



Tania Ellis

Forfatter og
erhvervsrådgiver



Business as unusual

Det er ikke længere siden end 2005, at The Economist stillede spørgsmålstegn ved, hvorfor virksomheder dog skulle engagere sig i samfundsansvarlighed, når vi har regeringer til den slags. Det kan da ikke være erhvervslivets opgave, mente man. Meget har ændret sig siden. Kun tre år efter bragte det internationale magasin en specialrapport, som beskrev forretningsrationalet bag samfundsansvarlige praktikker hos en lang række virksomheder.

På bare to årtier er socialt ansvarlige investeringer (SRI) steget med 5.000 procent, og da finanskrisen var på sit højeste i 2008, blev antallet af underskrivere af FNs Principles for Responsible Investment (PRI) mere end fordoblet til over 560 investorer med ansvaret for i alt 18 milliarder dollar.



Visionære virksomhedsledere benytter corporate social innovation til at fremtidssikre deres forretning.

Med presset fra globale megakriser lige fra klimaforandringer, forurening og ressourceknaphed til fattigdom, epidemiske sygdomme og stress oveni, går diskussionen ikke længere så meget på *hvorfor* men på, *hvordan* virksomheder kan tjene penge og samtidig bidrage til en bæredygtig samfundsudvikling. Nutidens udfordringer og krav kan med andre ord ikke imødegås med gårsdagens løsninger og forretningsmodeller. For

dels bliver virksomheder i dag holdt ansvarlige for konsekvenser af deres handlinger, som rækker ud over deres umiddelbare værdikæde, som eksempelvis tobaks- og fast food-industrien allerede har oplevet det. Og dels kan effekten af eksempelvis naturkatastrofer og ressourceknaphed betyde stigende produktionsomkostninger eller true driften i en virksomhed.

Den finansielle krise har skærpet offentlighedens krav til virksomheders etik og ansvarlighed, ikke mindst afhjulpet af web 2.0 teknologiernes indtog, som har åbnet for ikke kun nye pressionsmuligheder, men også for nye interaktions- og innovationsmuligheder.

Blandt de nye ansvarlige giganter finder man verdens største supermarkeds-kæde, Walmart, som er sprunget på den grønne bølge med bl.a. satsninger på økologi og solcelleanlæg på butikstage, og den multinationale læskedrikproducent Coca-Cola, som kører programmer for bevarelse af vand gennem det såkaldte Water Stewardship Initiative.

For godt to måneder siden udkom min bog ”The New Pioneers – Sustainable business success through social innovation and social entrepreneurship”. Bogen beskriver den nye økonomiske verdensorden, der er præget af nye spillere, nye samfundsværdier, nye innovationsformler, nye konkurrenceparametre og nye vækstprincipper, som er i fuld gang med at ændre spillereglerne for måden at drive forretning på.

Parametre som etik, ansvarlighed og bæredygtighed er ved at finde vejen ind i kernen af virksomheders forretningsgrundlag hos eksempelvis

amerikanske General Electric, mexicanske CEMEX og danske Grundfos, som benytter deres særlige forretningskompetencer til også at adressere samfundsproblemer. Men også iværksættere bag virksomheder som Grameen Bank i Bangladesh, amerikanske RecycleBank og danske Specialisterne baner nye veje for kapitalisme i ansvarlige og bæredygtige former.

Det er alt andet end business as usual, der breder sig verden over, dre-



Nutidens udfordringer og krav kan ikke imødegås med gårsdagens løsninger og forretningsmodeller.

vet af visionære virksomhedsledere, der benytter corporate social innovation som et middel til at fremtidssikre deres forretning – og af sociale entreprenører, der benytter markedsmetoder som et middel til at bidrage til en bæredygtig samfundsudvikling med banebrydende løsninger, der udfordrer gamle forretningslogikker.

Også i lande som Sydafrika, Kina og Indien befinder emnet sig højt på dagsordenen. Et eksempel er indiske Tata Group, der om ikke så længe vil præsentere de første hybridbusser i hjemlandet. Dette bekræfter, at debatten om ansvarlig kapitalisme ikke kun er et vestligt velfærdsfænomen, men også bliver taget seriøst af erhvervsledere i de nye vækstøkonomier.