

Bedrifiers sosiale ansvarlighet er i ferd med å bli et grunnvilkår for å kunne drive forretning. Partnerskap/samarbeid med NGO-er er en mulighet for å vise både medarbeidere og omverden at man har overskudd til mer enn bare å tjene penger.

FRIVILLIG ARBEID SOM FRYNSEGODE

TIMBERLAND GJØR DET, Novo Nordisk gjør det, Depfa Bank gjør det, Salesforce.com gjør det, Telenor gjør det:

De lar frivillig arbeid inngå som en del av jobbpakken. Dette kalles også Corporate Volunteering.

Den amerikanske klesprodusenten Timberland betaler for at hver av deres ansatte kan bruke 40 timer i året til frivillig arbeid i suppekjøkken eller andre veldedige formål. Dette er et meningsfylt frynsegode i tillegg til andre materielle goder man får ved å jobbe for virksomheten.

Det danske legemiddelselskapet Novo Nordisk har et TakeAction!-program der ansatte oppfordres til å engasjere seg i frivillig arbeid i lokalmiljøer rundt om i verden. I 2005 førte dette blant annet til at 30 av Novo Nordisks medarbeidere i Pakistan opprettet et spesielt nødhjelpsteam i forbindelse med det store ødeleggende jordskjelvet som rammet landet. Teamet bygget blant annet opp ni Novo Nordisklandsbyer i fjellområdene som var hardest rammet, med telt, mat, medisiner og annen hjelp til cirka 5000 mennesker som var blitt såret eller hjemløse i den harde vinteren.

Den tyske spesialbanken Depfa Bank har filialer i blant annet Danmark, Irland, Nederland, Hong Kong, USA og Japan og har en samlet årsomsetning på cirka seks milliarder kroner. Banken lar sine ansatte engasjere seg i u-landsprosjekter som drives av deres samarbeidspartner, irske NGO Concern. Dersom de ansatte bruker en del av sin ferie på et av Concerns u-landsprosjekter, betaler banken alle de ansattes utgifter.

I den amerikanske softwarebedriften Salesforce.com får hver ansatt fire lønnede dager i måneden til å utføre frivillig arbeid.

I årevis har vi hørt at bedrifiers primære oppgave er å tjene penger og at veldedighet derfor må overlates til andre. Så hvorfor i all verden bruker bedrifter likevel penger på frivillig arbeid?

DET MENINGSFULLE (ARBEIDS)LIV Den tradisjonelle arbeidsetikk, som handlet om plikt og om å tjene penger, er nå i ferd med å bli erstattet av en ny arbeidsetikk som handler mer om nytelse og selvrealisering. For mange unge arbeidstakere handler jobb om å finne det gode (arbeids)liv.



FORDELER VED CORPORATE VOLUNTEERING

FOR VIRKSOMHETEN

- Øker og forbedrer offentlig image og omdømme.
- Forbedrer ansattes evne til teamwork, samarbeid, produktivitet, engasjement, «bevaring», ytelse og lojalitet.
- Øker virksomhetens konkurransedyktighet i forhold til andre virksomheter i forbindelse med bl.a. rekruttering.

FOR DE ANSATTE

- Bidrar til ansattes personlige og faglige utvikling ved å utvide deres erfaringsgrunnlag.
- Øker interaksjonen mellom ansatte i forskjellige avdelinger og nivåer av virksomheten.
- Øker medarbeiderinitiativ, teamwork, sosial kompetanse og samarbeidsevner.

FOR NGO-EN/SAMFUNNET

- Forbedrer livskvaliteten i (lokal)samfunnet ved å støtte løsninger på sosiale problemer.
- Øker antallet av frivillige og utvikler talenter/kompetanse i (lokal)samfunnet.
- Muliggjør utveksling av kompetanse og kunnskap mellom private virksomheter og organsisasjoner.

De ønsker å utvikle seg selv både faglig og personlig. De ønsker en sunn balanse mellom arbeidsliv og privatliv. De ønsker å jobbe i virksomheter som har verdier de kan identifisere seg med og å jobbe med noe de kan være stolte av og se en mening med. Det skal med andre ord mer enn høy lønn og materielle frynsegoder til for å tiltrekke seg fremtidens arbeidskraft.

Det er da også med dette for øyet at grunnleggeren og toppsjefen i Salesforce.com, Mark Benioff, har innført frivillig arbeid som del av sin ledelsesstrategi. «Folk trives med å jobbe i et firma som aktivt arbeider for å gjøre noe godt. Det har vist seg at filantropi er et godt rekrutteringsverktøy.»

Depfa Banks direktør, Gerhard Bruckermann, er heller ikke i tvil om at han får bedre medarbeidere av dette. «Frivillig arbeid er ofte mer verdt enn dyre ledelseskurs på europeiske og amerikanske business-skoler,» mener Bruckermann, som benytter det til å (ut)danne bankens ansatte. Ifølge direktøren er bankdrift «Peoples business», så sosial kompetanse kommer i første rekke.

GEVINSTENE Virksomheters sosiale ansvarlighet – corporate social responsibility (CRS) – har blitt et strategisk konkurranseparameter. Og partnerskap mellom private og frivillige organisasjoner gir muligheter for begge parter.

De frivillige/veldedige organisasjoner kan benytte seg av ikke bare bedriftens økonomiske midler, men også av deres fasiliteter, kunnskap og spesialkompetanse. På den andre siden kan virksomhetene styrke sitt omdømme og interessefellesskap, tiltrekke seg velkvalifisert arbeidskraft og i siste instans øke sin konkurransedyktighet og inntjeningsmulighet. Det frivillige arbeidet innebærer blant annet:

Kompetanseutvikling – innen f.eks. teamarbeid, planlegging, kommunikasjon og prosjektledelse.

Image – virksomheten oppfattes som sosialt ansvarlig, og de frivillige medarbeiderne er virksomhetens ambassadører.

Engasjement – arbeidet styrker lagånd, motivasjon og lojalitet overfor virksomheten.

Rekruttering og bevaring av medarbeidere

– det frivillige arbeidet skaper en positiv kultur, variasjon i arbeidet og muligheten for å gjøre en meningsfull forskjell.

Effektiv bruk av CRS-midler – frivillig arbeid kan innebære mindre omkostninger og kan kanskje også være et mer verdifullt bidrag enn pengedonasjoner alene.

Innovasjon – virksomheten kan se seg ut særlige innsatsområder med forretningsstrategisk betydning. Arbeidet gir adgang til lokale nettverk og allianser og innblikk i nye behov og problemstillinger. Dette kan gi anledning til nye rutiner, ytelser og produkter

Disse potensialene ved frivillig arbeid er medvirkende til at stadig flere virksomheter lar Corporate Volunteering inngå som del av sin ledelsesstrategi. Frivillig arbeid som frynsegode er ganske enkelt en mulighet til å investere i virksomhetens levedyktighet og en utviklingsmulighet for NGO-ens evne til å skape enda større sosial effekt. Så det er mange gode grunner til å gå igang – uansett om man ønsker å tjene penger eller å redde verden. www.taniaellis.dk ■

«Frivillig arbeid er ofte mer verdt enn dyre ledelseskurs på europeiske og amerikanske business-skoler»

FATTIGE FÅR BANK

I augustnummeret møter vi de vietnamesiske kvinnene som er overlykkelige for å få bank – slik at de kan låne penger.

NESTE NUMMER kommer i uke 35

