Jyllandsposten d. 4. April 2008

Vi kræver socialt ansvar på jobbet

For hver tredje dansker har det afgørende betydning, at deres arbejdsplads tager et socialt ansvar, viser ny undersøgelse fra pensionsselskab.

De tider er forbi, hvor virksomheder kan slippe af sted med at fokusere benhårdt på profit og bundlinje. I hvert fald hvis man spørger de danske lønmodtagere.
For 31 procent af danskerne har det stor eller afgørende betydning, at deres arbejdsplads taget et socialt ansvar.
Og for syv ud af ti danskere har et socialt medansvar nogen betydning, viser en ny undersøgelse lavet af Zapera på vegne af pensionsselskabet Skandia i anledning af tiåret for Skandias sociale engagement.

Stolte medarbejdere
Undersøgelsen viser, at der udover at gøre en god gerning, er meget mere at hente for virksomheder, der udviser social ansvarlighed.
Helt konkret betyder det sociale ansvar i virksomheder, at hver anden dansker ser mere positivt på arbejdspladsen, mens 40 procent er mere stolte af deres arbejdsplads.
Forsikringsselskabet Skandia kan nikke genkendende til resultaterne.
"Det er vigtigt for os at tage et medansvar for det samfund, vi er en del af, men det er også noget, der i høj grad har betydning for vores medarbejdere.
Det betyder faktisk så meget, at hver tredje medarbejder i Skandia valgte at blive en aktiv del af vores sociale engagement, da vi tilbød, at man kunne lave frivilligt arbejde i arbejdstiden", siger Charsten Christensen, koncerndirektør i Skandia.

Dybt forankret
Holdningerne bliver understøttet af forfatterne Tania Ellis, der også er foredragsholder og en af de førende eksperter inden for CSR-området i Danmark.
Hun mener, at tallene afspejler, hvor dybt forankret social ansvarlighed er blevet hos danskerne
"I dag er den sociale bevidsthed højere end nogensinde før, og vi er bevidste om, at vi alle er nødt til at tage et ansvar i samfundet.
Hvor man før i tiden kunne vise overskud ved at køre i en smart firmabil og have den rigtige jobtitel, viser man det i dag ved at have tid til andet end arbejde og overskud til eksempelvis at udføre frivilligt arbejde. Det får stadig større betydning for os at arbejde i en virksomhed, som tilbyder mere og andet end en stor løncheck og gode ansættelsesforhold", fortæller Tania Ellis.

Åbenlyse fordele
Hun peger vider på de åbenlyse fordele, virksomheder kan opnå ved at udvise social ansvarlighed.
"Hvis en virksomhed udviser socialt ansvar, får den nemmere ved både at tiltrække og fastholde medarbejdere.
Social ansvarlighed kan dog ikke gøre det alene. Virksomhederne kan eksempelvis ikke behandle medarbejderne dårligt og så donere penge til et godt formål i den tro, at det så virker," siger hun.

Konkurrence-parameter
Tania Ellis peger videre på, at medarbejderne stiller krav om et meningsfuldt og lystbetonet job på en arbejdsplads, man kan være stolt af.
"Blandt andet derfor er social ansvarlighed ved at blive et væsentligt konkurrence- og brandingparameter for virksomhederne", siger Tania Ellis.