

Aarhus-virksomhed skænker gratis tryksager til velgørenhed

Naturalier.
Organisationer
sparer penge til
markedsføring.

Af Hans Petersen
hap@stiften.dk

AARHUS: En århusiansk virksomhed med succes støtter nu velgørenhed på en ny måde.

Firmaet Lasertryk, der er Nordens største digitale trykkeri, vil give tryksager væk

for en million kroner.

Tanken er, at den type bidrag giver bedre mening for både giver og modtager.

Lasertryk.dk har allerede doneret produkter til Kræftens Bekæmpelse i forbindelse med Stafet for Livet

»Vi kan gøre langt større nytte ved at donere naturalier frem for penge. I stedet for at give 400.000-500.000 til velgørenhed om året kan vi donere tryksager for en million, uden at det netto koster os mere, fordi vi bringer vores avance i spil. De store, velgørende organisationer bruger millionbeløb på trykning og markedsføring, og når vi sparer dem

for betydelige omkostninger, er der flere penge tilbage til kerneydelserne,« siger koncernchef Anders Grønborg fra LaserTryk.dk.

Virksomheden har netop startet konceptet GiveBack, der årligt skal uddele for en million kroner gratis tryksager til velgørende formål.

»Vi dækker alle omkostninger, også fragten. Eneste krav er, at GiveBack-logoet skal indsættes i tryksagens bund. Inspirationen fandt vi i vores såkaldte Logoklub, hvor alle kan få rabat ved at sætte et LaserTryk.dk-logo på deres tryksager. Logoklubben tiltrak ikke kun foreninger, offentlige

institutioner og kommercielle virksomheder, men også organisationer som Dansk Flygtningehjælp, Red Barnet og Ungdommens Røde Kors,« siger Anders Grønborg.

Andre eksempler

Esben Rahbek Pedersen, leder af Center for Corporate Social Responsibility på Copenhagen Business School, ser denne type støtte andre steder.

»Et godt eksempel er pumpevirksomheden Grundfos' Lifedlink-koncept, der skal bidrage til mere rent drikkevand i ulande og samtidig åbne nye markeder. Ingredienskoncernen Chr. Han-

sen har lanceret et projekt til afgrødeforbedring i den tredje verden. Det gavner både bønderne, miljøet og Chr. Hansen selv,« siger Esben Rahbek Pedersen.

Han advarer mod, at grænsen mellem CSR og 'business as usual' udviskes.

»Nogle initiativer bevæger sig ud i en gråzone, hvor den etiske dimension udhules. Det sker, når virksomheder stiller krav om betydelige modtydelser, eller det donerede mest har karakter af startomkostninger ved søsætning af et nyt produkt,« siger han.



Anders Grønborg (til venstre) og Esben Mols Kabell er folkene bag LaserTryk. Pr-foto