

Allt fler företag jobbar ideellt

• Interna välgörenhetsevent stärker csr-arbetet

HJÄLPTE MYRORNA. Coca-Cola förvandlade sin traditionella personalkonferens till Sveriges största volontärdag.

– Vi förenade nytta med nytta för att förankra csr-arbetet i hela företaget, säger upphovsmannen Peter Bodor.

MEDARBETARE SOM uppmanas att utföra ideellt arbete på arbetstid blir ett allt vanligare inslag på svenska arbetsplatser.

Det är ett sätt för företagen att få lojalare medarbetare, som berättar vitt och brett om sin godhjärtade arbetsgivare, att behålla personal och sprida vilja kring sitt varumärke.

Den hittills största volontärensatsen i Sverige stod Coca-Cola för, när de förra året slopade sin traditionella personalkonferens och istället lät 700 medarbetare hjälpa Myrorna under en dag.

– Först kändes det omöjligt att aktivera så många utan att det skulle kännas krystat, men det gick, säger Coca-Colas kommunikationschef Peter Bodor.

Det var han som kläckte idén som nu är nominerad till ett

Gyllene hjul för årets bästa interna event.

Till sin hjälp hade Coca-Cola Volontärbyrån.

SA LÅNGT DET VAR MÖJLIGT utnyttjades medarbetarnas expertis. Chaufförerna hämtade gåvor från privatpersoner, butikskonsulenterna hjälpte till med butiksplanering, logistikker och lagerarbetare jobbade med samma saker för Myrorna.

– Vi som inte har någon speci- fik kompetens fick städa och måla, säger Peter Bodor, som själv städade i ett härbärge.

På eftermiddagen samlades medarbetarna och fick veta vilken samhällsnytta de hade bidragit med under dagen – 6,9 miljoner kronor, enligt Myrorna.

– Vår vd Göran Holm var så stolt att han lyste och de medarbetare som gnisslat innan fick ge med sig. Vår interna utvärdering var oerhört positiv, säger Peter Bodor.

EN UPPEBAR RISK när företag ger sig in i enskilda välgörenhetsprojekt är att effekten utblir om det visar sig att organisationen inte har en egen strategi för socialt ansvar.

Coca-Cola har gjort hållbarhetsredovisningar i två år.

– Men vår strategi har varit lite svävande. Med volontärdagen ville vi sätta ett statement i organisationen och få alla medvetna, säger Peter Bodor.

Två mer långsiktiga volontärprojekt är på gång. Kriterierna är att medarbetarna ska involveras och göra något själva, inte bara skänka pengar, och det ska vara lokalt.

– Det är mer relevant att göra nytta här än i en barnby i Afrika. Där jobbar redan afrikanska Coca-Cola.

– Och arbetet ska ge en verklig förbättring, på sikt.

KRISTIN DJERF
kristin@dagensmedia.se



Förra året lyckades Coca-Colas medarbetare göra nytta värd 6,9 miljoner kronor för Myrorna. FOTO: FREDRIK PERSSON

