

Interessentdialog er nødvendig

– Interessentdialog er nødvendig for å sikre kunnskapsbaserte beslutninger. Uten slik dialog er det vanskelig å skjønne den samfunnsmessige konteksten finansnæringen er en del av og de aktører næringen samhandler med og er avhengig av, sier rådgiver for samfunnsansvar i Tryg, Tom Anders Stenbro.

– Dersom vi ikke forstår det samfunnet vi leverer produkter og tjenester til, har vi liten mulighet for å lykkes. Hos oss i Tryg utprøver vi derfor selskapets strategier, produkter og vurderinger gjennom interessentdialoger. Da får vi viktig kunnskap om hvordan omgivelsene vil motta det vi jobber med, sier Stenbro.

De viktigste interessentene er i følge Tom Anders Stenbro kunder, medarbeidere og eiere. Disse gruppene er de viktigste premissleverandørene for bedriften, og her finnes det gode verktøy for dialog – medarbeidersamtaler, allmøter, AMU/SAMU, kundepanel, generalforsamlinger osv.

– I Tryg har vi også innført det som kalles ”temapakker”. Dette er et dialogverktøy som brukes ved viktige strategiske beslutninger. Alle inviteres til å delta, og det er medarbeiderne selv som fremmer forslag til tiltak og handlinger. Når du først spør organisasjonen om råd, skaper det forpliktelse på begge sider.

Optimale beslutninger i alle ledd krever mye kunnskap. Etter Stenbros syn må interessentbegrepet favne videre enn de allerede nevnte premissleverandørene. Frivillige organisasjoner, marginale grupper i befolkningen, academia og forskningsinstitusjoner er blant dem forsikringsnæringen har behov for løpende kontakt med. Dialogen må være av høy kvalitet, understreker han.

Skap etterspørsel

– I Tryg skal interessentdialogen baseres på involvering og samarbeid. Det er først da den kan føre til optimal læring. Vi forsøker å skape intern etterspørsel etter interessentenes synspunkter. Kunnskapen må ut til de medarbeiderne som driver med salg, utvikling, med skadebehandling osv. Først da klarer vi å omsette dialogen til konkret verdi for selskapet. Interessentdialog slik vi ønsker den betyr at vi eksponerer både svakheter og sterke sider. Vi ber ikke om synspunkter på glansbildet av oss selv, sier Stenbro.

Tryg og en av selskapets største organisasjonskunder, Utdanningsforbundet, har eksempelvis gått sammen om å bruke midler på samfunnsnyttige partnerskap.

– Vi har begge nyttig kjernekompetanse, og vi utfyller hverandre. Sammen har vi inngått partnerskap med bl. a. Naturvernforbundet og Røde Kors. Erfaringen viser at vi i fellesskap skaper bedre resultater enn vi gjør hver for oss. Et annet eksempel er

samarbeidet med NTNU som har pågått i nærmere 20 år. Løpende kontakt med forsknings- og fagmiljøene er forutsetningen for bl.a. et korrekt risikobilde. I begge disse tilfellene er det snakk om tette relasjoner der vi er ærlige om både det vi kan og det vi ikke kan, sier han.

Bredden i kundemassen

Noen dialogrelasjoner er varige, andre av mer sporadisk karakter. Når det gjelder det siste, trekker Stenbro frem fremmedspråklige kunder. Dette er grupper i sterk vekst, som forsikringsnæringen har for dårlig kunnskap om.

– Tryg har derfor gjennomført to workshops: I den ene gikk vi i dialog med åtte polske gjestearbeidere om deres behov, erfaring med næringen og syn på finansprodukter. I den andre snakket vi med norsk-pakistanere om distribusjonskanaler, om hvordan finansnæringen kan gjøre seg relevant og om språk som nøkkelen til kommunikasjon med kundene. Begge dialogene ga både læring og ny kunnskap til organisasjonen.

Tryg har også et Advisory Board bestående av personer som representerer synspunktene til investorer, kunder, ansatte og organisasjonsliv. Gruppen brukes som rådgivende organ i saker som gjelder strategi, markedsføring, samfunnsansvar og produkter.

– Den har en fri stilling, og det gjør at selskapet får en annen type kunnskap fra denne gruppen enn det for eksempel styret gir. Innenfor kjerneområdet risiko er det knyttet faglige bånd til akademia. Her har vi klart å få til bred involvering – det er ikke lenger bare 1-2 personer som har kontakt på vegne av selskapet. Stadig flere opplever dette arbeidet som lærerikt. Vi arrangerer bl.a. sikkerhetskonferanser og kundeseminarer i samarbeid med forskerne – nå sist et kurs i HMS. Vi tar imot masterstudenter som ønsker sommerjobb innenfor risikoområdet, og vi utgir en årlig publikasjon om risiko myntet på kundene. Alt dette bidrar til å øke vår egen kunnskap om den konteksten vi opererer i, sier Stenbro.

Natteravnene

Den mest omfattende enkeltsatsingen har likevel vært samarbeidet med Natteravnene. Dette har pågått i 18 år, og 370 frittstående grupper over hele landet har relasjoner til Tryg.

–Samarbeidet gir oss lytteposter ute blant folk flest. Vi får innblikk i hvordan lokalmiljøer fungerer og kjennskap til hva som er viktig for enkeltpersoners trygghetsopplevelse. Basis for Natteravnene er å være til stede for barn og unge og bidra til gode og trygge oppvekstmiljø. Alle gruppene har forpliktet seg til å etterleve de etiske retningslinjene for aktiviteten. Utover dette har de stor selvstendighet, og strukturen er flat. Tryg betjener Natteravnene, men styrer dem ikke. Vårt bidrag er å tilby sekretariatsfunksjon og veiledning. Dessuten står vi for utstyr og infrastruktur: jakker, vester, førstehjelpsutstyr, forsikring og nettsider, sier han.

Bredden i interessentdialogen er nesten like viktig som kvaliteten, understreker Stenbro. Alternativet er at man ser seg blind på enkelte interessenters tydelige budskap uten å balansere disse med annen kunnskap.

–Det er viktig å ha både systematisk og sporadisk dialog med store og små aktører som kan gi oss en stadig dypere forståelse av samfunnet vi agerer innenfor. Interessentdialog er derfor en investering i egen konkurransekraft og ikke minst i selskapets relevans, avslutter Stenbro.

Marit Sagen Åstvedt