

Frivilligt arbejde

som nyt frynsegode

Det kan gavne virksomhedens bundlinje at lade medarbejderne bruge noget af arbejdstiden på at bygge legepladser eller plante træer i lokalområdet. Fænomenet hedder corporate volunteering. En ledelsesstrategi, der er på vej til Danmark.

▲ Af Anne Waagstein

Klassiske frynsegoder som gratis massage, bånd og fitnessfaciliteter bliver i stigende grad suppleret af en ny variant, hvor gevinsten for medarbejderne er mere indirekte. Frynsegodet består i at glæde andre ved at yde et stykke velgørende arbejde. Det hedder corporate volunteering og har i flere år været kendt i udlandet. Som noget nyt er det også ved at vinde indpas blandt danske virksomheder.

"I USA og Storbritannien har man en stærk tradition for velgørende arbejde og filantropi. Den amerikanske stat er relativt tilbagetrukket på en række sociale områder, så der har altid været behov for frivilligt engagement i den gode sag," siger Mette Morsing, professor ved Copenhagen Business School (CBS).

"Det, vi ser i Danmark nu, er to ting: En stat, der træder tilbage på nogle områder, og en international trend, hvor verdens problemer opleves som så store, at vi bliver opmærksomme på, at vi bør bidrage mere som samfundsborgere," siger hun videre som forklaring på, at også danske virksomheder er ved at få øjnene op for corporate volunteering.

Corporate volunteering er normalt bygget ind som en del af medarbejdernes jobpakke. Det betyder, at de kan bruge en del af deres lønnede arbejdstid på at yde en frivillig indsats for et velgørende formål. Ofte har virksomheden en samarbejdsaftale med en eller flere frivillige organisationer, der så får glæde af den ekstra arbejdskraft.

Materielt fryns ildte nok

Det er en voksende bevidsthed om socialt ansvar, der baner vejen for corporate volunteering. I dag skal der mere end høj løn og materielle frynsegoder til for at tiltrække de bedste medarbejdere.

"Den frivillige indsats signalerer, at man har plads til det hele menneske. De fleste medarbejdere vil nemlig gerne udvikle sig både personligt og fagligt," siger Tania Ellis, forfatter og foredragsholder med fokus på fremtidens ledelse og arbejdsliv.

"Social ansvarlighed bidrager til at tiltrække velkvalificeret og dynamisk arbejdskraft, som i sidste ende gavner bundlinjen," siger hun. Mette Morsing er enig.

"Jeg kan se det blandt mine egne studerende på CBS. De tilkender giver i stigende grad, at de – ud over at tjene til føden – først og fremmest går efter et job, som de kan være stolte af, og som giver dem en fornemmelse af at yde et meningsfuldt bidrag til samfundets udvikling," siger hun.

Mange former

Før man som virksomhed tager hul på corporate volunteering, skal man ifølge Mette Morsing træffe et valg mellem to overordnede varianter, add-on-modellen eller den strategisk integrerede model.

Det at arbejde frivilligt i randområderne af en eget felt kan have en innovativ effekt, fordi det kan give medarbejderne indsigt i nye behov og tendenser

Mette Morsing, professor ved CBS



I add-on-modellen deltager man i projekter uafhængigt af, hvad virksomheden ellers laver. Det kan være afdelingen, der bruger en dag på at bygge legepladser, designe en hjemmeside for en handicapforening eller yde en ekstra indsats over for ældre samfundsborgere. Eller som går skridtet videre ved at drage ud for at yde nødhjælpsarbejde i et af verdens brændpunkter.

Det kan også være den enkelte medarbejder, der yder lektiehjælp til unge med indlæringsvanskeligheder eller hjælper en forening med dens fundraising. I andre tilfælde foregår indsatsen

i virksomhedens eget regi. På McDonald's-restauranterne i Danmark hænder det, at medarbejdere springer ud og vasker de biler, der kører gennem Drive-Thru. Hvis kunderne giver et beløb som tak, går pengene til velgørende formål som for eksempel Ronald McDonald-husene, der med belliggenhed tæt ved hospitaler giver logi til familier med alvorligt syge børn.

I den strategisk integrerede model udpeger virksomheden indsatsområder, der ligger i forlængelse af virksomhedens forretning og dens kerneydelser. For eksempel gav Novo Nordisk, der



En gang om ugen hiver Dan Bjergvang halvanden time ud af arbejdstiden for at fægtetræne med et hold børn. Hans arbejdsgiver Skandia betaler månedligt to af timerne.

