



Vækst for enhver pris.

Af

STEEN HILDEBRANDT

Professor ved

Handelshøjskolen i Århus

Stilstand er tilbagegang. Vækst er et selvstændigt mål. Sådan sagde vi engang. Forleden sagde den administrerende direktør for én af landets største virksomheder: Stilstand er døden. Vækst er en forudsætning, hvis man vil overleve. Det er stærke sager, men muligvis rigtigt, og i hvert fald, hvis man er og ønsker at være en global spiller.

Ægteparret Alvin og Heidi Toffler har i en høj alder skrevet endnu en bog, der formentlig vil blive stående som en markant note til verdens situation og udvikling lige nu. Ægteparret har tradition for, at når de skriver en bog, så bliver den bemærket over hele kloden. Fremtidschok fra 1972 er et markant eksempel.

Den nye bog hedder: En verden i vækst. Det er en bog om vækst i verden. Det er en bog, der ikke gider høre på ret mange forbehold og alt for megen pessimisme. Ja, forfatterne næsten afviser pessimisterne med bemærkninger som: "Tiltagende pessimisme er en af de nemmeste måder at give sig ud for at være vis på" eller "Permanent pessimisme er en erstatning for tankevirksomhed".

Det er givetvis rigtigt, at vækst hører til dagens orden, hvis man sidder i direktions- og bestyrelseslokaler i store virksomheder. Men det er også rigtigt, at hvis alle råber kortsigtet vækst – for det er det, der er tale om – så kan verden ikke klare det. Det siger sig selv, at vækst i længden ikke er mulig for alt og alle – sådan som tonen er i mange fremstillinger og erklæringer.

Så vi bliver nødt til også at tale om sund vækst, om bæredygtig vækst for virksomheder og nationer – vækst, der ikke skader natur og mennesker,

ikke skader nulevende og fremtidige mennesker. Vækst, der ikke stresser os ihjel.

Ægteparret Toffler accepterer tilsyneladende ikke den slags tågesnak. De vil have eller de ser vækst som en selvfølge, og de ser noget meget mere interessant og til dels upåagtet, nemlig det, de vælger at kalde prosumers, dvs. den kæmpeindsats og dermed den kæmpeværditilvækst, der præsteres af alverdens forbrugere, fordi de udfører en masse arbejde i forbindelse med deres forbrug af varer og produkter, der kommer fra virksomheder, men som virksomhederne så at sige ikke gør færdige. Det er en enorm indsats, der her præsteres.

Vi tænker i vækst, så vi er helt blå i hovederne. Det siger sig selv, at alt ikke kan blive ved med at vokse. Naturlovene forbyder det. Vi skal tage os i agt! Vi skal passe på, at bukserne ikke revner. Vi skal indse det meget enkle, at vi kun kan leve og overleve som samfund, hvis vi passer ordentligt på vore mennesker. Det er banalt, vigtigt. Og rigtigt. Passe på dem i vuggestuer og børnehaver, skolen, uddannelsessystemerne, og ude i offentlige og private virksomheder.

Mange er optaget af dette. Mange er gode til det. Men alt i alt slides der hårdt på vore mennesker: I vort land på én måde, i lande som Kina og Indien på andre måder. Vi konkurrerer med alt og alle. Vi skal lære at navigere vore virksomheder og vore liv, så vi præsterer langsigtet ledelse – i en kortsigtet verden.

Heidi og Alvin Toffler: En verden i vækst. Børsens Forlag. 447 sider. ISBN 87-7664-186-4.