

The background is a solid red color. On the left side, there are several overlapping, curved white lines that sweep across the page from the bottom left towards the top right, creating a dynamic, abstract graphic element.

# Redegørelse for samfundsansvar

– en introduktion for bestyrelse & direktion

## Redegørelse for samfundsansvar – en introduktion for bestyrelse & direktion

|                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| Hvordan kan vejledningen bruges? .....                            | 3         |
| Introduktion .....                                                | 4         |
| <b>Del 1: Hvordan opfyldes lovkravet? .....</b>                   | <b>7</b>  |
| Hvem skal redegøre? .....                                         | 7         |
| Hvad skal der redegøres om? .....                                 | 7         |
| Hvor skal redegørelsen placeres? .....                            | 8         |
| Krav til sprog og revision? .....                                 | 8         |
| Eksempler på redegørelser for samfundsansvar .....                | 8         |
| <b>Del 2: Gode råd til redegørelse .....</b>                      | <b>9</b>  |
| Anbefalinger til redegørelsen – trin for trin .....               | 9         |
| Trin 1: Før udarbejdelse af redegørelsen .....                    | 9         |
| Trin 2: Udarbejdelse af redegørelsen .....                        | 10        |
| Trin 3: Offentliggørelse af redegørelsen .....                    | 10        |
| Internationale initiativer til inspiration for redegørelsen ..... | 11        |
| Global Compact fremskridtsrapport .....                           | 11        |
| Global Reporting Initiative (GRI) .....                           | 12        |
| <b>Del 3: Forretningsdrevet samfundsansvar? .....</b>             | <b>13</b> |
| Hvad er forretningsdrevet samfundsansvar? .....                   | 13        |
| Dilemmaer i arbejdet med forretningsdrevet samfundsansvar .....   | 13        |
| Internationale principper for samfundsansvar .....                | 14        |
| FN's Global Compact .....                                         | 14        |
| FN's Principper for ansvarlige investeringer (PRI) .....          | 15        |

# Hvordan kan vejledningen bruges?

Den 16. december 2008 vedtog Folketinget en lov, der pålægger de ca. 1100 største virksomheder, børsnoterede selskaber og statslige aktieselskaber at redegøre for samfundsansvar i deres årsrapport.

Formålet med denne vejledning er at støtte og vejlede danske virksomheder i arbejdet med at redegøre for samfundsansvar og sikre, at det bliver så overskueligt som muligt for virksomhederne at leve op til det nye lovkrav om redegørelse for samfundsansvar i virksomheders årsrapport.

## Vejledningen er udarbejdet i to versioner:

- Denne korte udgave, der er målrettet ledelsesniveauet i virksomheden.
- En længere webbaseret udgave, der er målrettet de medarbejdere, der udarbejder redegørelsen hos virksomheden. Den længere udgave kan findes på [Samfundsansvar.dk](http://Samfundsansvar.dk)

Vejledningen er struktureret i tre dele:

## Hvordan opfylder virksomheden lovkravet?

**Del 1:** Denne del beskriver hvilke virksomheder, der er omfattet af lovkravet, samt hvordan man som virksomhed kan opfylde lovens krav om redegørelse for samfundsansvar. Denne del er relevant og nødvendig at forholde sig til for alle virksomheder, som er omfattet af lovkravet – uanset om og hvordan man eventuelt arbejder med samfundsansvar.

## Gode råd til redegørelse om samfundsansvar

**Del 2:** Her præsenteres konkrete anbefalinger til, hvorledes man udarbejder en god redegørelse for virksomhedens arbejde med samfundsansvar. Der gives anbefalinger til de tre faser i redegørelsesforløbet; før udarbejdelse af redegørelsen, selve udarbejdelsen og offentliggørelsen.

Derudover giver denne del en introduktion til redegørelse om samfundsansvar ved hjælp af en FN Global Compact fremskridtsrapport og Global Reporting Initiative's retningslinjer.

## Hvordan kan vi arbejde med forretningsdrevet samfundsansvar?

**Del 3:** For at få det maksimale udbytte af redegørelsen for samfundsansvar bør redegørelsen være en del af en overordnet strategi på området og ikke et mål i sig selv. I denne del introduceres virksomheder til, hvordan man kan arbejde strategisk med samfundsansvar.

# Introduktion

Som led i regeringens "Handlingsplan for virksomheders samfundsansvar", vedtog Folketinget den 16. december 2008 "Forslag til lov om ændring af årsregnskabsloven (Redegørelse for samfundsansvar i større virksomheder)". Hensigten med loven er at motivere danske virksomheder til at forholde sig aktivt til deres samfundsansvar.

Lovændringen betyder, at de ca. 1100 største danske virksomheder nu skal redegøre for deres arbejde med samfundsansvar i deres årsrapport.

