

KRAV TIL VIRKSOMHEDER OM AT TAGE STILLING TIL SAMFUNDSANSVAR

Fra 2009 skal de 1.000 største, danske virksomheder rapportere om samfundsansvar i deres årsrapport. Det er positivt, at regeringen støtter op omkring virksomhedernes arbejde med CSR, men er et krav om rapportering den rigtige måde at fremme social ansvarlighed på? DS Certificering har afholdt "CSR-dagen" i København fredag den 21. November 2008, hvor der bl.a. var information om regeringens krav og oplysning om den internationale standardisering på området. Medlem af FN's Global Compact Mads Øvlisen afsluttede mødet med at give sit syn på, hvorfor erhvervslivet skal udvise social ansvarlighed.

Corporate Social Responsibility (på dansk: Virksomhedernes Samfundsansvar) bygger ifølge den europæiske definition på de frivillige tiltag virksomhederne udfører ud over, hvad der er lovkrav i det pågældende land, men nu har regeringen fra 1.1.2009 pålagt de største danske virksomheder årligt at aflægge rapport om, hvad de gør for at være samfundsansvarlige. Det vil dog fortsat være frivilligt for virksomhederne, om de vil tage en samfundsansvarlig dagsorden op. Hvis man ikke har nogen politik på området, så skal det beskrives i årsrapporten. Hvis virksomheden har en politik for samfundsansvar, skal de fortælle, hvordan de omsætter politikken i praksis, og deres vurdering af, hvad der er opnået takket være virksomhedens arbejde med samfundsansvar. Der er intet krav om måling, men hvis man ønsker at måle sin indsats, så er rådet, at man bør støtte sig op af de etablerede systemer. Virksomhederne kan selv bestemme rapporteringsformen, og de virksomheder, der allerede rapporterer til FN's Global Compact eller til FN's principper for ansvarlige investeringer, skal ikke rapportere yderligere. Der er ca. 100 danske virksomheder, der i dag er tilknyttet FN's Global Compact, som hovedsageligt kæmper for 10 globalt accepterede principper indenfor 4 områder: menneskerettigheder, arbejdsforhold, miljø og anti-korruption.

Iflg. kontorchef Carsten Ingerslev fra Erhvervs- og Selskabsstyrelsen bliver 8 ud af 10 danske virksomheder i dag stillet overfor krav fra B2B-kunder om socialt ansvar. Kravene opstår p.g.a. topkoncerners angst for at skade deres brand, hvis de i medierne associeres med virksomheder, der ikke udviser social ansvarlighed (eksempelvis ved, at der udføres børnearbejde, eller arbejde under farlige eller sygdomsfremkaldende forhold).

Da love og regler er forskellige i forskellige europæiske lande, kan den europæiske definition på CSR give et vist paradoks, da visse lande kan markedsføre sig på noget, som f.eks. er lovpligtigt i Danmark.

Regeringen mener, at danske virksomheder generelt går glip af en konkurrencefordel, da vi ofte sammenlignes med andre udenlandske firmaer, der svarer som os, når de bliver stillet overfor spørgsmål om social ansvarlighed, men som måske ikke lever op til ansvaret. Derfor har regeringen udarbejdet "CSR Kompasset", hvor man let og enkelt kan udvælge de samfundsansvarlige punkter, der berører virksomhedens virke og derefter genere en rapport, som er langt mere omfattende end mange andre landes rapportering. I virkeligheden er rapporten fra "CSR Kompasset" ikke en CSR-rapport, da rapporten faktisk ikke beskriver det, der ligger ud over de lovpligtige krav, men da den danske lovgivning er så skrap i forhold til de fleste andre landes lovgivning, bliver Velfærdsstaten Danmark en konkurrencemæssig fordel for danske virksomheder.

Regeringen har gjort meget for at få uddannet de danske virksomheder i forretningsdrevet samfundsansvar, og i alt er der indtil nu trænet 12.651 danske små og mellemstore virksomheder. Forretningsdrevet, strategisk CSR tager udgangspunkt i de udfordringer virksomheden står overfor, og som eksempel nævner Carsten Ingerslev en brændeovnsproducent, der tager udgangspunkt i at producere brændeovne, der forurener mindre end almindelige brændeovne og dermed gør noget for miljøet. Det er vigtigt, at virksomhederne vælger de kernekompetencer, de har, da det gavner samfundet mest ud over, at det også gavner virksomheden mest muligt.

