

# Der kom også noget godt ud af 11. september.

Det var ikke kun illusionen om USA's usårlighed, der brast hin 11. september. It-boblen var bristet et halvt år tidligere, reklameballonen tabte sin oppustethed umiddelbart efter. Og management-branchen måtte rationalisere sig selv med 20%.

Det gik kort sagt op for de fleste virksomheder, at succes hverken kom af sig selv eller kunne købes eksternt. En fatal succes-syge som kunne kaldes markeds kræften er ved at være overstået.

Der er ikke så mange unge mænd i italienske jakkesæt bevæbnet med business-buzzwords og power-point-slides på direktionsgangene. CSR, CRM, BPR og andre treordsvidunderkure kan ikke længere bortlede opmærksomheden fra det væsentlige. Det handler om at tjene penge.

Det har det sådan set altid gjort. Men der er en grund til, at det pludselig blev glemt.

I de gode gamle dage i begyndelsen af 1990'erne (det kaldes hyperretro, men det kan vi skrive om en anden gang) koncentrerede virksomhedsledere sig om at drive virksomheder med størst mulig fortjeneste. Og det gjorde de godt.

Så godt, at da konjunkturerne gik den rigtige vej, var de fleste virksomheder ganske trimmede og effektive. Og så kom vækst og velstand nærmest af sig selv. Væksten var så at sige indbygget i konjunkturerne, og ledelsen i de effektive virksomheder skulle sådan set bare sidde helt stille, så kom de gode resultater af sig selv.

Så langt så godt. Men for privatøkonomien kan det jo godt føles lidt risikabelt at hæve en millionhyre for at sidde helt stille.

“DET KAN IKKE UDELUKKE,  
AT REN OG SKÆR KEDSOMHED  
I DIREKTIONSLOKALERNE  
GAV NÆRING TIL DEN FATALE  
MARKEDSKRÆFT, DER HAR FÅET  
ALT FOR MANGE VIRKSOMHEDER  
TIL AT FOKUSERE FORKERT”

Det er i hvert fald kedeligt. Derfor begyndte mange virksomhedsledere at se sig om efter noget andet at tage sig til. Mogens Glistrup forlod i sin tid en blomstrende advokatpraksis og gik ind i politik, fordi han kedede sig, efter at han var holdt op med at ryge. Og det kan ikke udelukkes, at ren og skær kedsomhed i direktionslokalerne gav næring til den fatale markeds kræft, der har fået alt for mange virksomheder til at fokusere forkert. Markeds kræften er den succes-syge, der opstår i et marked, hvor det er for let at tjene penge. Symptomerne ses hos sunde, veldrevne virksomheder, der får lidt for voldsomme indsprøjtninger af erhvervslivets alternative behandlere.

Resultatet er manglende evne til at fokusere på det væsentlige. Det komplekse bliver kompliceret, og overblikket forsvinder.

Nu er der jo ikke noget galt i at hyre dygtige folk til at udarbejde virksomhedens it-strategi. Få hjælp til Business Process Re-engineering. Få styr på sine kundeforhold

med CRM. Eller få udarbejdet en strategi for intern og ekstern kommunikation baseret på Corporate Social Responsibility. Der er heller ikke noget galt i at lade en virksomhed gennemgå en Integrated Branding Process. Men der er noget galt, når det fjerner fokus fra den sunde fornuft og den sunde forretning. Og på den baggrund er 11. september måske ikke det værste, der er sket.

Vi vågnede vel alle sammen lidt op. Ifølge DRRB (ikke noget buzz-word, men forkortelsen for det fjollede navn Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening) er reklameballonen blevet lettet for mindst 15% af den varme luft. Og i denne sammenhæng hører vi jo også til erhvervslivets alternative behandlere, der må igennem kuren ligesom managementkonsulenter, PR-rådgivere og alle de andre.

Vi er kede af, at det glæder os. Men ud fra et darwinistisk princip må vi alle igennem en evolution. De fede, gamle og svage må dø. De begejstrede amatører må vige pladsen for de professionelle. På den måde kan der igen komme fokus på det elementære.

Det handler om at tjene penge. Der skal konsolideres, og traditionelle forretningsdyder kan atter promeneres med berettiget selvfølelse. Så nyd det nu. Den aktuelle stagnation. Og dermed den rettidige omhu, snusfornuft og bundlinjefokus.

Når konjunkturerne vender, kan vi så igen fortrylles af farvestrålende balloner og svulstige bobler på erhvervslivets smukke blå himmel.

Men til den tid er konsolidering sikkert også blevet svært kedeligt.