



Tue Mantoni
Samfundskontrakten
192 sider
Life Publishing

En væsentlig bog, et godt indlæg i virksomhedsdebatten, en meget fin beskrivelse af, hvordan man som topleder ønsker samfundet drejet, så der bliver bedre sammenhæng mellem befolkning og store virksomheder.

Tue Mantoni, tidligere chef hos Triumph og B&O, sætter på en fin måde ny og spændende standard for bøger om erhvervslivet skrevet af folk fra erhvervslivet. Han tager sig tid til ind imellem at fortælle om sin egen opvækst i arbejderklassen, og at han aldrig har glemt de værdier, han lærte af samtalerne i hjemmet, og hvordan det har præget hans virke.

Han har mødt med nogle trendsættende mennesker og en række spændende virksomheder, som har givet ham noget at tænke over, ligesom Mantoni så giver vi læsere noget at tænke over, meget endda, så meget at man snildt kan få nogle timer til at gå med bogen.

Og på den måde også bliver et billede på det, han bl.a. vil med bogen: At man skal give det videre, man får, at man skal give noget igen. Det står i kontrakten, så at sige, mellem forfatter og læser.

Bl.a. skriver han på sin egen måde noget om uligheden og de ulige vilkår i samfund, hvor man tænker meget på den hurtige vækst bundlinjen, og hvor alle ikke har lige muligheder. Og at det hurtigt kan give backfire, hvis man ikke søger at anerkende alle på lige fod for deres indsats og som samfundsborgere.

Undersøgelser viser f.eks., at rige mennesker tager mindre hensyn til andre. At de socialt bedst stillede ofte også føler sig bedre. Og Tor Nørretranders, som Mantoni besøger på Samsø, fortæller bl.a., at man målte et fodgængerfelt i Californien, hvor bilerne skal holde tilbage for andre. De rige kørte ofte bare frem, mens de mindre dyre biler holdt tilbage. Nogle rige bliver solipister, der er ligeglade med andre, ikke forstår, at også de skal betale for et

sundhedsvæsen, når de aldrig bruger det, og de ser sig selv som skabere af noget uden hjælp fra andre, og hvorfor skulle de så give noget tilbage . . . Og kan ikke indse, at de kun kan få kvalificerede medarbejdere til deres virksomheder, såfremt samfundet har uddannet nogle til at være kvalificerede.

Forfatteren lærte bl.a. også på den hårde måde, at hvis man vil opnå noget hurtigt, så skal man gøre det langsomt. I en alder af 40 genoptog forfatteren sin konkurrencesvømning, piskede afsted og fik så at vide af sin træner, at han skulle sætte farten ned, så han lærte at ligge stabilt i vandet og tage svømmetagene korrekt, ville han komme meget hurtigere afsted og bruge mindre energi på det.

Et godt billede på hvordan virksomheder kommer til at ligge godt i søen, hvis de lærer produkterne og kulturen og afsætningsmulighederne godt at kende.

Mantoni kommer også ind på begreber som retfærdighed. Kan man diskutere det, eller er det en irrationel ting?

Han kommer med et eksempel på, hvordan A og B skal dele 1000 kroner. A bestemmer, hvordan der skal deles, B har mulighed for at nedlægge veto. Til at begynde med bestemmer A, at han skal have 99 procent, og B altså kun 1 krone. Det går B ikke med til, selv om det mest logiske ifølge en økonomisk model. Ej heller 100 eller 150 kroner. Normalt, skriver Mantoni, skal man op over de 200 kroner, før folk går med til den deling. Og synes måske stadig ikke det er fair eller retfærdigt og vil måske i sidste ende hellere undvære.

Men hvad er fairness? Det er måske bedre, at B får 10 kroner ud af de 1000 fremfor, at A så stikker tusindekroneseddelen tilbage i egen lomme igen.

Sjovt lille eksempel. Sådanne tanker og små cases er bogen fyldt med, og derfor er den overordentlig interessant, idet den qua Mantonis bestyrelsesposter i diverse anerkendte virksomheder herhjemme også bør få en betydelig vægt på direktiongangene.

Læs også hvorfor mange virksomheder, der har brudt samfundskontrakten, har svært ved at skaffe dygtige mennesker, mister kunder og kommer i politisk modvind. *Det er nemlig ikke cool at være i en virksomhed, som man skammer sig lidt over at være i. Der skal være et mål, man kan identificere sig med, og som giver en lyst og engagement til at bidrage. Derfor vil virksomheder med et beundringsværdigt formål stå stærkere i kampen om at tiltrække talent*

Læs hvordan man udvikler en Statement of Purpose, korte og gode 6 punkter, der kan skabe værdi og vækst for virksomheden, der tænker ind i det omkringliggende samfund, give mening for begge parter og under forudsætning af succes skabe et kolossalt momentum.

En rigtig klog bog med masser af gode ikke bare inputs og quick fixes men et mega-flot oplæg

til at tænke eller gentænke sin virksomheds politik og ansvar.