



Fri til frivilligt arbejde

Evaluering af Skandias Idéer for Livet Ambassadører

November 2007

Indhold

1. Introduktion.....	3
1.1 Idéer for Livet Ambassadører	3
1.2 Skandias motivation.....	4
2. Evaluering af Idéer for Livet Ambassadører	4
2.1 Formålet med evalueringen	4
2.2 Social ansvarlighed er vigtigt	5
2.3 Glade og motiverede medarbejdere	5
2.4 Medarbejdernes motivation for at blive frivillig	6
2.5 Udfordringer	7
2.6 Lancering af Idéer for Livet hos Skandia.....	7
2.7 Indfrielse af forventninger	8
3. Konklusion.....	9

1. Introduktion

1.1 Idéer for Livet Ambassadører

Siden februar 2007 har Skandia gjort det muligt for medarbejderne at udføre frivilligt arbejde i arbejdstiden. Initiativet hedder Idéer for Livet Ambassadører og er et samarbejde mellem Skandia og de fire hjælpeorganisationer: Dansk Røde Kors, Red Barnet, Kræftens Bekæmpelse og Børns Vilkår.

Ved at tilmelde sig som Idéer for Livet Ambassadør får Skandias medarbejdere fri to timer om måneden til frivilligt arbejde - de to timer kan dog også samles til for eksempel to eller tre dage om året.

Ud over valgfriheden, når timerne skal placeres, så har medarbejderne også flere muligheder, når de skal vælge, hvordan de vil engagere sig: Medarbejderne kan selv bestemme, om de vil engagere sig i en aktivitet gennem en af de fire hjælpeorganisationer, eller om de selv vil byde ind med projekter. Derudover er der også mulighed for at tilmelde sig det såkaldte Standby Team, der løbende får forskellige opgaver fra hjælpeorganisationerne.

Ind til videre har medarbejderne udført så forskellige opgaver som at være besøgsven, lektiehjælper og fægtetræner – for blot at nævne tre.

Ideen med Idéer for Livet Ambassadører er at gøre det nemmere for medarbejderne at komme i gang med at udføre frivilligt arbejde. Ifølge Socialforskningsinstituttets rapport om frivilligt arbejde fra 2005, så mangler danskerne ikke lyst eller vilje til at udføre frivilligt arbejde. Det er derimod faktorer som manglende overblik over mulighederne for at udføre frivilligt arbejde samt manglende tid, der er nogle af de primære barrierer for at komme i gang.

Skandias initiativ Idéer for Livet Ambassadører imødekommer disse udfordringer ved at frigive tid til medarbejderne og samtidig aktivt opfordre dem til at deltage i forskellige aktiviteter som frivillig.

Og ideen ser ud til at virke: Indtil nu har mere end hver fjerde Skandia-medarbejder tilmeldt sig Idéer for Livet Ambassadører. Og der er tilmeldte fra alle medarbejderniveauer – fra sagsbehandler til leder.

”Der blev lige pludselig åbnet en nem og god måde at være engageret på”

(Idéer for Livet Ambassadør hos Skandia)

1.2 Skandias motivation

Idéer for Livet Ambassadører blev lanceret af Skandia i Sverige tilbage i 1996 og har siden været en stor succes på linje med Skandias andre sociale initiativer som eksempelvis Natteravnene.

Ansvar er en af de værdier, Skandia bygger på, og for Skandia er ansvar også at tage ansvar for det samfund, virksomheden er en del af. Social ansvarlighed er den primære grund til, at Skandia igangsatte Idéer for Livet Ambassadører.

Ud over at tage et socialt ansvar er initiativet med til at styrke virksomhedens image, forbedre arbejdsmiljøet og gøre Skandia til en mere attraktiv arbejdsplads. Der er altså noget at hente for alle parter: samfund, medarbejdere og virksomhed.

