

# Tania Ellis - Give & Grow: giv mens du selv vokser

*Tania Ellis er stifter af The Social Business Company og én af Europas førende eksperter indenfor social business*

## Velkommen til socialkapitalismen!

Hvis jeg spørger dig, hvad der gør dig rig, vil du måske svare, hvad du tjener om året, eller hvor meget der står på din bankkonto. Men du vil sikkert også svare, at eksempelvis tid til familien, et godt helbred og tid i naturen også er en væsentlig del af det, der gør dig rig. Du har med andre ord flere bundlinjer i dit liv.

Sådan er det også med virksomheder. I hvert fald dem, der sværger til den nye forretningslogik, hvor økonomi og samfundsansvar går hånd i hånd.

Her er målet ikke at skabe økonomisk vækst for enhver pris, men at skabe *bæredygtig* vækst, så de penge der tjenes ikke er på bekostning af miljøet eller menneskers ve og vel. Her giver virksomheder værdi tilbage til samfundet, mens de selv vokser.

Lyder det hippieagtigt? Det var det måske engang.

Men den tid er forbi, hvor virksomheder blev sat i verden for at tjene penge til sine ejere, mens det offentlige og engagerede borgere varetog samfundets interesser. I dag er billedet mere kompleks og kravene fra medarbejdere og omverden nogle andre. Verden er blevet mindre, effekten af vores ubæredygtige handlinger mere synlige, og bevidstheden om dette højere end nogensinde.

Derfor skal virksomheder i dag både tjene godt og gøre godt. Sig goddag til socialkapitalismen.

## Business casen

Det er ikke (kun) moral og etik, der driver den nye forretningslogik. Virksomheders samfundsansvarlighed er ved at blive et konkurrenceparameter på linje med pris og kvalitet.

For i dag driver vi forretning i en verden, hvor eksempelvis ressourcemangel, social ulighed og truslen fra global opvarmning kan gå ind og påvirke virksomhedens produktionsomkostninger, leverancesikkerhed, afsætningsmuligheder mm.

Mange virksomheder - lige fra danske mastodonter som Maersk og LEGO til andre globale virksomheder som Nike og Unilever - er derfor i fuld gang med at indarbejde parametrene bæredygtighed og ansvarlighed (CSR) som en del af deres forretning.

For mange handler det om risikostyring. Og inden for de senere år er der faktisk også kommet overbevisende business cases for CSR. For eksempel har et Nykredit-studie af 5000 globale, børsnoterede virksomheders performance for nyligt vist, at dem med styr på sine sociale og miljømæssige risici havde et dobbelt så højt afkast i forhold til dem, som ikke havde orden i eget CSR-hus.

Andre undersøgelser viser, at gevinsterne ved at tænke samfundsansvar ind som en del af forretningen omfatter vigtige bidrag til virksomhedens top- og bundlinje - lige fra stærkt image, foretrukken leverandørstatus og driftsoptimering til arbejdsglæde, stærkere kunderelationer og øget omsætning.

## **Profit & Purpose**

Samfundsproblemer er blevet til forretningsmuligheder. Og forretning er blevet et vigtigt middel til at udvikle nye, samfundsgavnige løsninger. At give tilbage til samfundet kan med andre ord skabe grobund for både vækst og innovation.

Det har ikke kun store frontløbervirksomheder indset. Også små og mellemstore iværksættervirksomheder er med her. I sidstnævnte kategori finder du ofte de såkaldte sociale entreprenører, som transformerer social ansvarlighed til corporate social innovation ved at skabe helt nye forretningsmodeller, der både tjener penge og bidrager positivt til en bæredygtig samfundsudvikling.

Som for eksempel den socialøkonomiske it-virksomhed Specialisterne, der har bygget sin forretning op omkring de særlige kompetencer, som mennesker med autisme har. Virksomhedens forretningsmodel - og beskæftigelsespotentialer - er så unik, at Specialisterne sidenhen er knopskudt til mere end 13 lande. Den er endda blevet business case på det anerkendte Harvard Business School.

