

ÖKAT ANSVARSKRAV PÅ NÄRINGSLIVET

Relationen mellan politik och näringsliv är en fråga som brukar diskuteras flitigt under Almedalsveckan – så även i år. Från politikens sida har en utmaning länge varit hur man ska locka fler människor från näringslivet att engagera sig och agera för ett bättre samhälle.

Under årets Almedalsvecka hände något.

Jag tror inte att det någonsin har varit så många företagsledare på plats för att diskutera viktiga samhällsfrågor. Frågan är om vi nu inte börjar se en rörelse i motsatt riktning – att människor aktivt väljer att gå in i näringslivet eller starta företag utifrån en önskan om att förbättra samhället.

Flera saker pekar i denna riktning.

En ökad medvetenhet växer fram bland konsumenter. Vi har de senaste åren sett en kraftig förändring, inte minst bland unga människor och storstadsbor. De ställer krav och förväntar sig att företagen tar ansvar för en hållbar utveckling.

Begreppet CSR, Corporate social responsibility, har blivit vedertaget och närmast en hygienfaktor för de flesta branscher. Undersökningar visar att åtta av tio konsumenter i storstäderna anser att företagen har ett ansvar att bidra till ett bättre samhälle, en uppgift som traditionellt har legat på politiken.

Nu kräver konsumenterna att företagen tar samhällsansvar. Dessa värderingar som märks bland konsumenter, medarbetare och ägare – vågar jag påstå kommer att påverka i stort sett samtliga branscher framöver.

Man ser företag som de samhällsaktörer de faktiskt är, med stora möjligheter att på olika sätt bidra till en bättre omvärld. CSR handlar inte längre bara om att ta ansvar för företagets negativa konsekvenser. Det handlar om att göra ett positivt avtryck i samhällsutvecklingen, även utanför företagets egentliga erbjudande. Det finns exempelvis företag som arbetar aktivt för att erbjuda människor med funktionsnedsättning möjlighet till sysselsättning.

Ett resultat av detta är att företagen kommer att bli viktigare som förändringskraft i samhället. Bara det faktum att vi under årets Almedalsvecka kunde se en lång rad företagsledare visa ett nytt intresse och en vilja från företag att bidra vittnar om detta. Att agera på riktigt inom ramen för ett företag kommer att bli viktiga plattformar för människor som brinner för att förändra världen.

På ett sätt kan man säga att utvecklingen gör den demokratiska politikens ansvar otydlig. Om det samtidigt leder till att vi går mot en mer medveten, transparent och hållbar värld får man ändå säga att fördelarna väger över. Medborgarnas möjligheter att påverka ökar från vart fjärde år – till daglig basis. Genom de val vi konsumenter gör i vår vardag bidrar vi tillsammans, hur klyschigt det än kan låta, till en bättre värld. Låt oss fortsätta med det.