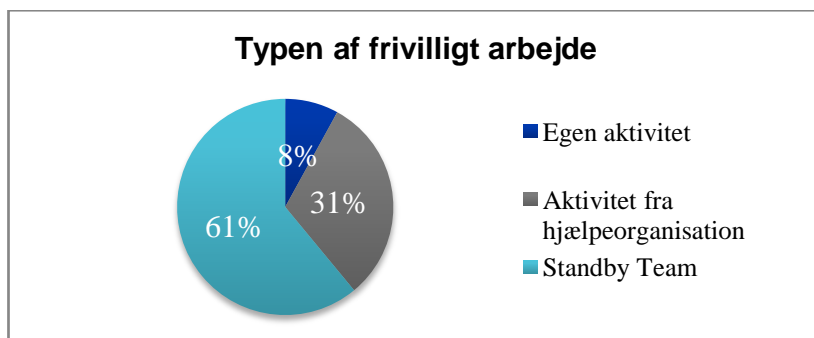
2. Evaluering af Idéer for Livet Ambassadører

2.1 Formålet med evalueringen

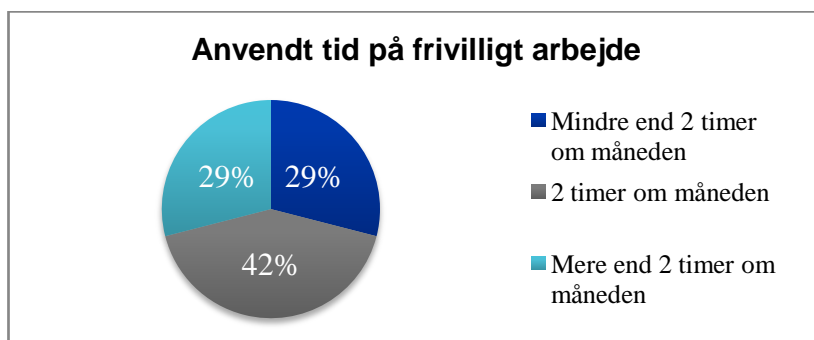
Efter et halvt år evaluerede Skandia i juni og juli 2007 Idéer for Livet Ambassadører. Formålet med evalueringen var at gøre status og lære af erfaringerne fra projektets første fase.

Ud af Skandias 200 medarbejdere er 57 i dag Idéer for Livet Ambassadører. 90 procent af ambassadørerne deltog i evalueringen af projektet.

Deltagernes projekter er fordelt på følgende typer af frivilligt arbejde:



Ikke alle deltagere bruger lige meget tid på det frivillige arbejde:

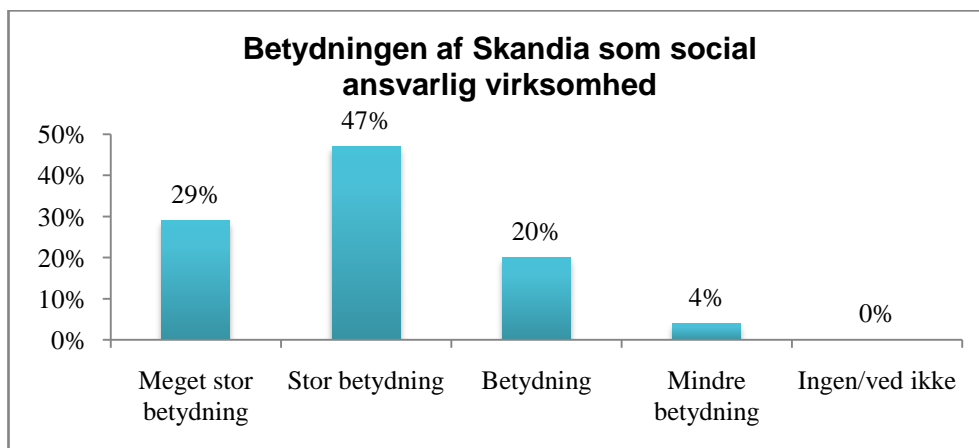


2.2 Social ansvarlighed er vigtigt

At tage et ansvar for det samfund, man er den del af, er Skandias væsentligste motivation for at igangsætte Idéer for Livet Ambassadører. Evalueringen viser, at samme motiv vægtes højt hos medarbejderne: 76 procent mener, at det har ”stor betydning” eller ”meget stor betydning”, at Skandia som virksomhed tager et socialt ansvar. Og næsten alle - 94 procent - mener, at et initiativ som Idéer for Livet Ambassadører er med til at understøtte Skandia som en social ansvarlig virksomhed.