Regeringen fremsatte en tværministeriel handlingsplan for virksomheders samfundsansvar i maj, 2008. Generelt kan man sige, at Danmark ikke er særlig kendt ude i verden, men når Danmark kendetegnes for noget, så er det som samfundsansvarlig nation, og regeringen vil gerne øge dette fokus.

Handlingsplanen har 4 indsatsområder:

- Udbrede forretningsdrevet samfundsansvar
- Fremme samfundsansvar gennem statens aktiviteter
- Styrke erhvervslivets klimaansvar
- Markedsføring af Danmark som ansvarlig vækstnation

Ifølge professor Margolis fra Harvard Business School og Walsh fra Ross School of Business, Michigan University har 30 års forskning vist en positiv sammenhæng mellem CSR og resultatet på bundlinjen på 2%. Carsten Ingerslev fortæller, at en fokusering på virksomhedernes "strategiske CSR" kan betyde en endnu større korrelation, som nu skal bevises ved en ny forskningsafhandling. Det store spørgsmål er dog stadig, hvordan man skal indberegne effekten af CSR på aktiekurserne.

Man taler i dag også om CSR drevet innovation, som tager udgangspunkt i sociale og miljømæssige hensyn, og her kan man se, at der generelt er en større "Return On Investment" på de etisk forsvarlige produkter. Den økonomiske rentabilitet gavner både firmaet, de ansatte, miljøet og samfundet.

Ifølge Craig Moss, direktør for Social Accountability International, som står for den førende internationale standard for CSR-arbejde i leverandørkæden, viser et løbende studie fra Harvard Business School, at der kan tages en 11% højere pris for identiske varer, der er produceret på SA 8000 certificerede fabrikker.

SA 8000 certificeringen sikrer en international anerkendt standard, som bygger på internationale menneskerettighedsnormer og arbejdslovgivning (bl.a. ILO konventioner). Certificeringen er uafhængig af virksomhedens størrelse, geografiske placering og den industrielle sektor. Den skal ses som et ledelsesværktøj til at udvikle, vedligeholde og forstærke politikker og procedurer, som kan demonstrere overfor alle interessenter, at virksomheden lever op til bedste standard. Politikkerne i sig selv er lette nok at udforme, men det er procedurerne, som kan være svære at implementere i alle led. Alle processer starter med en måling, og der skal udvælges specifikke sociale "nøgle-præstations-indikatorer" (på engelsk kaldet KPI – Key Performance Indicators) for at målingerne sker på de rigtige områder.

Craig Moss udtaler, at man i dag ser flere og flere virksomheder, der vælger leverandører ud fra en kombination af "pisk" og "gulerod", når det kommer til social ansvarlighed, d.v.s. at virksomhederne udvælger de mest ansvarlige leverandører og dermed tvinger leverandører, der vil være med i kapløbet, til at få en socialt ansvarlig profil. CSR skal ses som en investering i stedet for en udgift.

I kommunikationen med leverandørerne skal virksomheden sende en entydig besked om, hvad der ønskes og prioriteres, i stedet for at sende modstridende beskeder fra CSR-afdelingen og f.eks. produktionen. CSR skal være en integreret del af virksomheden og skal gennemsyre holdninger, værdisæt, kultur og vision.

Mads Øvlisen, medlem af FN's Global Compact og bl.a. tidligere direktør for Novo Nordisk, fortæller, at i Novo Nordisk var der generelt ikke forskel på egne holdninger og virksomhedens holdninger. Om social ansvarlighed siger han: "*Vi gjorde det, fordi det var den "rigtige" måde, at drive forretning på – ikke fordi det var fornuftigt*". Det har aldrig været en byrde for Mads Øvlisen at arbejde i en socialt ansvarlig virksomhed men derimod et privilegium, og han mener, at der bør være fokus på frivillighed i virksomhedernes arbejde. Der er tre vigtige bundlinjer: Økonomiske vækst, Social ansvarlighed og Miljømæssig kvalitet, og i en socialt ansvarlig virksomhed, bør der være indbygget en forventning om at handle socialt ansvarligt. Der skal være mandat til det, det skal forventes, og man skal belønnes for det! Det er den "rigtige" måde at drive forretning på, men

det er også en god måde at drive forretning på. En troværdig CSR indsats evner at gøre en forskel for virksomheden, og om nogle år mener Mads Øvlisen, at CSR vil være et af de vigtigste konkurrenceparametre. CSR er drevet af kunderne.