## Virksomhederne skal redegøre for følgende tre punkter:

- Hvilke politikker virksomheden har for samfundsansvar
- Hvad virksomheden har gjort for at omsætte sine politikker til handling
- Virksomhedens vurdering af, hvad der er opnået som følge af arbejdet i regnskabsåret, samt eventuelle forventninger til arbejdet fremover

## Politikker

## Omsættelse af politikker til handling

## Hvad der er opnået som følge af arbejdet

Virksomheder, der ikke har politikker for samfundsansvar, skal oplyse dette.

Virksomhederne kan vælge at supplere med en forklaring på, hvorfor virksomheden ikke har politikker for samfundsansvar.

## Samfundsansvar er fortsat frivilligt

Ved virksomheders samfundsansvar forstås i loven (lov nr. 1403 af 27. december 2008), at virksomheder frivilligt integrerer hensyn til blandt andet menneskerettigheder, sociale forhold, miljø- og klimamæssige forhold samt bekæmpelse af korrupsion i deres forretningsstrategi og forretningsaktiviteter.

Virksomhederne må i videst muligt omfang selv afgøre, hvordan det giver mening for dem at arbejde med samfundsansvar. Danske virksomheder driver forretning i forskellige brancher og lande, og derfor vil både virksomhederne og deres problemstillinger i forhold til samfundsansvar være forskellige.

Det er vigtigt at pointere, at loven ikke forpligter virksomheder til at arbejde med bestemte aktiviteter indenfor samfundsansvar, endside at arbejde med samfundsansvar i det hele taget. Loven skal sikre, at danske virksomheder bliver mere åbne om deres arbejde med samfundsansvar og bedre til at kommunikere deres indsats, så de i størst muligt omfang drager fordel af deres arbejde på området. Derigennem kan danske virksomheder sikres international anerkendelse for deres arbejde på området.

>> Jeg er rigtig glad for Folketingets store opbakning til denne lov. Mange danske virksomheder er gode til at arbejde med samfundsansvar. Men ofte fortæller de ikke omverdenen om deres arbejde. Med den nye lov håber jeg, at virksomhederne i Danmark bliver bedre til at vise, at vi kan forene vækst med ansvar.

Økonomi- og erhvervsminister, Lene Espersen

Derudover skal loven stimulere virksomhederne i at forholde sig aktivt til deres samfundsansvar, så nye muligheder undersøges og udvikles til gavn for både virksomheder og samfund.

### Forretningsdrevet samfundsansvar

Samfundsmæssige udfordringer er ikke blot forhold, der påvirker virksomhedernes forretningsdrift. Virksomheden kan selv aktivt påvirke og udnytte disse udfordringer. Både virksomheden og samfundet får imidlertid størst udbytte af arbejdet med samfundsansvar, hvis det hænger naturligt sammen med virksomhedens forretningsstrategi og kernekompetencer. Det er det, der betegnes *forretningsdrevet samfundsansvar*.

En virksomheds fokus på samfundsansvar kan synliggøre nye markedsmuligheder, og ved at udvise ansvarlighed kan virksomheden samtidig styrke sin konkurrencedygtighed og grundlaget for øget indtjening.

### Virksomheders kommunikation om samfundsansvar

Mange danske virksomheder er langt fremme, når det handler om at arbejde med samfundsansvar. 7 ud af 10 danske virksomheder arbejder med samfundsansvar, og ser samfundsansvar som en stadig vigtigere del af deres forretning (Erhvervs- og selskabsstyrelsen 2007).

Når danske virksomheder generelt er langt fremme med hensyn til at integrere samfundsansvar i deres aktiviteter, er det bemærkelsesværdigt, at det blot er 26 pct. af danske virksomheder, som kommunikerer om deres arbejde med samfundsansvar (Erhvervs- og selskabsstyrelsen 2008). Der er derfor en risiko for, at virksomhedernes interessenter ikke kender til virksomhedernes indsats, og at virksomhederne dermed ikke drager maksimal fordel af deres indsats.

For at få det maksimale udbytte af deres samfundsansvar bør virksomhederne kommunikere og redegøre for deres arbejde med samfundsansvar, og hvad de har opnået.

### Blandt de mulige fordele ved at redegøre er:

- Det kan forbedre virksomhedens generelle omdømme og gøre den mere kendt. Det kan gøre det nemmere at skaffe den velkvalificeret arbejdskraft og profilere sig over for kunder, samarbejdspartnere, investorer og andre interessenter.
- Det er en mulighed for at tillægge sine produkter nogle særlige værdier. Det kan skabe merværdi for kunderne og være med til at differentiere produkterne fra konkurrenternes.
- Det kan imødekomme konkrete krav fra kunderne. Mange store virksomheder har selv en samfundsendageret profil og stiller derfor krav til deres underleverandører. Mange private forbrugere lægger også vægt på, at produkter er produceret under ansvarlige forhold.

