

Program for 2008-2009 i Vidensklub for Strategi og Ledelse i Frivillige Organisationer

- 1) Temamøde : Filantropiske virksomheder, lektor Anders la Cour.
- 2) Temamøde: Forholdet mellem arbejdsliv og fritid, Ph.d Anders Raastrup Kristensen.
3. og 4. Temamøde: Den frivillige sektor, staten og erhvervslivet, Kontorchef i velfærdsministeriet. Herefter vil Lektor Linda Lundgaard Andersen fra Roskilde Universitet Center, tema ikke helt fastlagt.
- 5) Konferencen den 6. maj 2009, har vi endnu ikke fundet et tema for

Filantropiske virksomheder?

Anders la Cour

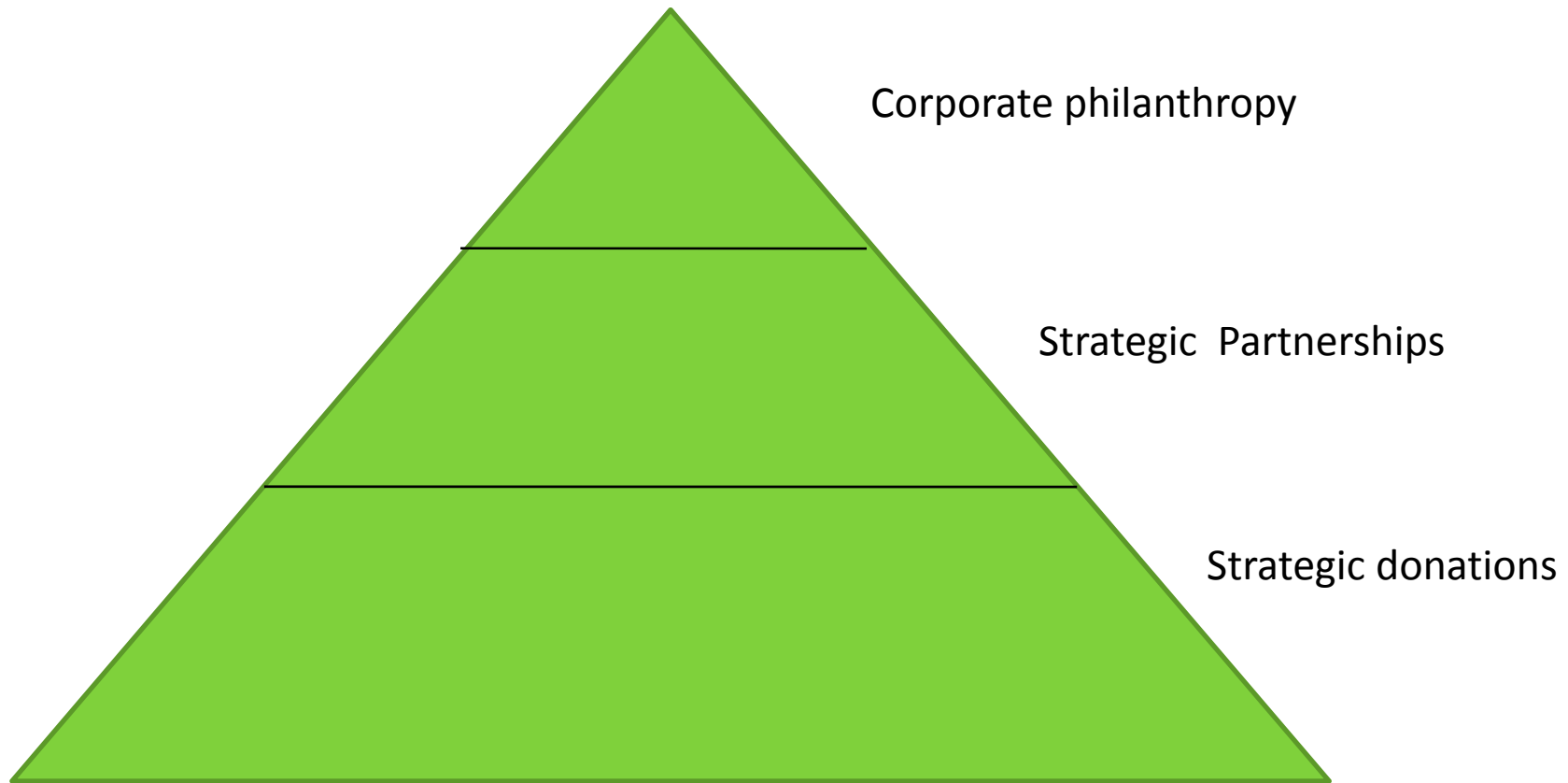
Vidensklub i Strategi og

Ledelse i Frivillige organisationer

Skandia præsenterede i maj 2008:

