

GRØN SNAK FOR EN GOD SAG

Med velgørenhed for verden i front har GreenSpeak valgt en anden forretningsmodel end de sædvanlige teleselskaber.



TEKST: PIA SANDRA ERNST

”For dølen, hvor ville jeg ønske, at alle kunne arbejde for et firma som GreenSpeak. Hvor de er glade for at gå på arbejde, og hvor det ikke bare handler om at tjene penge.”

Sådan lyder det fra Anders Bøgeløv Jensen, direktør for teleselskabet GreenSpeak. Siden 2015 har virksomhedens kunder to gange om året været med til at bestemme hvilke organisationer, der skal have del i firmaets overskud. Alle nye kunder får desuden 100 kr. at donere til en organisation efter eget valg.

I 2018 gav GreenSpeak og deres kunder over 277.000 kr. – svarende til 8 pct. af nettoomsætningen – til forskellige ngo'er, heriblandt DVF.

MANGE PROJEKTER

Men hvorfor overhovedet involvere kunderne i, hvem der skal have pengene?

”I GreenSpeak er vi ikke klogere end alle andre. Vi ved ikke, hvordan man forbedrer verden bedst muligt. Der er så mange gode projekter, og alle skal ikke være bundet til at støtte det samme. Det er kundernes penge, og jo længere tid, man er kunde hos os, jo mere er man med til at bidrage til de gode formål”, forklarer Anders Bøgeløv Jensen.

Han understreger, at virksomhedens grønne profil ikke betyder et hverken dyrere eller ringere produkt.

”Hvis vi skal skabe forandring, skal alle have økonomisk mulighed for at være med. Det er vores mantra. Derfor er det nødvendigt, at GreenSpeak kan konkurrere med alle på markedet. Samtidig vil vi gerne inspirere andre til at følge trop ved at vise, at der er en anden måde at drive virksomhed på. Man behøver ikke kun at tænke i profit. Det er vi ved at blive et levende bevis på”, mener han.

VIGTIGE ANBEFALINGER

Idéen til GreenSpeak kom, da Bøgeløv Jensen blev far til to drenge. ”Nu skulle jeg sørge for en verden, hvor de kunne leve et godt liv. Så jeg spurgte mig selv: Er jeg en del af løsningen eller af problemet? Jeg vil gerne kunne se mine børn i øjnene og sige, at selvom det måske ikke lykkedes, så har jeg i hvert fald gjort, hvad jeg kunne”, fortæller han.

Ud over telefoni står GreenSpeak også bag andre tiltag med fokus på bæredygtige løsninger, grøn omstilling og støtte til små grønne virksomheder, heriblandt den årlige messe Grøn KBH og podcasten ”Grøn Snak”.

GreenSpeaks forretningsmodel betyder, at der kun er få penge til markedsføring. Derfor er de meget afhængige af, at deres kunder anbefaler dem til familie og venner. Virksomheden er vokset lidt langsommere, end de tre medarbejdere havde håbet, men det tager de ikke så tungt.

”GreenSpeak er ikke noget, vi behøvede at kunne leve af i starten. Nu hvor vi kan, er det fedt, men det er vigtigere, at det er en showcase, så andre virksomheder kan se, det kan lade sig gøre”, fastslår direktøren.

”Vores mål er at gøre verden til et bedre sted. At fjerne det dér fokus på mig mig mig og på at tjene så meget som muligt. Tænk, hvis alle virksomheder i Danmark gav bare én pct. af omsætningen til DVF. Sikken en verden, det kunne blive til!” ■

PIA SANDRA ERNST ER KOMMUNIKATØR OG PROJEKTLEDER I SEX & SAMFUND.



LÆS MERE PÅ [GREENSPEAK.DK](https://greenspeak.dk)