Eller som den grønne virksomhed VIGGA, der har grundlagt en cirkulær forretningsmodel ved at udbyde en abonnementsordning for udleje af økologisk babytøj. Efter endt brug bliver tøjet genanvendt til produktion af andre produkter. På den måde går intet til spilde. Virksomheden blev i 2015 udvalgt som verdens mest bæredygtige løsning indenfor modebranchen af Sustainia Awards ved COP21.

Specialisterne og VIGGA er blot to eksempler på den bevægelse af samfundsengagerede iværksættervirksomheder, som er kommet til verden inden for det seneste årti - herunder blandt andet også Spisehuset Rub & Stub (non-profit restaurant med mad fra overskudsfødevarer), Bybi (honning produceret i byen med hjælp fra bl.a. socialt udsatte), Allehånde (cateringvirksomhed med døve kokke), Place De Bleu (interiør design virksomhed, som bl.a. træner og beskæftiger indvandrerkvinder), Be My Eyes (app der forbinder seende med blinde, som har brug for hjælp i dagligdagen) og mange flere.

For disse sociale entreprenører handler samfundsansvar ikke om risikostyring eller om et nice-to-have add-on til forretningen. Det er en del af virksomhedens *formål* at bidrage positivt til en bæredygtig

samfundsudvikling.

## **Give & Grow i praksis**

Du kan også være en socialkapitalist - og give tilbage, mens du selv vokser. Om du så driver en enmandsejet konsulentvirksomhed, arbejder inden for bygge- og anlæg, eller driver en softwarevirksomhed med vækstambitioner.

For eksempel kunne du starte helt lavpraktisk ved eksempelvis at:

- Arbejde frivilligt for en god sag ved at tilbyde dine professionelle kompetencer.
- Donere en procentdel af dit salg til velgørenhed.
- Vælge leverandører og samarbejdspartnere med ansvarlighed som værdigrundlag.
- Investere i bæredygtige udviklingsprojekter.
- Købe produkter, kontorartikler mv. med en grøn eller social profil.

Du kunne også tage afsæt i jeres økonomiske målsætninger, forretningsudfordringer, udviklingsplaner eller nuværende kerneforretning og så se, om det er muligt at skabe en kobling til samfundsansvarlighed. Her er 5 eksempler på, hvordan det kan gøres:

- Har I en økonomisk målsætning om f.eks. at reducere jeres driftsomkostninger? Så kan det måske give mening at fokusere på energibesparelser.
- Er jeres største forretningsudfordring at tiltrække og fastholde de bedste talenter? Så vil det måske være godt at fokusere på medarbejderrettede CSR-aktiviteter.
- Har I planer om at lægge produktionen i et land udenfor Danmark? Så vil det måske være en fordel at fokusere på ansvarlig leverandørstyring.
- Handler jeres kerneforretning om at sælge kontorartikler? Så kan I måske øge jeres salg ved at satse på miljøcertificerede produkter.
- Er en af jeres bærende værdier i virksomheden f.eks. innovation? Så kunne I måske satse på at udvikle nye produkter eller services med en CSR-profil.

Hvis du er rigtig ambitiøs, kan du også bruge krudt på at udfordre virksomhedens vision og mission, og spørge: Hvorfor er vi her - hvad er vores formål? Hvilken (samfunds)værdi kan/ønsker vi at skabe med vores forretning? Hvilke økonomiske og samfundsgavnige gevinster ønsker vi at høste på både kort og langt sigt? Og hvorfor?

Det behøver ikke at være en uoverstigelig opgave at komme godt i gang. Min erfaring er, at når først du tager "Give & Grow"-brillerne på, så opdager du hurtigt en masse spændende nye (forretnings)muligheder.

Når du giver tilbage, mens du selv vokser, kan du både tjene godt og gøre godt. Det er ikke bare god karma. Det giver også god forretningsmæssig mening.