- ”Corporate Volunteering – En drejebog om frivilligt arbejde i arbejdstiden”
- Bogen handler om Skandias samarbejde med Red Barnet, Dansk Røde Kors, Kræftens Bekæmpelse og Børns Vilkår

The paramide of Corporate Social Responsibility

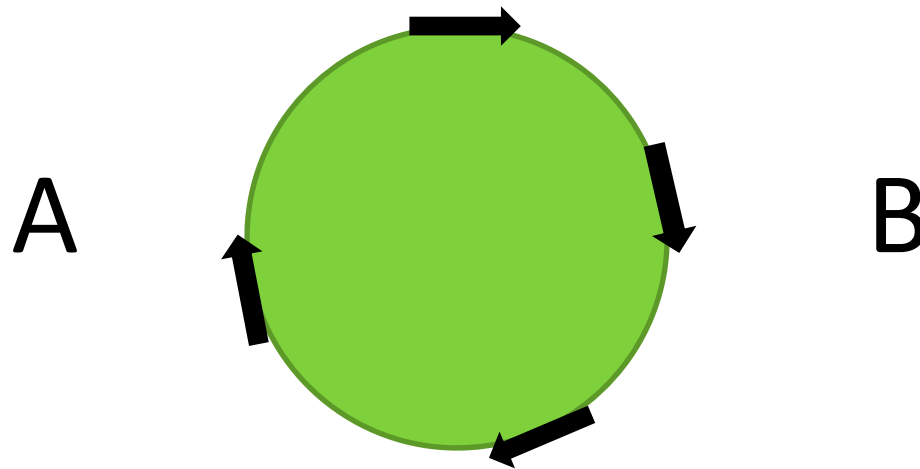


Den afgørende distinktion

- Arbejder virksomheden med philanthropi fordi det kan betale sig, med andre ord fordi det er i dens langsigtede økonomiske interesse. Eller gør den det uden noget ønske om at få noget igen, det vil sige af rent altruistiske årsager?

Den økonomiske logiks symmetri:

- Handler om udveksling,



Den philanthropiske logiks asymmetri:

- Det handler om altruisme:



To væsensforskellige tilgange til virksomheders arbejde med philanthropi

- Strategisk philanthropi
 - Versus
- Philanthropisk strategi

Projektets ønsker at undersøge:

- Hvordan iscenesætter virksomheden selv dens philanthropiske engagement?
- Indenfor en økonomisk logik eller indenfor en altruistisk logik?

Forundersøgelse af følgende multinationale firmaer:

- Deutsche Bank
- Deloitte & Touche
- Dell
- Hitachi
- IBM Corporation
- The Timberland Company

- Svaret synes at være indenfor begge logikker, den iscenesætter med andre ord dens engagement, både udfra et økonomisk rationale: "Vi gør det her fordi det på langt sigt er gavnligt for vores image, og dermed på vores strategiske position på et givent marked, der på langt sigt vil kunne positivt aflæses på vores bundlinie

- Og en philanthropisk logik: Vi hjælper af altruistiske årsager, uden nogen interesse for at få noget igen!

- Det viser sig for eksempel ved sætninger som:
- "There is more in it, than just money"
- (Deutsche Bank 2007)

Hvad sker det når en virksomhed benytter sig af begge rationaler for deres philanthropiske engagement?

To semantikker:

Én økonomisk:	En philanthropisk:
Corporation	Corporate citizenship, Responsible citizens, Neighbors, Community
Employee	Ambassador, inspiring champions, environment stewards
Stakeholder	Neighbors, friends
Joint activities	Collaborative creation

Den philanthropiske logiks ekspliciterings tabu:

- I den philanthropiske semantik konstruerer virksomheden sig selv som en altruistisk giver, som afskriver en hver egoistisk kommerciel interesse i sagen. Derfor bliver en hver økonomisk overvejelse i forbindelse med virksomhedens philanthropiske engagement til et tabu.

Strategisk eufemisme

- For at undgå at blive fanget af at corporate philanthropy hviler på et grundlæggende paradoks, at man ikke kan være økonomisk beregnende og samtidig altruistisk - man kunne også formulere det som etisk egoisme - benytter virksomhederne to forskellige sprog der aktiveres alt efter hvilket side af det philanthropiske arbejde der behandles.

Virksomhedens fordobling af sig selv i sig selv:

- Virksomheden konstruere sig både som en økonomisk virksomhed det på den lange bane kun har blik for sine aktionæres interesser, og som en altruistisk foretagende. Den samme beslutning kan aldrig leve op til begge selvbeskrivelser, men ved at hoppe frem og tilbage mellem de to semantikker kan virksomheden undgå at blive fanget mellem to modstridende!