Ukeavisen Ledelse 30. april 2007

Frivillig arbeid som frynsegode

En rekke ledere har innført «corporate volunteering». Det vil si at frivillig arbeid inngår i de ansattes jobbpakker.

Amerikanske Timberland lar hvert år medarbeiderne bruke 40 timer i året på frivillig arbeid på bedriftens regning. Det være seg i suppekjøkken eller i annet velgjørende arbeid. Novo Nordisk kjører på sin side et program der ansatte oppfordres til å engasjere seg i frivillig arbeid i lokalmiljøer rundt om i verden. I 2005 opprettet eksempelvis 30 av selskapets ansatte i Pakistan et eget nødhjelpsteam etter det store jordskjelvet.

Hvorfor bruker så bedriftene penger på denne typen frynsegoder? Tania Ellis, bedriftsrådgiver og forfatter av boken «De Nye Pionerer» skriver i sin spalte hos Ledelseidag.dk at den tradisjonelle arbeidsetikken som handler om plikt og tjene penger til livets opphold er i ferd med å bli erstattet av en ny arbeidsetikk som handler mer om nytelse og selvrealisering.

For mange unge handler arbeidet om å finne det gode liv. De vil utvikle seg både faglig og personlig, og ønsker en sunn balanse mellom arbeidsliv og privatliv. De vil jobbe i bedrifter som har verdier de kan identifisere seg med, være stolte av og se en mening med. Skal man tiltrekke seg fremtidens konkurransekraft, skal det dermed mer til enn høy lønn og materielle frynsegoder, skriver Ellis.

Flere bedrifter samarbeider med frivillige organisasjoner om frivillighetsprosjekter, og dette er ifølge Tania Ellis noe av det bedriftene kan sitte igjen med:

* Kompetanseutvikling – for eksempel innen teamarbeid, planlegging, kommunikasjon og prosjektledelse.

* Image – virksomheten oppfattes som sosialt ansvarlig.

* Engasjement – styrket lagånd, motivasjon og lojalitet overfor arbeidsplassen

* Rekruttering, holde på medarbeidere – frivillig arbeid skaper positiv kultur, variasjon i arbeidet og mulighet til å gjøre en meningsfull forskjell.

* Effektiv bruk av «sosiale» midler – frivillig arbeid kan gi bedriften mer verdi enn kontante pengedonasjoner alene.

* Innovasjon – nye nettverk, innblikk i nye behov og problemstillinger kan gi inspirasjon til ny praksis, nye produkter og tjenester.