Mads Øvlisen synes, at det er en falliterklæring, hvis CSR kun bliver drevet p.g.a. profitabilitet og ikke lysten til at gøre en forskel og afslutter med at sige: *"Så længe, der lever mennesker under grænsen for menneskelig værdighed, så længe skal CSR være drevet af lyst og ikke af pligt!"*

Tilbage står spørgsmålet om samfundsansvar skal gøres til en pligt for nogle danske virksomheder, eller om samfundsansvar stadig helt og holdent skal være et frivilligt initiativ?

Fordelen ved at gøre stillingtagen til virksomhedens samfundsansvar til en pligt er tydeligst at få øje på, hvis man ser det ud fra forretningen Danmark som en helhed. Danmark gør her noget, som rækker ud over, hvad andre lande gør, og det kan Danmark markedsføre sig på overfor udlandet. Der er sikkert også virksomheder, der før ikke har haft nogen specielt samfundsansvarlig politik, som nu tvinges til at tage holdning og gå ind i arbejdet, og det vil selvfølgelig gavne samfundet. Ved at sætte fokus på området kan regeringen også sætte yderligere fart på udviklingen og betydningen af CSR – både overfor virksomhederne, men også overfor den almindelige kunde og forbruger, og dermed øges den konkurrencemæssige fordel ved at være socialt ansvarlig.

Ulemperne kan være, at nogle virksomheder opfinder en slags socialt ansvarlig profil, som ikke er fastforankret i virksomheden, og som dermed er med til at udvande begrebet, så det ikke fremstår lige troværdigt for kunder og forbrugere i almindelighed. Der er en risiko for, at de meget socialt ansvarlige virksomheder, som gennem længere tid har haft en socialt ansvarlig profil måske sættes i samme bås som de knapt så ansvarlige virksomheder.

Da det heller ikke er alle virksomheder, der stilles overfor kravet om stillingtagen og rapportering er der en skævvridning mellem virksomhederne, og en del af de virksomheder, der i dag helt frivilligt prøver at hele tiden anstrenge sig for at gøre tingene bedre, kan blive opfattet, som om de bare gør det, fordi de skal.

Jeg tror, at det vigtigste i arbejdet med forretningsdrevet, strategisk CSR også i fremtiden vil være at kigge indad i organisationen og fokusere på det, der er eller kan blive en fastforankret del af virksomhedens kultur, værdisæt, holdninger, normer, strategi og vision. CSR skal forplante sig til alle lag i en organisation, og såvel ledelse som ansatte skal føle en stolthed over at arbejde i en virksomhed, der udover at tjene penge er med til at gøre en forskel i samfundet. Hvis det lykkes, så er der også stor sandsynlighed for at virksomheden får succes, og at CSR dermed forbedrer bundlinjeresultatet. Hvis CSR ikke er forankret i virksomheden, er der risiko for, at en flot rapport rammer tilbage som en boomerang, hvis kunder og leverandører finder ud af, at det hele er baseret på falsk markedsføring, og det kan skade virksomheden.

Det er dog vigtigt at huske på, at social ansvarlighed hele tiden er at være på vej mod nye mål, og at det er bedre at være på vej end slet ikke at komme afsted...

Links til relevante sider:

www.samfundsansvar.dk Regeringens tværministerielle handlingsplan for virksomheders samfundsansvar fra maj 2008

www.csrkompasset.dk Regeringens værktøj til virksomheder, der stilles overfor krav om CSR

www.dieh.dk Dansk Initiativ for Etisk Handel, stiller viden og værktøjer om etisk handel til rådighed for alle danske virksomheder

www.globalcompact.com Globalt initiativ for større erhvervmæssig social ansvarlighed

www.undp.dk Den danske afdeling af United Nations Development Programme