>> Jeg vil gerne ønske den danske regering tillykke med vedtagelsen af en lov, der styrker erhvervslivets og investorers ansvar. Det bidrager til at styrke erhvervslivets samfundsansvar, at virksomhederne nu skal oplyse om ikke-finansielle forhold. Jeg håber, at denne lov bliver en model til efterfølgelse for andre.

Georg Kell, direktør, FN's Global Compact

- Det kan medvirke til en langsigtet opbygning af legitimitet for virksomheden. Hvis virksomheden er i en branche, der er særligt udsat for kritik af miljø- og arbejdsforhold eller lignende, kan der være en god idé i løbende at "sætte noget goodwill i banken".
- Det kan give en stolthed hos medarbejderne over at arbejde i virksomheden, hvis de oplever, at den bliver omtalt positivt i medier, i branchen og måske blandt deres egen familie, venner og bekendte.
- Processen med at udarbejde en redegørelse kan være lige så vigtig for en virksomhed som selve redegørelsen. Ledelse og medarbejdere får typisk større fokus på eksempelvis energiforbrug, udledning af drivhusgasser, affald, fravær osv., når problemstillinger, handling og hvad der er opnået gøres overskueligt for omverdenen gennem en redegørelse.
- Redegørelsen kan bruges som et ledelsesværktøj, som virksomheden internt kan styre efter.

### Seks gode råd

Til slut kan seks gode råd fremhæves for virksomheder, der skal i gang med at arbejde med samfundsansvar:

1. Basér så vidt muligt arbejdet med samfundsansvar og redegørelsen for samfundsansvar på internationalt anerkendte standarder og retningslinjer, eksempelvis FN's Global Compact og FN's Principles for Responsible Investment.
2. Definér, hvad *din* virksomhed mener med virksomhedens samfundsansvar, og vælg hvad der er væsentligt for netop din virksomhed at arbejde med. Samfundsansvar bør tage udgangspunkt i virksomhedens kerneforretning og strategiske udfordringer. Brug eksisterende kompetencer i virksomheden til at løfte et samfundsmæssigt ansvar. Det giver mest værdi for samfundet og for virksomheden.
3. Tag ét skridt ad gangen. Sørg for, at hele virksomheden følger med i processen.
4. Det tager tid at få arbejdet med samfundsansvar integreret i virksomheden. Fælles for de virksomheder, der i dag er blandt de mest anerkendte virksomheder på området, er, at deres arbejde med samfundsansvar er blevet opbygget og udviklet over en årrække, samt at det er forankret i den øverste ledelse.
5. Lad være med at redegøre for mere end virksomheden kan stå inde for. Vær åben og ærlig i redegørelsen. Et forskønnet billede af det reelle arbejde vil blot resultere i kritik fra offentligheden, fx fra medier og NGO'er.
6. Kom i gang – de forretningsmæssige fordele ved at redegøre om samfundsansvar kan mere end opveje omkostningerne, hvis arbejdet gribes velovervejet an.

# DEL 1: Hvordan opfyldes lovkravet?

## HVEM SKAL REDEGØRE?

Kravet om redegørelse for virksomhedens politikker for samfundsansvar fremgår af årsregnskabslovens § 99 a, jf. lov nr. 1403 af 27. december 2008. Oplysningskravet omfatter store virksomheder i regnskabsklasse C og virksomheder i regnskabsklasse D. Pligten til at redegøre for dette gælder fra og med regnskabsår, der starter den 1. januar 2009.

Institutionelle investorer, investeringsforeninger og børsnoterede finansielle virksomheder skal også oplyse om deres politikker for arbejde med samfundsansvar.

Loven indeholder imidlertid visse undtagelser for virksomheder, der indgår i en koncern. Modervirksomheder kan således undlade at give redegørelsen for samfundsansvar i sit eget årsregnskab, hvis virksomheden udarbejder koncernregnskab og heri giver redegørelsen for koncernen som helhed.

Dattervirksomheder er fritaget for at redegøre for samfundsansvar, hvis modervirksomheden oplyser om samfundsansvar for hele koncernen. En dansk dattervirksomhed i en udenlandsk koncern er dog kun fritaget for oplysningskravet, hvis modervirksomheden giver disse oplysninger i et offentligt tilgængeligt koncernregnskab. Hvis dette ikke er tilfældet, skal dattervirksomheden medtage redegørelsen i sin egen årsrapport. Mere info om disse undtagelser kan findes i den længere vejledning på Samfundsansvar.dk.

Virksomheder, der har tilsluttet sig FN's Global Compact eller FN's Principper for ansvarlige investeringer (PRI), og som offentliggør en fremskridtsrapport, er fritaget for pligten til at udarbejde en redegørelse. Mere info om denne fritagelse kan findes i den længere vejledning på Samfundsansvar.dk.

## HVAD SKAL DER REDEGØRES OM?

Ved samfundsansvar forstås, at virksomheder frivilligt integrerer hensyn til blandt andet menneskerettigheder, sociale forhold, miljø- og klimamæssige forhold samt bekæmpelse af korrupsion i deres forretningsstrategi og forretningsaktiviteter.

