

Revolution
has to
be
postponed!
We are designing
a new customer
journey

CORPORATE ACTIVISM

Virksomheder, der aktivt bruger kerneforretningen til at drive nødvendige samfundsagendaer. De tør italesætte uretfærdighed, kriser og politiske dagsordner. De kobler forretning med samfundsambition og med hele deres væren og væsen stiller de sig i spidsen for den forandring, de ønsker at skabe. De skaber bevægelse og tro på, at vi sammen kan ændre verden.



EN AKTIVISTISK VIRKSOMHED OPFYLDER FEM KRITERIER

- ☑ Det er virksomheder, der har taget grundlæggende stilling til, **hvad de tror på og står for, og hvilken rolle de vil spille i samfundet.**
- ☑ De definerer en **samfundsambition**, der klart tager stilling til den forskel, de ønsker at gøre i verden.
- ☑ De er **godt selskab**. De konkurrerer ikke kun om at være bedst i verden, men også om at være bedst **for** verden.
- ☑ **De taler højt** om den forandring, de ønsker at skabe – også når det gør ondt forretningsmæssigt.
- ☑ **De inviterer til handling**, der giver håb og handlekraft, skaber følgere og mobiliserer omverden til bevægelse.

HVORFOR NU?



Nye tider: Nu taler folk om, hvorfor de arbejder

Varan Pathmanathan går ikke kun på arbejde for at tjene penge, han arrangerer også etiske partnerskaber. Stadig flere er som han optaget af, at jobbet indhold giver mening.



*Daring
leaders who
live into
their values
are never
silent about
hard things.*

David Branson

HVORFOR NU?

"Does CEO Activism Create Value?"
and Mar

Mads Nipper: "Ja, jeg er aktivist"
10/08/2018

Virksomheder er verdens nye aktivister

De er især drevet af visionære CEO's og globale virksomheder, der bruger deres position til at ændre samfundet.

of 'corporate activism'

CORPORATE ACTIVISM IS ON THE RISE

By Real Leaders | Apr 27, 2016

DealBook

C.E.O. Activism Has Become the New Normal

Why Ben & Jerry's has a corporate activism manager

Corporate activism

Katie Smith | July 25, 2018

The Future of CSR is

from the CECO perspective

Aktivisme tiltrækker talenter til Grundfos: »Så står verdens dygtigste unge mennesker i kø for at ville arbejde for en«

Corporate Activism: Reasons Staying Silent
niøger Risk

HVORFOR NU?

CEO ACTIVISM: MILLENNIALS BY THE NUMBERS



Among Millennials...

- 47%** believe CEOs have a responsibility to speak up about issues that are important to society
- 56%** agree CEOs and other business leaders have greater responsibility today for speaking out on hotly debated current issues than they used to
- 48%** have heard or read about CEOs taking public positions on hotly debated current issues
- 74%** of those who have heard or read about CEO activism have taken an action based on a CEO's stance on a hotly debated current issue, most commonly talking about the stance with friends and family (26%), as well as with coworkers (23%)
- 51%** would be more likely to buy from a company led by a CEO who speaks out on an issue they agree with
- 42%** are more favorable of CEOs who take public positions on issues. 20% are less favorable
- 37%** would be more favorable of a CEO who took a public position on an issue even if that issue is not directly related to the company's business. 26% would be less favorable
- 44%** of those who are employed full-time would be more loyal to their organization if the CEO took a public position on an issue. 19% would be less loyal
- 36%** think CEOs take public positions on hotly debated current issues to get attention in the media (their top perceived reason). 21% say CEOs speak out to build the company's reputation (their #2 perceived reason)



