

**IMAGEPLEJE** Så skulle det være bevist – det betaler sig ikke at snyde for at slå konkurrenterne. Virksomheder, som optræder ærligt og anstændigt, klarer sig bedst set over en femårig periode, viser en undersøgelse. Desværre tyder noget på, at moralen er i forfald, læs bare her.

AF EVA ANDERSEN  
eva.andersen@jp.dk

**Æ**rlighed varer længst, hedder et ordsprog, men det ser danske virksomhedsledere tilsyneladende stort på, skal man tro en ny undersøgelse.

Konsulentfirmaet MarketWatch, har spurgt knap 2.000 danske medlem- og topledere fra de 500 største danske virksomheder om deres og virksomhedens holdning til moralske og etiske spørgsmål, og svarerne vil nok få de fleste til at spærre øjnene op.

Et par eksempler: 35 pct. af de adspurgte ledere mener, at deres virksomhed sætter profit højere end principper. 64 pct. har oplevet løgn i deres virksomhed, 16 pct. bedrageri og 4,3 pct. er bekendt med, at der foregår bevidst overfakturering af kunder. 42,5 pct. har personligt tilbageholdt oplysninger for skattevæsenet – og det bliver værre endnu.

Ikke mindre end 11,3 pct. svarer, at de ville benytte eller har benyttet sig af insiderviden på aktiemarkedet for at opnå en personlig gevinst. Det sidste straffes med op til fem års fængsel.

#### Håndbog i tillid

Keld Jensen, administrerende direktør i MarketWatch og forfatter til bogen "Vindere snyder aldrig", som snart kommer i handlen, vil ikke være sig til dommer i etiske og moralske spørgsmål. Derimod er hans nye bog en slags håndbog i, hvordan man skaber tillidsfulde relationer privat og i erhvervslivet. Den er skrevet til især virksomhedsledere.

Og det er der i den grad brug for, mener han. For selvom moral og etik opfattes forskelligt fra menneske til menneske, så er der nogle grundlæggende uskrevne regler, som man gør klokt i at overholde, hvis man vil have succes.

Som at en aftale er en aftale. »Det handler om tillid og integritet, helt fundamentale størrelser, som er vigtige i omgangen med andre, både når man handler som enkeltperson, og når man repræsenterer en virksomhed. For virksomhederne er moral og etik afgørende for, om kunder og leverandører har tillid til ens forretningsprincipper – og vindere, ja det er dem, som ikke snyder, men opfører sig moralsk korrekt. Undersøgelsen viser, at virksomheder, som

**» Den gode gamle gentleman-aftale om, at et ord er et ord, er passé. Jeg oplever, at flere hellere vil snyde for at vinde, end de vil gøre det rigtige med risiko for at bade.**

Keld Jensen

opnår størst tillid blandt kunderne og i befolkningen, også klarer sig bedst på bundlinjen målt over en femårig periode. De virksomheder, som holder moralen og etikken højt, klarer sig altså bedre end dem, som ikke gør.«

I disse år falder tilliden til de store multinationale selskaber drastisk, vi-



Foto: POLFOTO

# Vindere snyder aldrig

**» Overhold de uskrevne regler, og ikke bare lovgivningen. Netop tilliden er fundamental vigtig for al forretning.**

Keld Jensen

ser en international undersøgelse fra World Economic Forum.

Hvor Danmark som land klarer sig godt på tillidsskalaen, modsat Brasilien, Rusland og USA, så kniber det også herhjemme med tilliden til de store virksomheder. I USA skyldes mistilliden en række virksomhedsskandaler, herunder Enron-skandalen i 2002, men også i Europa, og Danmark, er der skandaler nok at tage fat på.

#### Skandalerne står i kø

»Tilliden til de store multinationale virksomheder er faldet 42 pct. de seneste fem år, og det skyldes især, at mange synes, de store selskaber er drevet af én ting: Grådighed.

Sag på sag popper op om virksomhedsledere, som laver lyssky ting for egen vindings skyld. Store virksomhedskonkurrencer skyldes grådighed,

#### KELD JENSEN

■ Keld Jensen er partner i og direktør for MarketWatch Management, en skandinavisk uafhængig netværksorganisation, hvis kerneområder er forhandlingsteknik og kommunikation. Han er forfatter til 16 bøger udgivet i 34 lande og medforfatter til bøgerne Forhandlingsteknik og Forhandlingshåndbogen. Han har desuden rådgivet en bred vifte af førende internationale og danske organisationer, heriblandt ABB, TV2, Scandic Hotels, Ernst & Young, Velux, KommuneData og NCC.

skandaler og svindel. Herhjemme har vi også eksempler – senest historien om skattechefen, som er blevet afskediget på grund af en sag om penge under bordet. Berettiget eller uberet-

tiget, uanset om han har gjort noget ulovligt eller ej, så har han i hvert fald befundet sig i en moralsk gråzone, vil de fleste mene.

Ser man bare 12 mdr. tilbage, popper der en del skandaler op også i Danmark.

I sin research til bogen har han også undersøgt, i hvor høj grad der bliver snydt og tilbageholdt oplysninger i forhandlingsituationer. Situationen, hvor de involverede parter i det hele taget ikke optræder åbent og ærligt.

Og manglende tillid, åbenhed og ærlighed er ved at udvikle sig til et alvorligt problem for erhvervslivet, fastslår han.

»Jo mindre tillid der er mellem kunder, leverandører, aktionærer og virksomhed, jo mere arbejde bliver der til revisorer og advokater. Hvor man tidligere stolede på hinanden og

opfattede en aftale som en aftale, en gentleman-agreement, er situationen anderledes i dag. Nu skal der udarbejdes klausuler, forbehold og dokumenter i stakkevis, og udgangspunktet i en forhandlingsituation er, at man ikke kan stole på modparten.«

Mistilliden er dyr for virksomhederne, mener han.

»Økonomer kan godt lide, at der er en høj grad af tillid til virksomheden, for så skal man ikke bruge så mange ressourcer på overvågning og kontrol. Jo flere ressourcer går til overvågning og kontrol,« siger Keld Jensen.

Tilbage til undersøgelsen.

Tror du, at din nærmeste leder er i stand til at forbedre sin etik og moral? blev lederne spurgt.

»Absolut ja,« svarer 68 pct.

Det kan man så tolke positivt eller negativt efter temperament. ■

■ De tider er forbi, da Europa satte dagsordenen. Skal vi følge med de nye økonomier, skal vi tænke kreativt.

# Der var engang