Har virksomheden politikker for samfundsansvar, skal redegørelsen indeholde oplysninger om følgende:

- 1.** Virksomhedens politikker for samfundsansvar. Ved politikker forstås bredt virksomhedens interne retningslinjer, målsætninger, strategier eller andre dokumenter, der beskriver, hvordan man arbejder med samfundsansvar. Virksomheden skal ligeledes oplyse om eventuelle standarder, retningslinjer eller principper for samfundsansvar, som virksomheden anvender.
- 2.** Hvordan virksomheden omsætter sine politikker for samfundsansvar til handling. Virksomheden skal herunder redegøre for eventuelle systemer eller procedurer herfor. Det kan eksempelvis være ledelsessystemer, kontrolsystemer, evalueringer eller andre procedurer, der systematisk gennemgår implementeringen af politikkerne. Dette omfatter også, at virksomheden kan oplyse, hvis den er certificeret i henhold til en certificeringsordning for enten processer eller produkter (mærkningsordninger).

>> Den finansielle krise understreger nødvendigheden af øget transparens, særligt i forhold til miljø, sociale forhold og ledelse. For investorer er samfundsansvar og god ledelse af ekstra finansielle risici helt afgørende. Den danske regerings initiativ opfordrer virksomhederne til at gå foran i deres rapportering om samfundsansvar. Det vil give danske virksomheder på de internationale finansmarkeder store fordele, og globale investorer hilser initiativet velkommen.

Donald MacDonald, formand, FN's Principper for ansvarlige investeringer

3. Virksomhedens vurdering af, hvad der er opnået som følge af dens arbejde med samfundsansvar i regnskabsåret samt eventuelle forventninger til arbejdet fremover. Det er ikke et krav, at virksomheden skal vurdere, hvilke målbare økonomiske resultater arbejdet med samfundsansvar har medført.

Årsregnskabsloven indeholder ikke detaljerede krav til indholdet af redegørelsen, fordi det stadig skal være den enkelte virksomhed, der individuelt og frivilligt beslutter, på hvilke områder og hvordan man arbejder med samfundsansvar. Dermed er loven holdt i overensstemmelse med grundtanken bag forretningsdrevet samfundsansvar.

Hvis virksomheden ikke har politikker for samfundsansvar, skal dette oplyses i ledelsesberetningen i årsrapporten. Der stilles ikke krav om, at virksomheden skal begrunde dette.

### HVOR SKAL REDEGØRELSEN PLACERES?

Redegørelsen placeres i ledelsesberetningen eller i tilknytning hertil, som et bilag til ledelsesberetningen. Hvis redegørelsen placeres i et bilag, skal der være en henvisning hertil i ledelsesberetningen, og det skal tydeligt fremgå af bilaget, at det udgør en del af ledelsesberetningen.

Redegørelsen hører således til ledelsesberetningen, men offentliggørelsen af redegørelsen kan alternativt ske i en supplerende beretning til årsrapporten eller på virksomhedens hjemmeside, via henvisning hertil i ledelsesberetningen.

For yderligere oplysninger om placering af redegørelsen, se den længere vejledning på [Samfundsansvar.dk](http://Samfundsansvar.dk).

### KRAV TIL SPROG OG REVISION?

For de nærmere krav til sprog for redegørelsen og krav til revision, se den længere vejledning på [Samfundsansvar.dk](http://Samfundsansvar.dk).

### EKSEMPLER PÅ REDEGØRELSER FOR SAMFUNDSANSVAR

Konkrete eksempler på, hvordan lovkravet kan opfyldes, kan findes på [Samfundsansvar.dk](http://Samfundsansvar.dk).

## DEL 2: Gode råd til redegørelse

Formålet med dette kapitel er at præsentere en række gode råd til, hvordan man kan gribe arbejdet med redegørelse om samfundsansvar an. Herudover beskrives en række internationalt anerkendte principper og retningslinjer, der med fordel kan anvendes i forbindelse med redegørelsen.

### ANBEFALINGER TIL REDEGØRELSEN – TRIN FOR TRIN

Nedenfor findes en række anbefalinger til redegørelsen for samfundsansvar.

#### Anbefalingerne er inddelt i tre trin:

**Trin 1:** Før udarbejdelse af redegørelsen

**Trin 2:** Udarbejdelse af redegørelsen

**Trin 3:** Offentliggørelse af redegørelsen

Det er vigtigt at være opmærksom på, at de følgende trin i processen er nøje forbundne. Valg af strategisk område vil have betydning for valg af interessenter, og derfor er det vigtigt, at redegørelsen for samfundsansvar henvender sig målrettet til de interessenter, som den er tiltænkt.

