

CSR: tag samfundsansvar og løft din virksomhed



RESUMÉ

Det bliver stadig vigtigere for virksomheder af alle størrelser at tage højde for sit samfundsansvar – bedre kendt under termet: Corporate Social Responsibility eller CSR i sin korte form. Ved at være med til at skabe en bedre verden, styrker du dit brand, så det kan mærkes på bundlinjen. Start for eksempel med at tage udgangspunkt i FN's 17 verdensmål eller kig indad på din virksomheds mission, værdier og formål.

CSR-begrebet dækker over virksomhedens Corporate Social Responsibility politik, hvilket vikort kan betegne som virksomhedens samfundsmæssige ansvar.

Vi kan ikke komme udenom det faktum, at det at tage ansvar for samfundet, er en elskværdig del af det at drive en virksomhed. Hvad enten det er at bekæmpe madspild, nedbringe dit CO2-udslip, overholdelse af menneskerettighederne eller noget helt tredje, så er det en væsentlig faktor, fordi mål udover de økonomiske for virksomheden kan være prikken over i'et.

Større virksomheder i regnskabsklasse C og D er underlagt lovkrav vedrørende CSR-politik, men der er ingen lovkrav til mindre virksomheder¹.

Vi vil med denne artikel give et indblik i, hvordan enkelte CSR-principper nemt kan implementeres i din virksomhed – uanset om der er én, tre eller 50 ansatte.

FN's 17 Verdensmål

Indenfor CSR-verdenen arbejder mange SMV'er med FN's 17 Verdensmål² (Se figur 1).

De 17 Verdensmål kan hjælpe SMV'er til at få nogle håndgribelige mål at arbejde med, men det kan også hurtigt virke uoverskueligt, hvordan SMV'er med 10 ansatte skal kunne bidrage til at stoppe

sult verden over. Derfor kan det være en rigtig god idé at oversætte Verdensmålene i forhold til virksomhedens egen virkelighed. Det betyder ikke, at du skal give dig i kast med alle 17 Verdensmål, men udvælg i stedet et par stykker, som du synes giver mening for din virksomhed, derved vil det også være lettere at implementere dem.

Begynd internt, og formuler en Code of Conduct

Start med at kigge indad – hvad kan du selv gøre? Det gør ikke noget at starte i det små. Måske har din virksomhed en produktion, hvor du kunne anvende mere miljørigtige midler, eller måske kan du genanvende din restproduktion eller affald. Hvad end det måtte være, er det vigtigt, at du undersøger hvilke muligheder der er.

Herefter kan du vende blikket udad og kigge på CSR hos dine leverandører og andre samarbejdspartnere. Her er det passende at formulere virksomhedens Code of Conduct, som er et sæt retningslinjer for driften, eventuelt set i ift. verdensmålene, og hvilke forventninger og krav, I har til jeres leverandører og samarbejdspartnere. I det formaliserede dokument kan du f.eks. gøre rede for, at I kun ønsker leverandører eller samarbejdspartnere, som har en bestemt type og anerkendt certificering. Denne type af certificering kan du i øvrigt også anvende direkte i din egen virksomhed, fordi du ved en certificering får "serveret" kravene som din virksomhed skal leve op til.

FN'S 17 VERDENSMÅL FOR BÆREDYGTIG UDVIKLING



Ønsker du at læse mere om hvordan forskellige danske SMV'er arbejder med CSR og FN's 17 Verdensmål, kan du læse om nogle cases her: Erhvervsstyrelsens verdensmål for SMV'er.

CSR – det kan mærkes på bundlinjen

At indtænke CSR i din virksomhed er et strategisk træk, hvorfor det også er en del af din virksomhedsstrategi. Det kan derfor være nemmere at implementere, når du kan se hvordan din virksomhed kan drage nytte heraf.

Et af de vigtigste grundlag for at inkorporere CSR i din virksomhed, er faktisk dine kunder.

En undersøgelse foretaget af Landbrug & Fødevarer viser, at fremtidens forbrugere (millennials) lægger stor vægt på bæredygtighed, og på at virksomheder tager et seriøst samfundsansvar³. Det er dog ikke udelukkende forbrugerne, der finder det relevant, men også andre interessenter som f.eks. samarbejdspartnere, investorer og leverandører. Undersøgelsen viser også, at virksomheder, som har en negativ indvirkning på samfundet, bliver husket samt boykottet for en stund. Det vil altså sige, at hvis ikke din virksomhed tager samfundsansvar og implementerer CSR i forretningsgangen, kan det i sidste ende ses på bundlinjen.

