

Lederne er kulturbærere

Af Dorthe la Cour, journalist, LivingWords

Et stigende antal virksomheder arbejder med social ansvarlighed, også kaldet Corporate Social Responsibility. De gør det, fordi bæredygtig business er en god forretning for både bundlinjen og mennesker, og fordi virksomheden, ved at tage et ansvar, er med til at sikre egen levedygtighed.

- Etik og ansvarlighed er i dag ved at blive en integreret del af erhvervslivets virke. Det at drive virksomhed er blevet sat i et bredere perspektiv, og fokus på at tjene penge går hånd i hånd med ønsket om at være ansvarlige medspillere i verden, siger Tania Ellis, Executive MBA, erhvervsrådgiver og forfatter.

Hun understreger, at der er mange måder at arbejde med social ansvarlighed på. En virksomhed kan yde støtte til den lokale fodboldklub, bidrage til velgørende organisationer, bruge egen viden og kompetencer til at støtte og løfte konkrete sociale projekter, eller give medarbejderne mulighed for at yde frivilligt arbejde med løn, for blot at nævne nogle eksempler.

- Uanset hvilken form virksomhedens sociale ansvarlighed har, så er det lederne, som er kulturbærerne. De skal i deres kommunikation kunne gøre det tydeligt for medarbejderne, hvorfor virksomheden vælger at bruge ressourcer til at gøre noget, der måske ligger udenfor virksomhedens kerneområde, forklarer Tania Ellis, og betegner den nuværende udvikling som et nyt erhvervsparadigme.

- Lederne bliver i dag mødt med andre krav. Ud over de faglige evner, er lederne også nødt til at tage kompetencer som empati, menneskeforståelse, coaching, og kommunikation i brug for at få medarbejdernes fulde engagement, siger hun.

Med andre ord handler denne ledelsesform meget mere om at motivere og udvikle mennesker, og om at skabe forståelse og mening. Hvis lederen i samarbejde med medarbejderen formår at skabe en kobling mellem virksomhedens mål og medarbejderens arbejdsmening, bliver der skabt adgang til de ressourcer, som skaber både arbejdsglæde og bundlinjeresultater.

Starter med medarbejderne

I Regeringens elektroniske Virksomhedspanel I 2005 blev der gennemført en undersøgelse blandt 5.600 offentlige og private virksomheder. Undersøgelsen viste, at ud af de virksomheder, der påtog sig et socialt ansvar, handlede det for syv ud af ti virksomheder om at forebygge og fastholde medarbejderne. Virksomhedernes interne sociale ansvar starter med medarbejderne og med ønsket om at skabe gode rammer for trivsel og arbejdsglæde.

- Virksomheder og ledere, der arbejder med den sociale dimension af det at drive forretning, har mulighed for at differentiere sig i forhold til deres konkurrenter. Arbejdet med den sociale dimension udstråler større rummelighed og andre værdier end de materielle. I vores samfund har vi nået et materielt mætningspunkt, for vi kan ikke købe os flere ting, der kan gøre os lykkelige. Der skal noget andet til for, at vi føler os som hele mennesker, forklarer Tania Ellis og tilføjer, at løn og

materielle frynsegoder er blevet nogle basisvarer, og derfor efterspørger medarbejderne andre ting.

- De vil gerne udvikle sig som mennesker, og vil gerne gøre noget for andre. Her kommer den næstekærlige dimension ind – at kunne gøre noget for andre, for eksempel ved at arbejde med social ansvarlighed i den virksomhed, man er ansat i, siger Tania Ellis.

Fakta

Tania Ellis har skrevet bogen ”De nye pionerer”, som for nylig er udkommet på Jyllands-Postens Forlag.

Det er den første danske bog om social innovation og det oversete vækstfænomen socialt entreprenørskab. Den viser, hvordan virksomheder kan tjene godt og gøre godt på samme tid. En vigtig inspirationskilde for erhvervsledere, politikere, iværksættere og samfundsendagerede borgere.

Læs mere på <http://www.taniaellis.dk/>

Fakta

I Danmark oversættes Corporate Social Responsibility ofte med virksomheders samfundsmæssige engagement. Dette skyldes primært, at man ønsker at sammenfatte virksomhedernes håndtering af både sociale og miljømæssige hensyn i begrebet.

Se mere på <http://www.overskudmedomtanke.dk/>

Vidste du at

- 4 ud af 10 virksomheder, der arbejder med samfundsendagement, mener, at deres arbejde har en positiv økonomisk effekt for virksomheden.
- 6 ud af 10 virksomheder, der arbejder med samfundsendagement på medarbejderområdet, mener, at deres arbejde har en positiv økonomisk effekt.
- 6 ud af 10 virksomheder, der arbejder med samfundsendagement, mener, at de bedre kan tiltrække og fastholde kvalificeret arbejdskraft.
- 6 ud af 10 virksomheder, der arbejder med samfundsendagement, mener, at det forbedrer virksomhedens omdømme.

Kilde: <http://www.overskudmedomtanke.dk/>

Dansk Coach Center aps Carl Jacobsens Vej 16, opg. 16 2500 Valby Tlf. 33 23 66 13

info@danskcoachcenter.dk