#### Trin 1: Før udarbejdelse af redegørelsen

Før man går i gang med selve udarbejdelsen, er det vigtigt, at man gør sig nogle overvejelser af mere overordnet og principiel karakter såsom formål og ambitionsniveau, organisatorisk forankring, ressourceallokering, fokus, målgruppeafklaring, omfang, formål og strategi til inddragelse af interessenter og metodeafklaring. Det er især i denne del af processen, at ledelsen har en rolle i forhold til at udstikke de overordnede strategier og rammer.

#### Formål & ambitioner

Som loven foreskriver, knytter kravet om redegørelse sig til virksomhedens politikker for samfundsansvar. Virksomhedens politikker vil typisk give udtryk for, hvilke områder virksomheden finder mest relevante at arbejde med. Derfor er det naturligt, at det er de samme områder der redegøres for. Det anbefales, at virksomhedens politikker tager udgangspunkt i virksomhedens kerneforretning, -kompetencer og strategiske udfordringer og mål. Når redegørelsen efterfølgende tager udgangspunkt i virksomhedens politikker, bør der således være sammenhæng med virksomhedens strategiske prioriteter.

#### Ressourcer & organisatorisk forankring

En vigtig brik i opfyldelsen af formålet og indfrielsen af ambitionerne er at afsætte tilstrækkelige ressourcer til opgaven med redegørelsen. Arbejdet med samfundsansvar kan være forskelligt prioriteret fra virksomhed til virksomhed, men generelt vil det være en særdeles god idé at udpege en person, eller en mindre tværfaglig gruppe fra forskellige enheder i virksomheden, som ansvarlig for redegørelsen – igen under hensyntagen til redegørelsens områder og placering.

#### Målgruppe for redegørelsen

Da redegørelsen om samfundsansvar grundlæggende set blot er én blandt flere måder virksomheden kommunikerer med sine interessenter på, vil redegørelsens succes i høj

grad afhænge af, hvorvidt den formår at levere den information, som interessenterne efterspørger. Det kan med andre ord være en god idé, hvis arbejdet med redegørelsen omfatter en sikker identificering af og dialog med sine interessenter, for at afdække deres forventninger til virksomheden på området. Dette kan være en omfattende proces, særligt for en virksomhed der skal i gang med sin første redegørelse. Det kan derfor være en god idé i første omgang at identificere de væsentligste interessenter og målrette redegørelsen til dem. Efterhånden som virksomheden får mere erfaring, kan redegørelsen udvides til at henvende sig til en bredere målgruppe, og dermed evt. at omfatte flere områder.

### **Metodeafklaring**

Endelig skal man som virksomhed afklare, hvordan man vil gribe arbejdet med redegørelsen an. Der findes talrige standarder, retningslinjer og initiativer, man kan benytte i forbindelse med redegørelsen for samfundsansvar, så virksomheden behøver ikke opfinde sine egne metoder og værktøjer. I denne vejledning introduceres til fremskridtsrapporter til FN's Global Compact. Du kan læse mere om G3 Guidelines fra Global Reporting Initiative (GRI) samt AA1000's retningslinjer for inddragelse af interessenter på Samfundsansvar.dk.

Brug af ovennævnte kan være med til at sikre kvaliteten i redegørelsen samt muliggøre sammenligning med andre virksomheder i samme eller andre brancher.

## **Trin 2: Udarbejdelse af redegørelsen**

Når de overordnede rammer for redegørelsens form, indhold og organisatoriske forankring mv. er fastlagt, kan man gå i gang med selve udarbejdelsen. I denne fase er det især vigtigt at overveje, hvordan man vil involvere interne og eksterne interessenter, hvilke specifikke indikatorer man vil rapportere på, hvordan man vil formidle budskaberne, samt hvordan redegørelsens indhold kontrolleres. Nogle af overvejelserne har en hovedsagelig praktisk karakter, mens andre kan have en mere strategisk karakter.

Blandt de strategiske overvejelser, er eksempelvis i hvilken grad de forskellige interessenter skal involveres i arbejdet. Se mere om hvilke konkrete overvejelser, der kan være, i den længere vejledning på Samfundsansvar.dk.

## **Trin 3: Offentliggørelse af redegørelsen**

### **Eksterne offentliggørelsesmåder**

Ifølge loven er virksomheden forpligtet til at udbrede sin redegørelse enten:

- I årsrapportens ledelsesberetning,
- i en supplerende beretning (f.eks. bæredygtighedsrapport), hvortil der henvises i årsrapportens ledelsesberetning,
- på virksomhedens hjemmeside med henvisning fra årsrapportens ledelsesberetning, eller
- som fremskridtsrapport eller spørgeskema udarbejdet til FN's Global Compact eller FN's PRI med henvisning fra ledelsesberetningen.

Virksomheden behøver dog ikke at begrænse sig til kun at anvende én af mulighederne.

## >> Vores undersøgelser viser at 8 af 10 virksomheder fastholder eller øger arbejdet med samfundsansvar på trods af den finansielle krise.

