

Meningen med erhvervslivet.

Virksomheder sætter ting i gang. Mennesker i arbejde. Skaber nye arbejdspladser, velstand og fremgang. De gør det selvfølgelig for at tjene penge, men de afledte effekter for resten af samfundet er ikke at kimse ad. Spørgsmålet er, om erhvervslivets energi og dynamik kunne bruges til mere?

Det er der mange virksomheder, der spekulerer over i disse år.

Den almindelige term er "purpose" eller formål. Virksomheder, der har bevist deres værd, når et punkt, hvor man løfter blikket fra bundlinjen og overvejer meningen med det hele.

De fleste vil gerne bidrage til det samfund, de er en del af. Formulere et højere formål, der er lige så meningsfuldt for virksomhedens medarbejdere som for kunder, samarbejdspartnere og øvrige omverden.

Men så bliver det pludselig svært. Flosklerne står i kø og slås med banaliteterne, når virksomheden skal formulere noget som helst andet formål end størst muligt overskud.

"FLOSKLERNE STÅR I KØ
OG SLÅS MED BANALITETERNE,
NÅR VIRKSOMHEDEN
SKAL FORMULERE NOGET
SOM HELST ANDET
FORMÅL END STØRST
MULIGT OVERSKUD"

Og det er fuldstændig naturligt.

Virksomheder fødes med en ambition om at tjene penge. Det er deres natur og kultur at tænke i optimering og overskud. Køb billigt, sælg dyrt. Alt, hvad virksomheden normalt taler om og tænker på, handler om virksomhedens interesse.

Derfor er det svært at formulere et højere formål. Fordi et højere formål handler om, hvordan virksomheden kan bidrage til fællesskabet.

Det er ikke så flippet, som det lyder. Ideen er faktisk næsten lige så gammel som menneskeheden.

Det smukke er, at moderne virksomheder har lige så meget brug for at være en del af fællesskabet, som vores enlige omstrefjende forfædre havde.

Og ligesom dengang er adgangs-billetten, at man bidrager med lidt mere end det, der er i egen interesse.

Et højere formål skal derfor gavne andre end virksomheden selv. Af samme grund kan formålet ikke handle om virksomhedens fortræffelige produkt. For så er formålet jo blot reklame.

Og her er vi ved formålet med at have et højere formål. Virksomheder, der bidrager til fællesskabet, bliver en del af det. De forretningsorienterede kan så glæde sig over gevinsterne: Mere loyale kunder, mere motiverede medarbejdere, velvilje fra myndigheder, tillidsfulde samarbejdspartnere, bedre presseomtale.

For slet ikke at skrive om det øjeblik, hvor man lægger hovedet på puden og spørger sig selv, hvad man fik ud af livet – og måske finder svaret i, hvad man gav.