



“Vi har ligesom rakt en hånd ud til dem, så jeg synes, det er deres tur til at ringe til os. Vi er klar på at indgå et samarbejde med dem om nogle løsninger”

Erling Daell, medejer af Harald Nyborg, om muligt samarbejde med Roskilde Festival i forhold til produktion af mere miljørigtigt campingudstyr, i BT

PR-foto



Happy about new trade agreement between #EU and Japan! Means more European jobs. We must pursue free trade - not build new walls. #dkpol

@larsloekke

## ØKONOMISK KOMMENTAR

# Vink farvel til hovedstaden, førstegangskøbere

Denne uge blev der igen sat fokus på boligprisernes himmelflugt i de større byer. Tal fra **Danmarks Statistik** viste, at priserne på ejerlejligheder steg med 3,2 pct. i april måned – det er voldsomt og kvæler enhver snak om, at prisstigningerne er aftagende. De seneste tal tyder faktisk på det modsatte, og over det seneste år er priserne på ejerlejligheder steget med hele 9 pct.



**Signe Roed-Frederiksen,**  
cand. polit,  
cheføkonom

Betyder boligprisstigningerne så reelt, at der er opbygget en usynlig Berlinmur omkring hovedstadsområdet, hvor kun de allerrigeste bliver lukket ind? Svaret er både ja og nej.

Går man med en drøm om ejerbolig i hovedstadsområdet, så er man skidt stillet, hvis ikke man har penge på kistebunden. Det meste af hovedstadsrådets 34 kommuner er nemlig lukket land for den almindelige lønmodtagerfamilie med to børn, medmindre man kommer med en større opsparring eller kan klemme sig sammen på under 100 kvadratmeter. Det viser beregninger foretaget af **Arbejdernes Landsbank**.

Det er dog ikke noget nyt – sådan var det faktisk også tilbage i 2012. Udfordringen er dog blevet større i kommunerne tættest på København, og mest grelt står det til for ejerlejligheder. Hvor familien i 2012 kunne få råd til omtrent 80 kvadratmeter på

*Går man med en drøm om ejerbolig i hovedstadsområdet, så er man skidt stillet, hvis ikke man har penge på kistebunden*

Frederiksberg og 90 kvadratmeter i **Københavns Kommune**, er der nu i gennemsnit råd til 70 kvadratmeter – næppe en boligstørrelse, der appellerer til ret mange børnefamilier.

Det betyder dog ikke, at hovedstadsområdet kun er for de rigeste og mest veluddannede. Familiesammensætningen i Københavns omegn er faktisk meget tæt på landsgennemsnittet – dog med lidt flere lønmodtagere med en videregående uddannelse. Det samme gælder for København-by med den

forskel, at pensionister udgør en væsentligt mindre andel af familierne end på landsplan, mens studerende udgør en væsentligt større. Den relativt store diversitet skyldes i høj grad de mange forskellige boligformer i byen: kun 19 pct. af lejlighederne i Københavns Kommune er ejerboliger, resten er almene boliger, andelsboliger og privat udlejning.

Det er dog ikke nemt at få fat i et af disse alternativer. En aktuell søgning viser, at der er to ledige almene boliger over 90 kvadratmeter i hele hovedstaden. Billige andelsboliger og lejeboliger er tilsvarende svære at få fingre i. Her hjælper dog hverken en stor opsparring eller høj indkomst. Held, netværk og forudseende forældre, der allerede ved fødslen skriver poden på venteliste, er mere afgørende.

Hvis man ikke tilhører denne kategori, kan man altså blive nødt til at gå på kompromis med beliggenheden. Heldigvis er der muligheder, hvis man tør kigge lidt længere væk fra byen: f.eks. er der råd til hele 160 kvadratmeter i Lejre og 180 kvadratmeter i Ringsted. Og ender festen i sidste ende med en bristet boligboble, så kender jeg en familie eller to, der kan være ganske godt tilfredse med, at ejerboligen ikke fik postnummer København K.

# Derfor taber du altid i debatten, topchef

## KRONIK

**Kan det virkelig passe, at politikerne løber med taletiden, når det er topcheferne og erhvervslivet, som ved bedst?**



**Af Mette Højen,**  
erhvervsretoriker,  
foredragsholder og ejer af Erhvervsretorik

Sommer. Det er tid til ferie og afslapning, men også tid til at forberede næste sæsons indsatser i erhvervslivet. Og kære topchef, her vil jeg gerne foreslå et punkt til din liste for sæsonen 2017/2018: Du skal være mere synlig i den offentlige debat.

Det vil både være til gavn for samfundsdebatten og din virksomhed.

