



Jakob Skouboe
Morten Strunge
219 sider
Gyldendal Business

Et godt kampskrift for iværksættere, en flot historie om manden, der på trods af nederlag og modgang stod det hele igennem og idag kører rundt i Bentley og Range Rover. Bogen er naturligvis først og fremmest for feinsmeckere, der gerne vil forsøge sig med det billedlige koncept som avisdrengen der arbejdede sig op og med et hug blev hurtigere og smartere end de konkurrenter, der sov i timen, og som nu står med sejrens palmer og en solid bankkonto.

Når vi taler om elite-folk og feinsmeckere, så det det undre, at forfatteren har valgt i bogen at fortælle, hvad et SIM-kort er, og vi behøver heller ikke at få at vide, hvad roaming betyder. Den slags er i bedste fald ganske overflødig, i værste fald irriterer det læseren, fordi han føler sig taget i skole om basalteter.

Bogen fortæller i store træk en masse om, hvad Morten runder af, og hvad han må igennem, før han kan kalde sig mangemillionær. Der står en masse om de forhandlinger, der er pågået med

Mofibo og svenske Storytel. Vi ville dog gerne have haft nogle flere detaljer fra disse forhandlinger.

Altså en slags opskriftbog: Hvad siger man i en forhandling, der strækker sig over 12 timer, hvad lægger man ud med, og hvad siger de andre.

Vi lærer en masse om vigtigheden af at starte noget op i det små og i al ubemærkethed og lurepasse, om de store har nogle modsvar, eller om de overhovedet har opdaget noget. Hvis ikke, ja så er det bare fuld skrue på og reklamer med Lars Bom i TV2, mens konkurrenterne er på juleferie. Ganske fiffigt.

Vi lærer også, at man sagtens kan skille sig af med kæresten, der støttede en undervejs, når man bliver rig og berømt, fordi forholdet i forvejen kørte dårligt. Befriende nok for de der skulle have skyldfølelse over noget langt mindre.

Og der er en lang række gode opskrifter og statements til entreprenører in spe, som vil suge til sig af en, der virkelig mestrer faget at slå konkurrenterne.

Nogen efterlader dog en række spørgsmålstejn. Der står f.eks. at Morten Strunge og kompagnonen Svend Thomsen holder mumlende strategimøder hen over deres respektive skrivebord. **HVAD** mumler de om? **Hvad** siger de til hinanden? Sådanne detaljer er væsentlige for helheden. Hvordan nåede man frem fra punkt A til punkt B? Vi får også at vide, at Morten var en fantastisk telefonsælger i Viasat. Hvordan var han det? På hvilken måde? Hvad sagde han til kunderne. Og ikke mindst - **blev** de hos VIAsat, eller var Morten pistolsælger, hvor kunden hurtigt står af igen.

Det ved vi ikke, og det ville vi gerne have vidst, for det vil kunne skabe en viden om, hvor kort eller langt man går i mødet med den enkelte kunde.

Og en ting er, at vi får at vide, at Storytel køber Mofibo. Men, som tidligere nævnt, hvad er ordene, der til sidst får skabt den fornødne tillid til en god handel? Hvad bliver der konkret sagt? OG - hvordan lykkes det for Morten konkret med ord eller præsentationer at overbevise forlagene herhjemme om, at det ville være en god investering at gå på Mofibo?

En udmærket bog om en driftig erhvervsmand i en ung alder. Den ville kunne være blevet endnu bedre, hvis man havde tilgodeset detaljerne de nævnte steder.