TRE FORMER FOR AKTIVISME

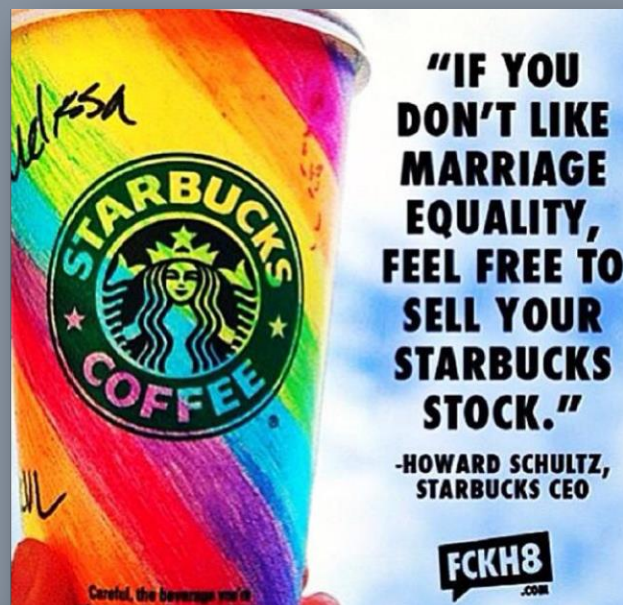
Toplederaktivisme
Forretningsmodelsaktivisme
Bevægelsesaktivisme

MäRK

patagonia[®]

ØSTJYSK TOPMØDE 2018 6

TOPLÉDER- AKTIVISME



Ultimately we will be held **accountable** for what we **achieve**, not what we say

Paul Polman
Chief Executive Officer,
Unilever



HVAD ER TOPLADERAKTIVISME?

Toplederaktivisme drives af markante og åbenmundede topledere, der bruger deres taletid og rækkevidde til at italesætte det, de mener, der er galt med verden.

Toplederaktivisme tager i særlig grad udgangspunkt i samfundsforhold, der er personligt vigtige for CEO'en. Der er både individuel aktivisme og fælles aktivistisk agendasætning, hvor flere topledere sammen adresserer udfordringer.

Denne form for aktivisme kræver, at ledelsen er bevidst om eget verdenssyn og værdigrundlag. Autentiske, succesfulde topledereaktivister vælger deres sag ud fra en personlig overbevisning, det er ikke sagen, der vælger dem.

"You have to understand what you care about as a person and the extent to which what you care about as a person is reflected in your organization. If you're clear about your values, if you spend a lot of time thinking about what you care about and the change you want to see in the world, the causes you care about will be obvious"

Kevin Trapani, CEO Redwoods Group

FORRETNINGSMODELSAKTIVISME



HVAD ER FORRETNINGSMODELAKTIVISME?

Forretningsmodelaktivisme beskriver den form for aktivisme, hvor virksomheden bruger forretningen som løftestang til at løse samfundsproblem. Denne form for aktivisme er ofte en mere stille aktivisme og finder flere former med forskelligt ambitionsniveau og impact. De mest ambitiøse bygger såkaldte Impact Business Models, hvor ønsket om at flytte centrale samfundsudfordringer er hele grundkernen og omdrejningspunktet i forretningen. De stiller sig selv spørgsmålet, 'hvorfor er vi sat i verden, hvilket problem ønsker vi at løse?', frem for spørgsmålet 'hvilke produkter ønsker vi at sælge?'.

*"I only have this business,
because I am very
pessimistic about the future
and I use this business as
a resource to do something
about it"*

Yvon Chouinard, Founder Patagonia

MäRK





patagonia



We've given our
employees Election Day
off to vote and get
out the vote.

Shipping will be delayed a day.

The President Stole Your Land

In an illegal move, the president just reduced the size of Bears Ears and Grand Staircase-Escalante National Monuments. This is the largest elimination of protected land in American history.

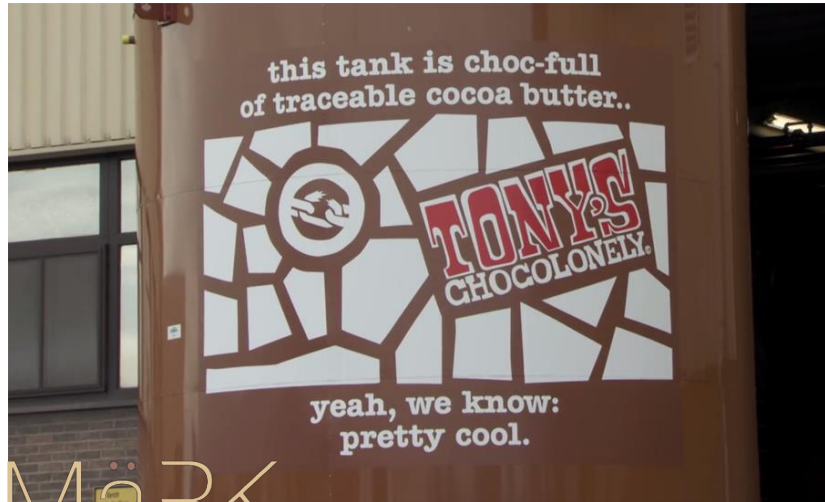
[Learn More](#)