Det undrer mig, at det i vid udstrækning er politikerne, der løber med taletiden på områder, hvor der burde sidde mange topchefer med et bedre og mere dybtgående kendskab til den nationale, internationale og globale udvikling, der bliver de-

batteret. Virksomheder spiller en stor rolle for, hvordan samfundet har det og udvikler sig, og derfor bør du som topchef også være mere synlig og debatterende i udvekslingen af meninger offentligt. Lobbyisterne arbejder selvfølgelig i baggrunden for erhvervslivet, men kære topchef: Du må frem.

### Derfor vinder politikerne

Der er mindst tre grunde til, at politikerne vinder, og virksomhederne taber.

For det første bruger politikerne mere tid, flere folk og flere ressourcer på at være synlige i medierne. Det er vigtigere for politikerne at “være på” i mediebilledet, fordi mediebrugerne er de samme som vælgerne – dvs. dem, der afgør, om de bliver genvalgt. Sådan fungerer det jo ikke i virksomheder, hvor “ansættelsesprocessen” foregår internt. Og dermed er topchefen og virksomhederne ikke lige så afhængige af at være synlige i debatten.

For det andet deltager topchefer og virksomheder i den offentlige debat på autopiloten. Det resulterer i nogle udmærkede, men også alt for kedelige indlæg uden tilstrækkelig kant. Dette er ikke en kritik af virksomhedernes kommunikationsafdelinger, men et opråb til

både topchefer og medarbejdere om at lade topchefen træde mere i karakter og give debatten kant.

For det tredje gemmer erhvervslivet sig i mere eller mindre lukkede fora, f.eks. branche-relaterede konferencer og netværksmøder.

Det kan være en idé også at kigge og gå andre steder hen – dels for at blive inspireret til at gå nye græsgange, men også fordi live-optrædener virkelig er noget, der kan give pluspoint på branding- og employer branding-kontoen.

Brug gerne lidt tankekraft her i ferien på at overveje, hvor og hvordan du kan møde nye målgrupper, du kan gøre et godt indtryk på.

### Din synlighed er vigtig

Når du går ind i den offentlige debat, må du ikke sløse med den vigtigste valuta af alle: dine ord. Her får du to råd til at maksimere dit udbytte af at deltage i den offentlige debat.

1. Definér din ekspertise og troværdighed eksplicit, når du udtaler dig.

Det er en stor fejl at tro, at alle ved, hvem du er, hvilken baggrund du har, og hvad du mener.

Tænk på, at mediebilledet er stort, hurtigt og komplekst.

Troværdighed er en sammensat størrelse, som består af tre

## TEMA Retorik for topchefer

**Få mere ud af din tid** og tale. Erhvervsretoriker, foredragsholder og trompetist Mette Højen guider topcheferne i fem kronikker over fem uger.

faktorer: din faglige kompetence, dine/virksomhedens værdier og din evne til at gøre budskabet relevant for dit publikum. Med andre ord: Gør mere ud af at begrunde dine synspunkter og opbygge din troværdighed.

Tænk på modtagerne, og hvad de skal få ud af at lytte til dig. Det kan du blandt andet gøre ved at bringe dine personlige og virksomhedens værdier i spil i din argumentation og fortælle eksplicit, hvorfor du og din virksomhed netop er mere kvalificeret end politikerne til at debattere dette emne.

2. Du er din employer branding. I en tid, hvor der er rift om at tiltrække og fastholde de bedste medarbejdere, er employer branding en vigtig faktor.

Der er ingen bedre end topchefen til at gå forrest i dette arbejde. Det er dig, der vil få den bedste og største eksponering. Din indvending vil måske være,

at det har du ringe tid til, og at I har en hel afdeling, der arbejder mere med HR og employer branding.

Men jeg synes alligevel, du skal begynde at regne på, om din synlighed ikke også er en god forretning i forhold til employer branding.

Når medarbejdere oplever merværdi og mening med og på deres arbejde, er de også mere motiverede. Og den motivation kan omsættes til og ses i kroner og øre. Motiverede medarbejdere bliver længere og skaber mere værdi. På den måde forbliver motivation og know-how i virksomheden. Og medarbejderne spejler sig i virksomheden, lederne og ikke mindst dig som topchef, fordi det er dig, der fronter virksomheden.

### Kast dig ud i debatten

Kære topchef: Du har viden, du har erfaring, du har holdninger – nu er det bare at gå ud i den offentlige debat og krydse klinger med politikerne i den kommende sæson.

Det er til gavn for dig, din virksomhed, det globale erhvervsliv og samfundets borgere. God fornøjelse.

Mette Højen er forfatter til bogen “Erhvervsretorik – Når tale er guld”, der udkommer 15. august