”Vi har alle sammen et ansvar for dem som er dårligt stillet – og vi kan gøre en forskel”

(Idéer for Livet Ambassadør hos Skandia)



2.3 Glade og motiverede medarbejdere

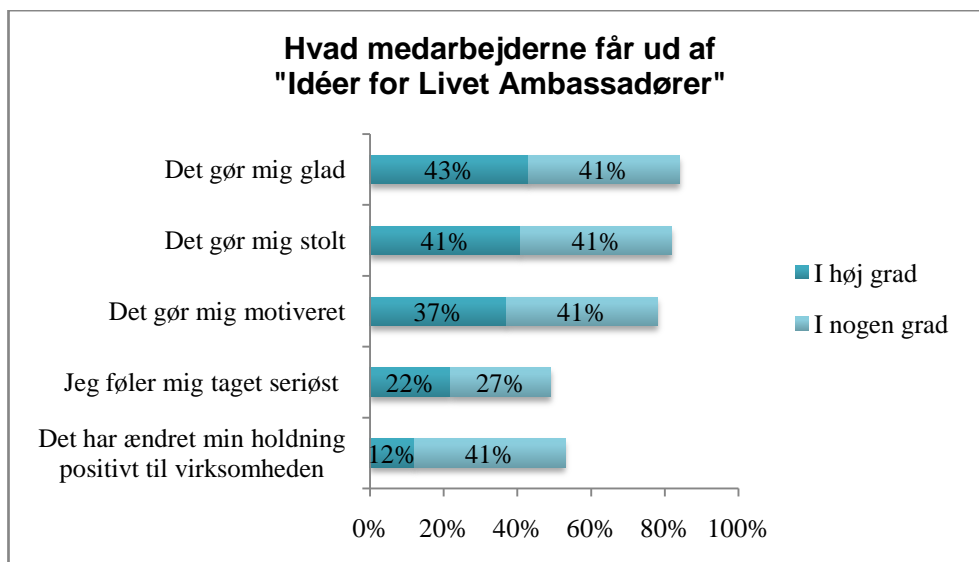
Social ansvarlighed er som udgangspunkt svært at måle, og det samme gælder effekten af initiativer som Idéer for Livet Ambassadører. Det har dog været interessant for Skandia at se, hvad det giver medarbejderne at engagere sig som frivillig.

Og evalueringen viser, at medarbejderne både bliver glade, stolte og motiverede af at være frivillige. 43 procent mener, at Idéer for Livet Ambassadører ”i høj grad” gør dem glade, 41 procent mener ”i høj grad”, at initiativer som Idéer for Livet Ambassadører gør dem stolte af deres arbejdsplads, og 37 procent mener, at det frivillige arbejde i ”høj grad” motiverer dem.

Og så har 53 procent ændret holdning til deres arbejdsplads, efter de har deltaget i projektet – vel at mærke i positiv retning.

”Det er berigende at kunne hjælpe andre, og det giver noget perspektiv på livet og det samfund, vi lever i”

(Idéer for Livet Ambassadør hos Skandia)



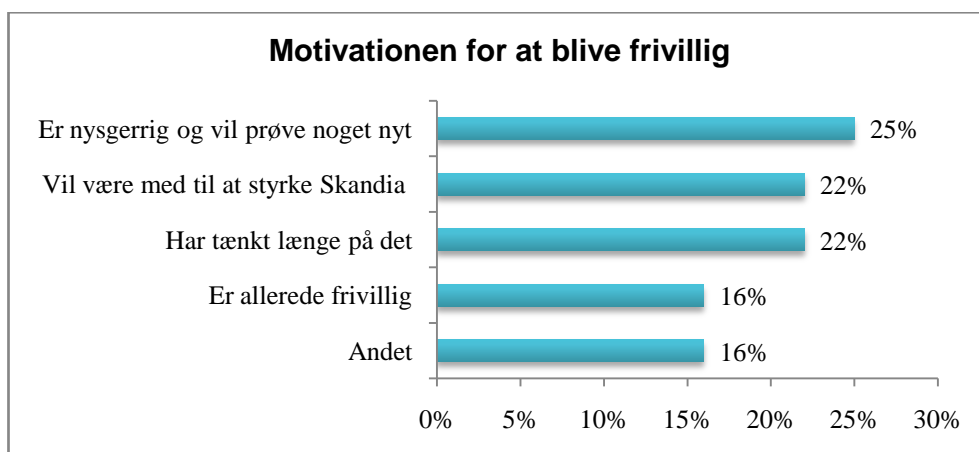
2.4 Medarbejdernes motivation for at blive frivillig

I evalueringen er der spurgt ind til medarbejdernes motivation for at udføre frivilligt arbejde.

25 procent af medarbejderne blev Idéer for Livet Ambassadør, fordi de var nysgerrige og gerne ville prøve noget nyt, mens 22 procent gerne ville være med til at styrke Skandia som en social ansvarlig virksomhed. Der er dog ingen tvivl hos medarbejderne om, hvad der er det bedste ved at være Idéer for Livet Ambassadør: Det er at gøre en aktiv indsats for andre mennesker - hvad 88 procent af medarbejderne mener.

