top til bund arbejder forsvarligt i forhold til moral og etik, og på den måde også værner om interessenternes tillid til firmaet, må man starte oppefra.

»Der er rigtig mange medarbejdere, som synes, at deres egen ledelse er umoralsk og ikke skaber tillid. Det er sjovt nok de samme, som selv napper et par øl eller kuglepenne med hjem. Spørgsmålet er så, om de agerer sådan, fordi lederne gør det? I hvert fald er det vigtigt, at en ledelse går foran og har rent sengetøj,« siger Keld Jensen.

red@erhvervsbladet.dk

Mellemledernes moral

- 11,6 pct. er indstillet på at gøre, hvad der skal til for at vinde, uagtet moral og etik.
- 37 pct. mener, at moral er afhængig af økonomi. Jo større beløb, jo mindre moral.
- 26,1 pct. mener, at etik og moral alene er kontrolleret af risikoen for at blive opdaget.
- 79,7 pct., at der er behov for træning af etiske og moralske principper i en virksomhed.

Kilde: »Rent mel i posen« af Keld Jensen, Lindhardt og Ringhof.

▼ ERHVERVSPROFIL

VPD bearbejdning aps



Per Ståhlberg fylder 60 år

I den anledning er der åbent hus for venner og forretningsforbindelser

fredag d. 12. september mellem kl. 12.30 - 16.00

på adressen
Gl. Skovvej 150A, 4420 Regstrup

Skriv - og brug - et etisk regelsæt

■ Indarbejd etik og moral som et led i virksomhedens Corporate Social Responsibility-strategi eller indfør en. Skriv det etiske regelsæt ned, og sørg for at have en konkret tjekliste på, hvordan regelsættet efterleves. Læs det igennem igen og igen og sørg for at sikre dig, at regelsættet overholdes.

■ Selv om seks ud af ti virksomheder har et etisk regelsæt, er det langt fra alle, der bruger det. Mange udfærdiger et regelsæt, så lederne blot kan sige, at nu har de et. Men det er ikke nok at lave det, og så putte det ned i en skuffe.

Mærk efter med maven

■ Vær bevidst om at sætte etik og moral på dagsordenen. Det behøver ikke at være en særlig åndelig eller spirituel handling, men spørg helt stille og roligt jer selv og hinanden, om det, virksomheden gør i dag, er etisk og moralsk korrekt. Kan I stå inde for, hvad I gør?

■ Brug det, der kaldes Stomach Management. Det handler alt sammen om, hvilken mavefølelse, man har. Tillid og moral kan jo være to helt forskellige ting for to forskellige mennesker, men sørg for at afstemme ambitionen om moral og etik med de medarbejdere, der er i virksomheden.