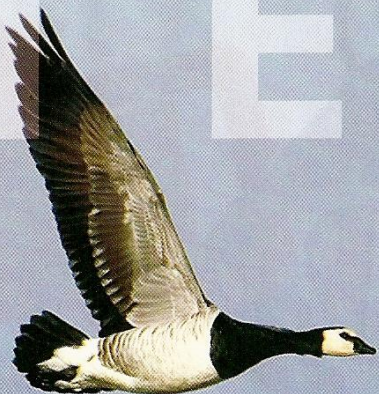


TEMA



KVINDER DER ÆNDRER VERDEN

Saften skal være økologisk, kaffen produceret på fair vilkår for bonden i Nicaragua, og strømperne er af økologisk uld fra Uganda. En bølge af bæredygtige produkter, virksomheder og tiltag strømmer i disse dage, uger og måneder ind over landet – med et budskab om at være med til at gøre verden til et bedre sted.

Højt kvalificerede og respekterede kvinder har valgt at kombinere god forretning med social ansvarlighed. Gennem virksomheder, forskning, undervisning og græsrodsbevægelser har de fokus på forretning – ikke på bekostning af andre eller miljøet, men i samspil. Vi har talt med fem kvinder, der på hver deres måde er med til at ændre verden.

AF MARIANNE HARTZ THOMAS OG DORTHE LA COUR, LIVINGWORDS · MODELFOTO: POLFOTO

TEMA

GODT JOBMILJØ BETALER SIG

← barn er ikke et projekt, som er klaret på seks måneder, det varer i hvert fald 20 år.

DER SKAL TÆNKES LANGSIGTET

Og netop når det handler om social ansvarlighed eller Corporate Social Responsibility – CSR, er det nødvendigt at tænke langsigtet.

– Det er svært præcist at sige, at CSR betaler sig på bundlinjen. Man kan ikke måle det på samme måde som effekten af en reklamespot. Og mænd vil typisk gerne se den økonomiske gevinst her og nu. Pointen er, at CSR ikke er noget, som nødvendigvis giver resultat på bundlinjen med det samme, for CSR er langsigtet. Ser man på medarbejderne i virksomheden, og de er jo også en del af det sociale ansvar, så betaler det sig at have medarbejdere, der trives og har et godt arbejdsmiljø. For det koster mange penge at skifte medarbejdere, understreger Suzanne C. Beckmann.

– CSR er i bund og grund en forsikringspolice. Hvis man har et godt omdømme og er en virksomhed med et socialt ansvar, så er det en beskyttelse, når uheldet er ude. Ingen virksomhed kan se ind i hver en krog i for eksempel Kina og være sikker på, at alt foregår helt forsvarligt. Det er ikke muligt at have kontrol med alt, men hvis virksomheden ellers har udvist en god social ansvarlighed og kommunikeret på den rigtige måde, så vil man blive tilgivet meget nemmere, når der sker en fejl, understreger hun.

LINKS

www.globewomen.com
www.lynnfranks.com
www.seednetwork.com
www.2balanceU.com
www.vitalvoices.org

Selv om kvinder i stigende grad arbejder med bæredygtighed kombineret med forretning, er der ikke mange kvinder, der er sociale entreprenører. Tania Ellis, der er en af eksperterne inden for bæredygtig virksomhed, håber, at der med tiden kommer flere, som kan være med til at forandre verden. Ikke alene formidler hun viden om tendenser i samfundet, hun arbejder også ude i virksomheder, hvor hun giver inspiration til arbejdet med Corporate Social Responsibility.

Og det gælder både offentlige og private virksomheder, som ønsker at sætte bæredygtighed på virksomhedens dagsorden og integrere bæredygtighed som en del af virksomhedens kommunikation.

FLERE KVINDER BØR SÆ

KVINDER I ULANDE

Talrige undersøgelser viser, at giver man kvinder i ulandene mikrofinansiering, er de bedre til at udnytte det end mændene. De fleste ulandsorganisationer mener også, at kvinder er afgørende for at bekæmpe fattigdom, bl.a. fordi mange af verdens allerfattigste er kvinder, men også fordi kvinderne geninvesterer i deres samfund.

CARE Danmark har udgivet en publikation, der sætter fokus på kvinder. De skriver: "Håbet er, at beslutningstagere og politikere rundt omkring i hele verden vil få øjnene op for kvinderne og deres store potentiale. Nobels fredsprisvinder professor Wangari Maathai har skrevet forordet til bogen." http://www.care.dk/care_2006/nyheder/kvinder/bog_med_fokus_paa_kvinder_og_naturressourcer (Kilde: "Turen går til en mindre skæv verden" og Kønsnet).