”Det er en god og samfundsnyttig ide – en lille indsats med en stor virkning”

(Idéer for Livet Ambassadør hos Skandia)



2.5 Udfordringer

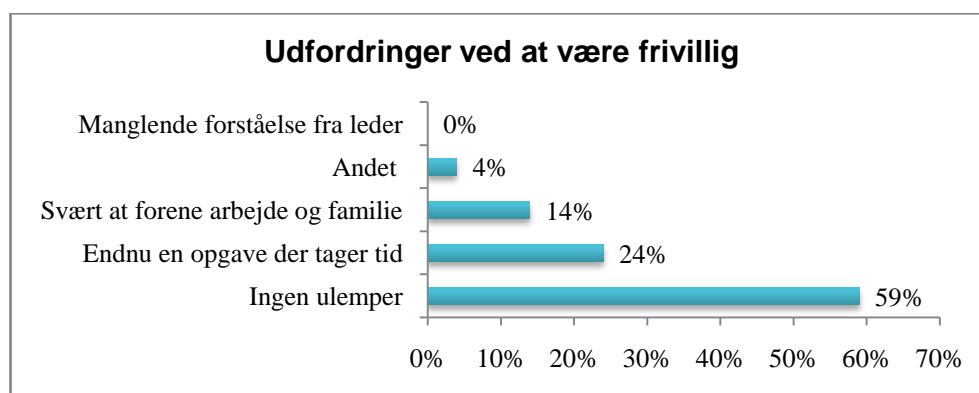
Evalueringen indeholder også spørgsmål om udfordringerne ved at være frivillig. 59 procent svarer, at de ingen ulemper har mødt undervejs. Men evalueringen viser også, at der er udfordringer – at Idéer for Livet Ambassadører kan blive et endnu bedre projekt. Og det har Skandia noteret sig.

Den største udfordring for medarbejderne er – hvad Socialforskningsinstituttet også peger på – manglende tid. 24 procent mener, at det er svært at få tiden til det frivillige arbejde, da arbejdsdagen i forvejen er hektisk. Selvom Skandia giver medarbejderne fri to timer om måneden til det frivillige arbejde, er der altså ikke færre arbejdsopgaver. I forlængelse af denne udfordring så mener 14 procent, at det er svært at forene arbejdsliv og familieliv.

Af andre udfordringer nævner medarbejderne opstarten af aktiviteter. Det har for nogle været frustrerende at tilmelde sig som frivillig og så vente på at komme i gang med en aktivitet. Andre har nævnt, at de savnede en bedre introduktion fra hjælpeorganisationerne til det frivillige arbejde.

”Selvom Skandia giver to timer, så er der jo ikke nogen til at lave de opgaver, man ellers skulle have lavet.”

(Idéer for Livet Ambassadør hos Skandia)



2.6 Lancering af Idéer for Livet hos Skandia

Skandia har haft stort fokus på selve introduktionen af Idéer for Livet Ambassadører. I evalueringen er der spurgt ind til, hvilke dele af den interne lancering medarbejderne var tilfredse med, og konklusionen er klar: Det er utrolig vigtigt med internt fokus og intern forankring, når sådanne initiativer skal lanceres. Og for at opnå det skal der skabes synlighed omkring projektet.

41 procent af medarbejderne var ”tilfredse”, og 45 procent var ”meget tilfredse” med det personalemøde, der kick-startede Idéer for Livet Ambassadører hos Skandia. Den interne lancering skulle fortælle om Skandias motivation for at igangsætte initiativet, men også skabe engagement og interesse for Idéer for Livet Ambassadø-