Du kan komme langt med små tiltag

Der findes mange forskellige måder at tilpasse CSR til din virksomhed, men det er essentielt, at du sørger for, at CSR-politikken er i samspil med virksomhedens målsætninger for at kunne skabe en fælles retning for virksomheden.

Som virksomhed er der et utal af forskellige måder, du kan arbejde med CSR på. Virksomheden kan f.eks. vælge at støtte op omkring et eller flere initiativer. Det kunne være Red Barnet, Dansk Flygtningehjælp, Kræftens Bekæmpelse eller noget

helt tredje. Mulighederne for velgørenhedsstøtte er nær uendelige, og som en ekstra fordel for dig som erhvervspartner får du materiale, som du kan bruge til at markedsføre din virksomhed. En slags 'co-branding'.

Et andet tiltag, der kan indføres i forhold til CSR, kan være at arbejde med sociale vilkår i form af at ansætte personer i løntilskud, eller personer med særlige behov eller udfordringer.

Et tredje tiltag er at udskifte al kaffe og te med Fairtrade-produkter, hvor der, som bekendt, er en vis standard for bøndernes vilkår. Ved at købe Fairtrade kaffe og te forbedrer du dermed levevilkårene for bønderne og deres familier. Dette kan kobles direkte til både Verdensmål 1 og 12, hvori virksomheden er med til at mindske fattigdom samt at medvirke til et ansvarligt forbrug.

CSR bør indtænkes i forhold til din mission

Næsten uanset hvilken type velgørenhed din virksomhed giver sig i kast med, vil det have en positiv effekt på omdømmet. Dog vil det ikke altid give mening at støtte tiltag i øst og vest ud fra dit forretningskoncept. Du risikerer, at dine kunder vil anse dine indsatser som værende uoprigtige forsøg på at skaffe billige point. Det vil ikke være direkte kritisabelt, at du støtter en god sag, men hvis dine intentioner virker uhæderlige, mindskes værdien af dit CSR tiltag set ud fra et brand perspektiv. Det vil derfor ofte give mening at indtænke CSR i forhold til din virksomheds mission og værdier. Interne indsatser skal ses i forhold til værdikæden – alt fra hvordan du producerer dit produkt til hvordan du sælger det. Eksterne indsatser skal reflektere din virksomheds formål. Du kan ikke redde hele verden, men du kan støtte andre formål, der ligger din virksomheds eksistensgrundlag nær.

Opsummering

Forhåbentlig har ovenstående eksempler på CSR-tiltag givet dig et indblik i, hvordan CSR kan

implementeres på en overskuelig måde. Som afrunding vil vi gerne komme med et par opsummerende råd på falderbet. CSR skal forankres i hele virksomheden. Et godt sted at starte er hos ledelsen, som kan formulere nogle principper, hvorefter der samarbejdes tæt med de ansatte, og på den måde få et overordnet CSR-mindset i hele virksomheden.

Derudover skal CSR-politikken gerne være i tråd med virksomhedens formål – dvs. hvis du sælger cykler produceret i Cambodia, så giver det måske ikke så meget mening at støtte op omkring FN's Verdensmål nr. 14 om Livet i havet, men nærmere at fokusere på bedre arbejdsvilkår og ansvarligt forbrug.

Har du lyst til at læse mere? Læs vores case med Mette Kristensen, som ejer virksomheden Mia Casa, som producerer møbler og samtidig har fået implementeret en mindre form for CSR i henhold til FN's verdensmål nummer 8 - Case: Mia Casa - når vækst er et (succes)problem.

Erhvervsstyrelsen har udviklet en drejebog for SMV'er med fokus på, hvordan CSR kan gå fra at være et princip i virksomheden til praksis.

Læs den her: https://samfundsansvar.dk/sites/default/files/media/drejebog_csr_i_smaa_og_mellemstore_virksomheder_-_fra_princip_til_praksis.pdf

Kilder:

1) <https://samfundsansvar.dk/lovkrav>

2) <https://samfundsansvar.dk/smvers-arbejde-med-fns-verdensmaal>

3) <https://csr.dk/fremtidens-forbrugere-kr%C3%A6ver-b%C3%A6redygtige-varer>