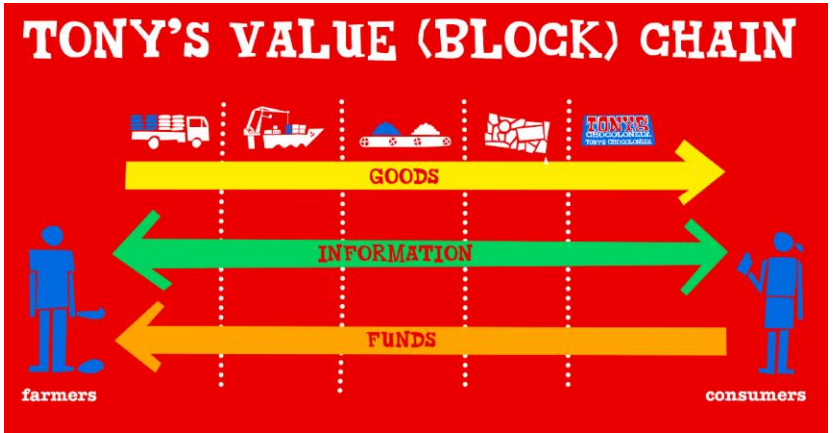
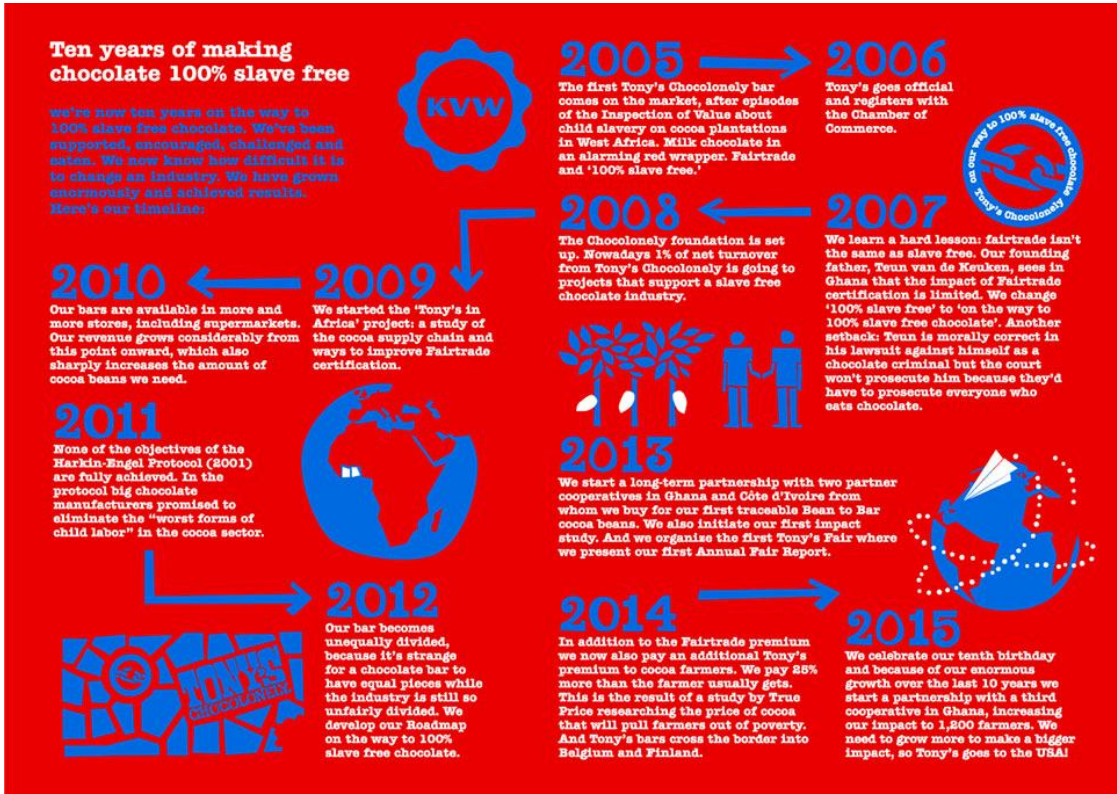
DON'T BUY THIS JACKET



MäRK



MäRK



BEVÆGELSESAKTIVISME



How A Beauty Brand Raised An Army Of 30,000 Political Activists

Beautycounter enlists its sales team to fight for better regulation in the beauty industry. It's part of a wave of activist brands taking on Washington.