Niels Aagaard, Ledernes Hovedorganisation

### **Intern kommunikation**

Ofte vil det også være relevant at benytte virksomhedens interne kommunikationskanaler til at udbrede kendskabet til dette arbejde blandt medarbejderne.

#### **De interne kommunikationskanaler kan være:**

- intranet
- nyhedsbreve
- personaleblade
- fællesmøder
- træning eller videreuddannelse
- medarbejderprogrammer

### **INTERNATIONALE INITIATIVER TIL INSPIRATION FOR REDEGØRELSEN**

Loven stiller ikke krav om, at redegørelse for samfundsansvar skal ske i overensstemmelse med internationale standarder og principper for redegørelse for samfundsansvar. Dog kan virksomheder med fordel anvende – eller blot lade sig inspirere af – en eller flere af de anerkendte initiativer, standarder og retningslinjer.

### **Global Compact fremskridtsrapport**

FN's Global Compact er verdens største frivillige netværk for virksomheders samfundsansvar og indeholder ti principper for menneske- og arbejdstagerrettigheder, miljø og anti-korruption.

Som medlem af Global Compact forpligter man sig til årligt at beskrive, hvordan man i praksis forsøger at efterleve de ti principper i en såkaldt fremskridtsrapport (*Communication on Progress*).

Også virksomheder, der ikke har tilsluttet sig Global Compact, kan med fordel overveje at redegøre for samfundsansvar ved hjælp af Global Compact's retningslinjer og anbefalinger. På Global Compact's hjemmeside findes endvidere udmærket vejledning til redegørelse for virksomhedens samfundsansvar, som er frit tilgængelig for alle og gratis at anvende.

En fordel ved at redegøre gennem den årlige fremskridtsrapport er, at aktiviteterne inden for virksomhedens samfundsengagement samles i en mindre rapport, der kan være et effektivt kommunikationsværktøj i forhold til virksomhedens interne og eksterne interessenter.

Ved at redegøre gennem en Global Compact fremskridtsrapport, kan man endvidere bruge de bredt internationalt anerkendte principper i Global Compact som en ramme for redegørelsen. Dermed sikres gode muligheder for en fælles referenceramme, uanset hvor i verden virksomheden opererer. Derudover anerkender Global Compact, at virksomhederne har en forretningsdrevet tilgang til samfundsansvar. Virksomheden behøver derfor ikke arbejde med samtlige 10 principper, men bør prioritere sin indsats i forhold til virksomhedens kerneforretning.

Mere info om udarbejdelsen af fremskridtsrapport til FN's Global Compact kan findes i den længere vejledning på Samfundsansvar.dk, samt på FN Global Compact's hjemmeside: [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org).

### **Global Reporting Initiative (GRI)**

Global Reporting Initiative (GRI) er en anerkendt ramme for redegørelse om bæredygtighed. GRI indeholder principper og indikatorer, som virksomheder kan bruge til at måle og redegøre for deres økonomiske, miljømæssige og sociale præstationer. GRI samarbejder med Global Compact for at sikre sammenhæng mellem principper og indikatorer i redegørelsen for samfundsansvar.

GRI angiver en struktur for redegørelse for økonomiske, miljømæssige og sociale forhold med tilhørende kerneindikatorer og supplerende indikatorer. Derudover angives en række principper, som virksomheder bør tage højde for i forbindelse med forberedelse og udarbejdelse af redegørelsen.

Fordelene ved GRI er derfor, at den er opbygget efter en fleksibel model, der gør det muligt at starte med et begrænset antal indikatorer (C-niveau) og med tiden udbygge redegørelsen til at omfatte flere indikatorer og derved opnå et højere niveau for redegørelsen.

Mere info om anvendelse af GRI's retningslinjer for redegørelse for samfundsansvar kan findes i den længere vejledning på Samfundsansvar.dk eller på GRI's hjemmeside: [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).

## DEL 3: Forretningsdrevet samfundsansvar?

For at få det maksimale udbytte af redegørelsen for samfundsansvar bør redegørelsen være en del af en overordnet strategi på området og ikke et mål i sig selv. Formålet med redegørelsespligten er således at motivere danske virksomheder og investorer til at forholde sig aktivt til, hvordan deres kernekompetencer matcher de samfundsmæssige udfordringer, de står over for. Hvordan de konkret vælger at imødegå disse udfordringer er imidlertid deres egen beslutning.

### HVAD ER FORRETNINGSDRETVET SAMFUNDSANSVAR?

Samfundsansvar skaber størst værdi for en virksomhed, når det er en integreret del af virksomhedens kerneforretning. Idéen er, at virksomhedens særlige viden og kernekompetencer udnyttes aktivt til gavn for både virksomheden og for samfundets bæredygtighed. Samtidig integreres samfundsansvar i hele virksomhedens organisation. Forretningsdrevet samfundsansvar handler om at vælge de aktiviteter, der er i overensstemmelse med virksomhedens værdier og udfordringer på en måde, der hjælper virksomheden med at imødekomme samfundsmæssige problemstillinger, samtidig med at der skabes nye vækstmuligheder for virksomheden selv.