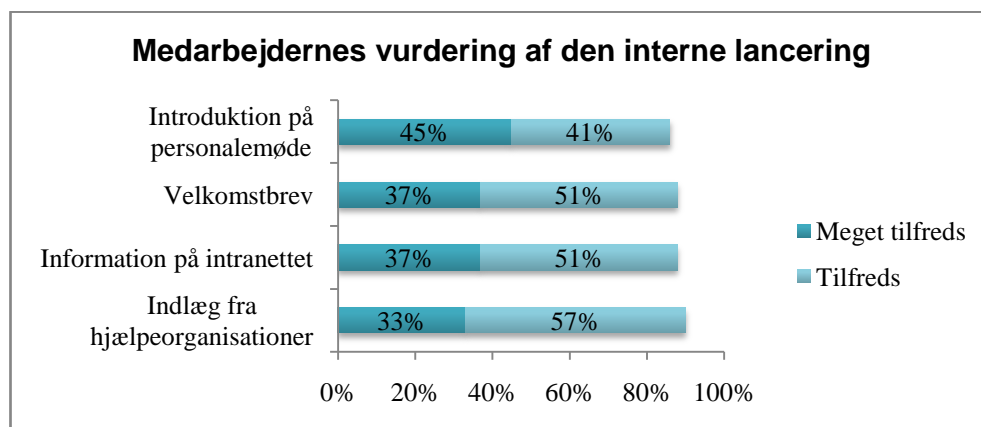
rer. Alle fire hjælpeorganisationer var på besøg, så medarbejderne kunne høre om deres mange forskellige aktiviteter.

Intranettet har også vist sig vigtigt som løbende informationskilde og som dialogværktøj mellem initiativtagerne og medarbejderne.

Og så brugte Skandia forskellige former for merchandise for at skabe opmærksomhed omkring initiativet. Der blev lavet brochurer, slikdåser med Idéer for Livet-bolsjer, og alle ambassadører fik en velkomstgave, da de tilmeldte sig. Det er små initiativer, men noget der har skabt opmærksomhed omkring projektet.

”Det betød meget at høre hjælpeorganisationerne fortælle om alle de projekter og muligheder, der er for at hjælpe”

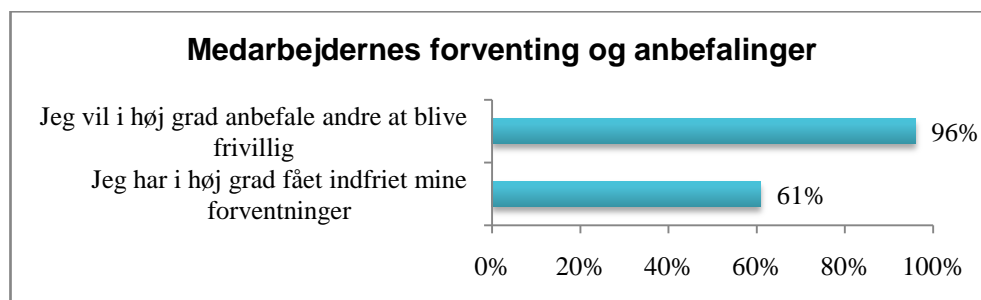
(Idéer for Livet Ambassadør hos Skandia)



2.7 Indfrielse af forventninger

Et afgørende spørgsmål for Skandia har været, hvorvidt Idéer for Livet Ambassadører har levet op til medarbejdernes forventninger. Initiativet har for 61 procent af medarbejderne i ”høj grad” levet op til forventningerne. Det er vi i Skandia meget tilfredse med.

En anden god indikator for succes er, hvorvidt Idéer for Livet Ambassadørerne vil anbefale deres kollegaer at blive frivillig – og det vil hele 96 procent.



3. Konklusion

Evalueringen af Idéer for Livet Ambassadører viser, at der er meget at hente for både samfund, virksomhed og medarbejdere ved at tage et socialt ansvar. Skandia har, ved at give medarbejderne to timer om måneden til frivilligt arbejde, fået både glade, stolte og motiverede medarbejdere – men vigtigst af alt taget et socialt ansvar.

Skandia kan anbefale alle virksomheder med interesse for socialt ansvar, og som samtidig gerne vil gøre noget for deres medarbejdere, at igangsætte et lignende initiativ. Det er dog helt centralt, at ideen forankres internt i virksomheden. Det vil sige blandt medarbejderne og især hos ledelsen, som alle skal kunne se meningen med at tage et socialt ansvar.

Skandia arbejder stadig på at udvikle Idéer for Livet Ambassadører til at blive et endnu bedre initiativ. Denne evaluering er et skridt på vejen.

Skandia vil meget gerne bistå med råd og vejledning til alle virksomheder, der kunne have interesse i at søsætte lignende initiativer. Og Skandia arbejder i øjeblikket på en drejebog, som skal hjælpe virksomheder med at komme i gang med projekter som Idéer for Livet Ambassadører.

Kontaktinformationer til Skandia

Vibeke Molin
CSR-ansvarlig
Tlf.: 70202909/36886662
Mail: ideer.for.livet@skandia.dk

Peter Holm
Marketingschef
Tlf.: 70124747/36886380
Mail: peter.holm@skandia.dk