Time to Quit?

Det er tid til, at vi begynder at forholde os kritisk til vores kødforbrug. For din egen skyld og for klimaets skyld.

Vi sidder klar ved telefonerne mandag-fredag mellem 10-14 for at hjælpe dig!

CALL THE QUIT MEAT HELPLINE

+45 82 82 00 00



HVAD ER BEVÆGELSESAKTIVISME?

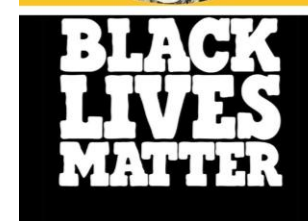
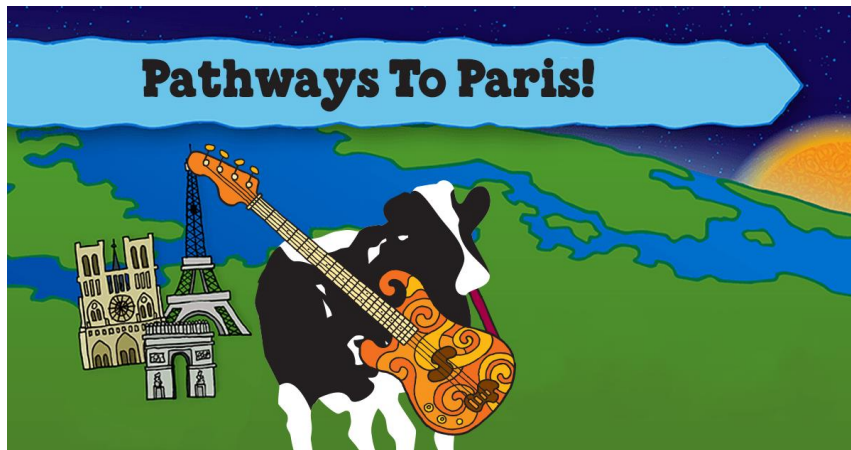
Bevægelsesaktivisme er et udtryk for brands, der mobiliserer deres fanskare til at kaste lys på konkrete sager og som løftestang til at ændre uretfærdigheder.

Brands, der giver deres medarbejdere og kunder en platform, så de har lettere ved at bevæge sig fra at være ansvarlige forbrugere til at være aktive borgere. Brands, der arbejder i partnerskaber med en bred vifte af progressive organisationer. Alt sammen med det formål at tage fat om grundlæggende udfordringer i vores samfund.

“We don’t do cause-related marketing that focus on what we know our customers care about. We start with our progressive values. We start with the change we want to see in the world and we design campaigns that engage our fans and consumers in our unique corporate voice. People come to us because they love our ice-cream and we hope to engage them in progressive social issues”

Chris Miller, Corporate Activism Manager Ben & Jerry’s





ER DET HER AKTIVISME?



CORPORATE ACTIVISM

GIVER VIRKSOMHEDER ET ANDET GEAR.

Det er ikke 'en afdeling' i virksomheden, en CSR- eller en sustainability politik, en kampagne, filantropi eller compliance. Det er virksomhedens grundessen, dens 'raison d'être' og dermed ledestjerne for alt, hvad virksomheden foretager sig. Det er et udtryk for virksomheder, der involverer sig i samfundsbevægelser og som mobiliserer deres forandringskraft til det fælles bedste. Aktivistiske virksomheder er villige til at prioritere langsigtede mål, forpligter forretningen til at bidrage positivt til samfundet – også i svære tider - og er tilmed klar til at sætte brand- og aktionærværdi på spil for den samfundsambition, de tror på.

“As many punches as I’ve taken about all kinds of stands I’ve taken publicly, I would do it again in a minute. At the end of the day, you want to live your life having done what you believe is the right thing to do and not having taken some generic stance or safe route.”

Rose Marcario, CEO Patagonia

MäRK





MäRK

Vi forandrer verden én virksomhed ad gangen

Nille Skalts: nille@maerkcph.dk // + 45 53 62 04 14

MäRK