### Virksomheder kan for eksempel:

- stille krav til leverandører om at overholde menneskerettigheder og arbejdstagerrettigheder og aktivt samarbejde med leverandører om at integrere disse krav med henblik på at forbedre sociale og miljømæssige forhold. Det kan forbedre både kvalitet og leverandørsikkerhed.
- arbejde med klima- og miljøledelse i form af et systematisk klima- og miljøarbejde, nedsætte råvare- og energiforbruget eller investere i miljø- og energieffektiv teknologi. Det kan reducere virksomhedens omkostninger til for eksempel energi, kemikalier, CO<sub>2</sub>-afgifter og lignende.
- udvikle nye produkter eller ydelser, der indeholder en social eller miljømæssig dimension. Det kan give virksomheden adgang til nye markeder og mulighed for at differentiere sig fra sine konkurrenter.
- forbedre arbejdsvilkår og arbejdsmiljø internt i virksomheden. Det kan give mere engagerede og motiverede medarbejdere og gøre det muligt at tiltrække og fastholde medarbejdere.
- kommunikere aktivt om arbejdet med samfundsansvar til kunder, forbrugere, interesseorganisationer og andre interessenter. Det kan dels hjælpe til at skubbe en udvikling omkring øget samfundsansvar hos disse aktører, og dels give virksomheden et bedre omdømme.

### DILEMMAER I ARBEJDET MED FORRETNINGSDRETVET SAMFUNDSANSVAR

Selvom forretningsdrevet samfundsansvar kan styrke virksomhedens vækst og konkurrencedygtighed, kan det samtidig stille den over for vanskelige dilemmaer.

De samfundsmæssige spørgsmål, som virksomheden kan engagere sig i, er ofte komplekse og indeholder mange facetter. Ligeledes vil effekten af virksomhedens arbejde med samfundsansvar i mange tilfælde først vise sig på længere sigt. Hvordan skal virksomheden for eksempel forholde sig til, at en leverandør bruger mange farlige kemikalier eller ikke overholder grundlæggende rettigheder? Skal virksomheden afbryde samarbejdet for at markere dens værdier eller fortsætte samarbejdet og arbejde for at forbedre de kritisable forhold? Også korruption kan stille virksomheden over for vanskelige spørgsmål - skal en virksomhed gå på kompromis med en grundholdning om at undgå korruption for at bevare markedsandele og dermed skabe jobs på gode vilkår?

Svaret på de dilemmaer, der er forbundet med arbejdet med samfundsansvar, må findes i virksomhedens grundlæggende værdier. Med afsæt i værdier og traditioner er det afgørende at sikre sammenhæng i virksomhedens adfærd. Det vil for eksempel være problematisk, hvis en virksomhed aktivt kommunikerer sit arbejde med at skabe rummelighed på det danske arbejdsmarked, mens der samtidig produceres under uacceptable forhold hos en af virksomhedens leverandører. Det er med andre ord vigtigt, at virksomheder arbejder for at skabe sammenhæng i deres aktiviteter, og at den kommunikerer troværdigt om arbejdet med samfundsansvar som en integreret del af virksomhedens forretningsstrategi.

## INTERNATIONALE PRINCIPPER FOR SAMFUNDSANSVAR

Regeringen opfordrer i sin handlingsplan for virksomheders samfundsansvar fra maj 2008 danske virksomheder til at tilslutte sig FN's Global Compact eller FN's Principper for Responsible Investment. Disse initiativer bygger på FN-konventioner, der er internationalt bredt anerkendte, og som derfor kan bruges som reference, uanset hvor i verden virksomheden opererer. Nedenfor er begge sæt af principper nærmere omtalt.

### FN's Global Compact

FN's Global Compact er verdens største netværk for virksomheder, der har fokus på virksomheders samfundsansvar. Initiativet har stor tilslutning fra danske virksomheder. Principperne kan fungere som en fælles referenceramme for virksomheder over hele verden. De ti principper er:

#### Menneskerettigheder

1. Virksomheder bør støtte og respektere beskyttelsen af internationalt erklærede menneskerettigheder og
2. sikre sig, at de ikke medvirker til krænkelse af menneskerettighederne.

#### Arbejdstagerrettigheder

3. Virksomheder bør opretholde organisationsfrihed og effektivt anerkende retten til kollektiv forhandling,
4. støtte udryddelse af alle former for tvangsarbejde,
5. støtte effektiv afskaffelse af børnearbejde og
6. eliminere diskrimination i arbejds- og ansættelsesforhold.