Jeg oplever klart en stigende interesse for at arbejde med bæredygtig business. Det gælder alle typer af virksomheder, både store og små og også de faglige organisationer, for de skal følge med i de forandringer, der sker på arbejdsmarkedet. Der er ændringer i krav og forventninger fra både lønmodtager- og arbejdsgiverside, og traditionelt har de faglige organisationer det sociale ansvar med sig, fortæller Tania Ellis. Selv om et stigende antal kvinder arbejder med bæredygtighed, så mangler der stadig flere kvindelige sociale entreprenører, som virkelig sætter et fingeraftryk på verden. Den sociale entreprenør er en person, der bruger økonomi som et middel i stedet for et mål. Målet er at fremme en god sag og at løse et samfundsproblem eller et socialt problem, som hverken myndigheder eller markedet har været i stand til at løse. Anita Roddick fra The Body Shop var en af de første kvinder, der viste verden, at man godt kan tjene penge og have en god samvittighed. Et andet eksempel er amerikanske Victoria Hale, som har stiftet verdens første nonprofit-medicinalvirksomhed, Institute for One World Health, som udvikler nye, billige og effektive mediciner mod



Tania Ellis: "For mange kvinder er det vigtigt ikke kun at tænke på den økonomiske bundlinje og den kortsigtede effekt." Foto: Claus Boesen.

"... kvinderne handler, mens mændene undlader at gøre noget, medmindre det kan betale sig, eller det har omkostninger at lade være."

TE DERES FINGER AFTRYK PÅ VERDEN

sygdomme i udviklingslande. Eller medstifteren af Props and Pearls, Birgitte Baht, som har åbnet Danmarks første sundheds lounge for kvinder, som eksempelvis er blevet brystopereret eller er blevet behandlet for underlivskræft.

SPROG OG ORDVALG

– Jeg håber, der kommer endnu flere kvindelige sociale entreprenører. Vi hører ikke så meget om kvindelige entreprenører, og det kan skyldes, at kvinder ofte har enkeltmandsvirksomheder. Og en mikrovirksomhed er mindre synlig, siger Tania Ellis og fortsætter: – Mange af de kvinder, jeg har mødt på min vej, lægger vægt på bæredygtighed og helhedstænkning. For mange kvinder er det vigtigt ikke kun at tænke på den økonomiske bundlinje og den kortsigtede effekt. Eksempler fra udviklingslande viser også, at flere mennesker får gavn af de penge, som kvinder får til at starte virksomhed for.

Alene i det sprog og ordvalg, mænd og kvinder har, er der en kontrast. Jeg husker en kvindelig entreprenør, der sagde, at hvis hun fik magten i en virksomhed, så ville hun investere i samarbejde i stedet

for konkurrence, være proaktiv, investere i forebyggelse i stedet for behandling og investere i langsigtet bæredygtighed. For mange kvinder tror jeg denne tankegang er en selvfølge.

En undersøgelse, som analysefirmaet Gads Research and Reflexions lavede i efteråret, viser, at kvinder er mere grønne end mænd. Kvinder tror på fairtrade og på ø-mærke og handler efter det, mens mænd tvivler mere.

– Mænd tænker mere på, om man nu kan stole på mærket, eller om de bliver taget ved næsen og bare skal betale en højere pris – de er mere skeptiske. Omvendt kan man måske sige, at kvinder er mere naive, men undersøgelsen viser, at kvinderne handler, mens mændene undlader at gøre noget, medmindre det kan betale sig, eller det har omkostninger at lade være, siger hun og tilføjer: – Selvom undersøgelsen viser, at der er forskel på mænd og kvinders måde at tænke på, er der behov for, at vi samarbejder omkring en fælles vision og bruger vores forskellige kompetencer til at fremme bæredygtige praktikker, som skaber både økonomisk og menneskelig vækst.

FAKTA

TV2's undersøgelse: Kvinder langt mere grønne end mænd (<http://nyhederne.tv2.dk/article.php/id-8803892.html>).

En undersøgelse fra september 2007 fra U.S. Small Business Administration peger på, at der er flere ligheder end forskelle mellem mandlige og kvindelige entreprenører.

Men hvad er forskellene? Mænd går oftere efter at tjene penge og arbejder inden for det teknologiske område. Og så har mænd ansatte i deres virksomhed.

Kvinder derimod går efter forretningsområder med lav risiko og økonomisk overskud, og kvinder ansætter ikke medarbejdere, før det er absolut nødvendigt.

Til gengæld har køn intet at gøre med, hvilken succes virksomheden får.