

Det kan ALTID betale sig at opføre sig ordentligt

Af Nicoline Olesen

- De virksomheder, der mødte pandemien med en velfunderet ordentlighed, er dem, der er bedst rustet, når der bliver vendt op og ned på verden, som vi kender den. Og dermed også dem, der gør sig fortjent til vores hjælp og tillid på både kort og lang sigt.



De nyeste tal fra Edelmans årlige tillidsbarometer viser, at vi under Coronapandemien er blevet endnu mere opmærksomme på, hvordan virksomhederne agerer.

90% af os siger, at virksomhederne skal gøre alt, hvad de kan for at beskytte medarbejderne og leverandørernes sundhed og finansielle sikkerhed, også selv om det resulterer i økonomiske tab. 71% af os siger, at vi vil miste tilliden, ikke bare nu men for altid, til brands, der ikke reagerer passende på pandemien,

særligt de virksomheder, der tydeligt sætter profit over mennesker. Ligesom vi forventer, at de store og veldrevne virksomheder skal opføre sig ekstra ordentligt - altså at de brede skuldre skal bære mest.

Vi har allerede set flere eksempler på, at de, der træder ved siden af bliver dømt hårdt - i hvert fald lige nu. Måske derfor har Bestseller valgt, efter en massiv shitstorm, både at undskylde beslutningen om ikke at ville betale husleje for lejemål og alligevel at betale lejemål for april.

Märk

Ligesom Adidas i sidste uge gennem landsdækkende annoncer i Tyskland valgte at undskylde deres ageren. Der kommer ganske givet flere til.

Noget tyder altså på, at det ikke kan betale sig at skubbe samfundsansvaret til side nu, for det kan blive rigtig dyrt på længere sigt. At man skal tænke sig rigtig godt om, når man som virksomhed i disse kaotiske tider træffer beslutninger, der kan give det indtryk, at de kortsigtede økonomiske beslutninger fylder mere end de menneskelige og mere kollektive hensyn. At man skal være særlig opmærksom på, hvordan man kommunikerer de svære beslutninger, man virksomheder står overfor netop nu, fordi virksomhedernes adfærd nu og her ser ud til at få langvarig effekt på omdømmet.

Betyder det, at det kræver mere at være virksomhed i disse tider – også for at overleve på den lange bane? Det gør det helt sikkert på rigtig mange parametre, og det er en kæmpe opgave vi står over for – alle sammen.

Men når det kommer til ansvarlighed og ordentlighed, er der måske alligevel ikke så meget der har ændret sig. For har det ikke altid bedst kunne betale sig at opføre sig ordentligt?

Fordi det moralsk og etisk er rigtigt, fordi det alt andet lige føles bedst for en selv og for omverden. Der har vel egentlig aldrig været en rigtig god undskyldning for ikke at opføre sig ordentligt, eller for at sætte kortsigtet økonomisk gevinst over anstændighed?

Derfor er de virksomheder, der mødte pandemien med en velfunderet ordentlighed og ansvarlighed er dem, der er bedst rustet til at vise samfundssind, når der bliver vendt op og ned på verden som vi kender den. Og dermed også dem, der gør sig fortjent til vores hjælp og vores tillid på både den korte og den lange bane.