- >> **Undersøgelser viser at en tredjedel af virksomhederne ikke har en strategi for arbejdet med samfundsansvar. Dermed risikerer de at gå glip af de konkurrencemæssige fordele, der kan være ved at arbejde med forretningsdrevet samfundsansvar.**

Carsten Ingerslev, Erhvervs- og Selskabsstyrelsen

### **Miljø**

- 7.** Virksomheder bør støtte en forsigtighedstilgang til miljømæssige udfordringer,
- 8.** tage initiativ til at fremme større miljømæssig ansvarlighed, og
- 9.** tilskynde udvikling og spredning af miljøvenlige teknologier.

### **Anti-korruption**

- 10.** Virksomheder bør modarbejde alle former for korruption, herunder afpresning og bestikkelse.

Princippet om menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og anti-korruption er allerede en del af gældende dansk ret. Udfordringerne er imidlertid langt større, når danske virksomheder opererer i udlandet, hvor sociale og miljømæssige forhold ofte ikke lever op til det danske niveau.

Den enkelte virksomhed bestemmer selv, hvordan og hvor hurtigt den vil integrere principperne i sin forretningsstrategi. Tilslutning til principperne har karakter af en erklæring om, at virksomheden frivilligt vil gøre en aktiv indsats for løbende at gøre en særlig indsats for fremskridt på de emner, principperne vedrører.

Mere info om FN's Global Compact kan findes i den længere vejledning på [Samfundsansvar.dk](http://Samfundsansvar.dk).

### **FN's Principper for ansvarlige investeringer (PRI)**

FN's Global Compact og FN's Environment Programme Finance Initiative (UNEP FI) har udarbejdet et sæt af retningslinjer, som er målrettet investorer – UN Principles for Responsible Investment (PRI).

PRI udgør en række overordnede principper for investorers arbejde med samfundsansvar. FN understreger selv, at den enkelte virksomheds tilslutning til PRI ikke må betragtes som en form for certificering af virksomheden, men snarere som en tilkendegivelse fra virksomheden om, at den vil arbejde efter PRI's principper og retningslinjer. Investorer kan efterleve PRI gennem mange forskellige strategier, og det væsentlige er enighed om målet, der arbejdes hen i mod.

Mere info om FN's Principles for Responsible Investment kan findes i den længere vejledning på [Samfundsansvar.dk](http://Samfundsansvar.dk) eller på PRI's hjemmeside: [www.unpri.org](http://www.unpri.org).

# Inspiration til arbejdet med samfundsansvar

**Samfundsansvar.dk** Samfundsansvar.dk har til formål at formidle information, viden og værktøjer om virksomheders samfundsansvar. Samfundsansvar.dk er Erhvervs- og Selskabsstyrelsens hjemmeside om virksomheders samfundsansvar og er et led i regeringens handlingsplan for virksomheders samfundsansvar.

Læs mere på [www.samfundsansvar.dk](http://www.samfundsansvar.dk)

**CSR Kompasset** CSR-kompasset hjælper virksomheden med at håndtere krav om social og miljømæssig ansvarlighed - uanset om det er virksomheden, der skal dokumentere sin ansvarlighed over for sine kunder, eller om virksomheden selv ønsker at stille krav til leverandører m.v. CSR kompasset er blevet til i et samarbejde mellem Økonomi- og Erhvervsministeriet, Institut for Menneskerettigheder og DI – Organisation for erhvervslivet.

Læs mere på [www.csrkompasset.dk](http://www.csrkompasset.dk)

**Klimakompasset** Klimakompasset hjælper danske virksomheder med at udarbejde en klimastrategi og beregne deres CO2-udledning. Klimakompasset er blevet til i et samarbejde mellem Økonomi- og Erhvervsministeriet og DI – Organisation for erhvervslivet.

Læs mere på [www.klimakompasset.dk](http://www.klimakompasset.dk)

**Overskud med Omtanke** Overskud med Omtanke blev igangsat af Erhvervs- og Selskabsstyrelsen i 2005 og har sat strategisk samfundsansvar på dagsordenen ved blandt andet at undervise mere end 12.500 ledere og medarbejdere i danske små og mellemstore virksomheder i strategisk samfundsansvar. Dermed er projektet det hidtil største og mest omfattende af sin art, i Danmark såvel som internationalt.

Læs mere på [www.overskudmedomtanke.dk](http://www.overskudmedomtanke.dk)

**FN Global Compact** Global Compact er et FN-initiativ, der opstiller ti generelle principper for virksomheders arbejde med samfundsansvar. De ti principper i FN's Global Compact er et godt udgangspunkt, når virksomheder skal arbejde med samfundsansvar og bæredygtighed. Principperne bygger på internationalt anerkendte konventioner om menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og anti-korruption.

Læs mere på [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

**Global Reporting Initiative** Global Reporting Initiative (GRI) er en anerkendt ramme for redegørelse om bæredygtighed. GRI indeholder principper og indikatorer, som virksomheder kan bruge til at måle og redegøre for deres økonomiske, miljømæssige og sociale præstationer. GRI samarbejder med Global Compact for at sikre den nødvendige sammenhæng mellem principper og indikatorer i redegørelsen for samfundsansvar.

Læs mere på [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)