

# 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, bredbånd 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 ens 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.

blandt andet producerer insulin, sine medarbejdere mulighed for at levere sunde opskrifter til en kogebog for diabetesbørn.

"Fordelen ved den model er, at du også får tilført et innovativt element i form af nye, konkrete ideer til produktudviklingen," siger Mette Morsing. "Det at arbejde frivilligt i randområderne af ens eget felt kan have en innovativ effekt, fordi det kan

### Udlandet er foran

► I udlandet, specielt i USA og Storbritannien, har corporate volunteering været kendt siden slutningen af 90'erne. I Storbritannien har 18 procent af den samlede arbejdsstyrke været ansat på en arbejdsplads, der havde programmer med frivilligt arbejde.

► Blandt de mere kendte virksomheder med corporate volunteering er for eksempel The Body Shop, der i 2006 leverede 4.500 timers frivilligt socialt arbejde.

► Et andet eksempel er den amerikanske tøjproducent Timberland, hvor medarbejderne årligt kan bruge 40 timer som hjælpere i supplekøkkener og lignende tiltag.

► Den britiske gren af revisions- og rådgivningsfirmaet KPMG stiller hvert år 2.000 ansatte til rådighed en hel arbejdsdag for projekter, der gavner lokalsamfundet.

► Og i tyske DEPFA Bank dækker man medarbejdernes udgifter, hvis de bruger en del af ferien på ulandsprojekter – det giver ifølge bankens direktør dygtigere medarbejdere og er mere værd end dyre ledelseskurser.

► Også virksomheder som PricewaterhouseCoopers, Barclays Bank, Dell Inc. og fodboldklubben Arsenal FC har programmer for corporate volunteering.

give medarbejderne indsigt i nye behov og tendenser – og dermed inspiration til kommende produkter og forretningsområder."

### Gevinster for virksomheden

For virksomhederne er der flere gevinster at hente ved at flette det frivillige arbejde ind i personalepolitikken. Mange oplever, at de kan lære noget af de frivillige organisationers måde at gøre tingene på – for eksempel om, hvordan man motiverer medarbejderne og skaber gejst.

Samtidig bidrager arbejdet til medarbejdernes personlige og faglige kompetenceudvikling, og det styrker holdånden, loyaliteten og motivationen på arbejdspladsen. Det kan være en måde at integrere forskellige afdelinger og medarbejdertyper på, som når for eksempel direktøren tager ud og planter træer sammen med piccoloen. Britiske virksomheder beretter endda om, at medarbejdere, der er begyndt at deltage i frivilligt arbejde, har fået færre sygedage. Der er også gevinster udadtil.

"Det styrker virksomhedens omdømme, at man har overskud til at tage et socialt ansvar – at man har overskud til at give noget tilbage til det samfund, man er en del af," forklarer Tania Ellis.

Endelig skal man ikke undervurdere, tilføjer hun, at den sociale indsats ud over alt det andet også kan være en spændende oplevelse for medarbejderne. Det giver dem variation i hverdagen og bidrager til en positiv arbejdskultur, hvor man har noget at være fælles med sine kolleger om. ◀

### I gang med corporate volunteering

► Virksomheder, der overvejer corporate volunteering, skal i første omgang tage stilling til, om man vil følge add-on-modellen eller den strategisk integrerede model.

► I add-on-modellen vælger man sine sociale indsatsområder uden skelen til virksomhedens kerneforretning. I den strategisk integrerede model vælger man et indsatsområde i forlængelse af virksomhedens forretningsområde og kompetencer.

► Det er vigtigt, at ledelsen er indstillet på at deltage i de frivillige aktiviteter og agerer foregangsmand, hvis de sociale tiltag skal virke troværdige og motiverende internt i virksomheden.

► For at komme videre er der hjælp at hente hos blandt andre Rådet for Frivilligt Socialt Arbejde ([www.frivilligraad.dk](http://www.frivilligraad.dk)). Rådet har til opgave at rådgive ministeren og Folketinget om udviklingstendenser og muligheder inden for den frivillige sociale sektor.

**Den frivillige indsats signalerer, at man har plads til det hele menneske. De fleste medarbejdere vil nemlig gerne udvikle sig både personligt og fagligt**

*Tania Ellis, forfatter og foredragsholder*



## Hjælpeorganisationer

# Vi er klar – er I?



**Organisationer som Dansk Røde Kors og Børns Villkår er mere end parate til at tage imod virksomheder, der vil give en hånd med. De stiller dog visse krav.**

*af Mille Lumbjerg Andersen*

I dag er det primært via pengedonationer, at danske virksomheder er i kontakt med hjælpeorganisationerne. Men den nye tendens, hvor virksomhederne stiller medarbejdere til rådighed i det konkrete hjælpearbejde, hilses velkommen af de danske hjælpeorganisationer.

Dog appellerer de til, at virksomhederne går helhjertet ind i arbejdet. Når medarbejdere over længere tid skal involvere sig i en sag, er det nemlig virksomhedens engagement, der skal drive værket, siger projektleder Lars Linderholm fra Dansk Røde Kors.

"Vi er meget interesseret i ekstra hænder, men også i stabilitet. Det er ikke særlig konstruktivt, hvis et samarbejde falder bort, så snart virksomheden får travlt eller kommer i krise. Samarbejdet skal være en del af en virksomhedsstrategi og være godt forankret i hele organisationen – også i den øverste ledelse," siger Lars Linderholm.

"Meget frivilligt arbejde handler om sociale relationer. Både i indbyrdes blandt de frivillige, men også mellem

de, der modtager hjælpen, og de frivillige. Og sociale relationer tager tid at opbygge. Vil man som frivillig gerne komme på et af vores asylcentre, er det vigtigt, at vi ser vedkommende igen," siger han.

### At tænke i nye baner

Dorthe Lysgaard, direktør for Børns Villkår, er ligesom Lars Linderholm helt sikker på, at der i fremtiden kommer mere samarbejde mellem virksomheder og hjælpeorganisationer.

"Det er oppe i tiden at gøre en forskel. Det skal vi benytte os af. Men det stiller også krav til os hjælpeorganisationer om at tænke i nye baner – at tænke i kreative måder at bruge medarbejderne på. Det er jo ressourcestærke personer, vi får fra virksomhederne. De kan være med til at udvikle vores organisation, eksempelvis ved at hjælpe til administrativt med økonomi eller statistik. Og medarbejdere med en børnefaglig baggrund kan vi konkret bruge i vores BørneTelefon," siger Dorthe Lysgaard.

**Samarbejdet skal være en del af en virksomhedsstrategi og være godt forankret i hele organisationen – også i den øverste ledelse**

*Lars Linderholm, projektleder i Dansk Røde Kors*