

Der bliver skruet op for CSR

En ny undersøgelse viser at 9 ud af 10 af de største virksomheder ikke vil skrue ned for deres Corporate Social Responsibility (CSR) aktiviteter som konsekvens af den finansielle krise; 44 % planlægger endda at udvide deres indsats på området.

Trods de finansielle vanskeligheder, som mange danske virksomheder i øjeblikket står overfor, er CSR stadig højt på dagsordenen, og 65 % af virksomhederne mener, at CSR er af høj vigtighed for deres fremtidige vækst.

Alligevel har kun hver sjette virksomhed en selvstændig CSR strategi

Størstedelen af virksomheder i undersøgelsen har gennem de seneste to år øget deres fokus på CSR. Det er dog hverken, regering og lovgivning eller samarbejdspartnere, der presser på for øget ansvarlighed, men stærke værdier i virksomhederne, kunderne samt muligheden for innovation og forretningsudvikling, der er forklaringen.

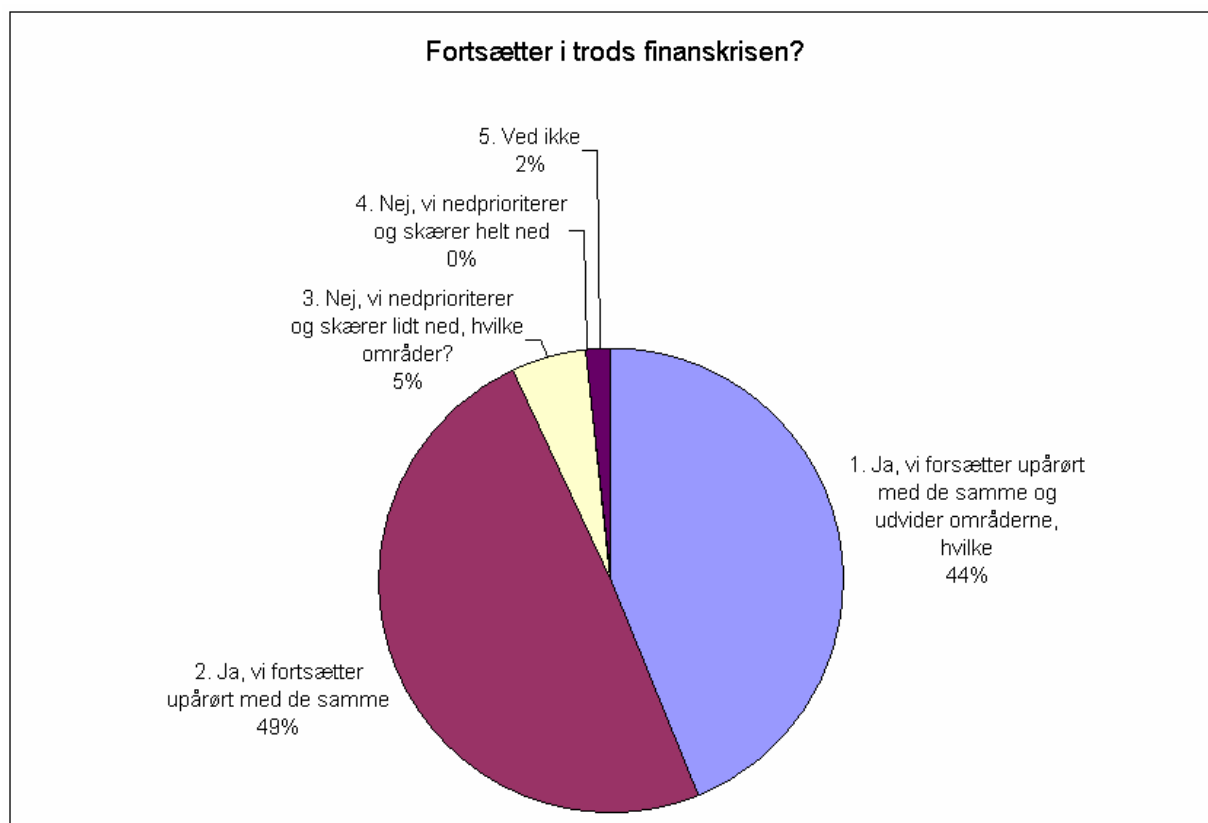


Træerne vokser dog ikke ind i himlen og nogle virksomheder betragter stadig CSR som et "buzz-word". Det afspejles i, at kun hver sjette virksomhed har en selvstændig CSR strategi, på trods af at størstedelen ser CSR som afgørende for deres vækst. Modenheden varierer også på tværs af brancher og virksomheder. I den ene ende opfatter virksomhederne CSR som bløde værdier med fokus på medarbejdernes velbefindende. I den anden ende anvendes CSR som et konkurrenceparameter, der kan differentiere virksomheden fra konkurrenterne og som middel til at opfinde nye produkter.

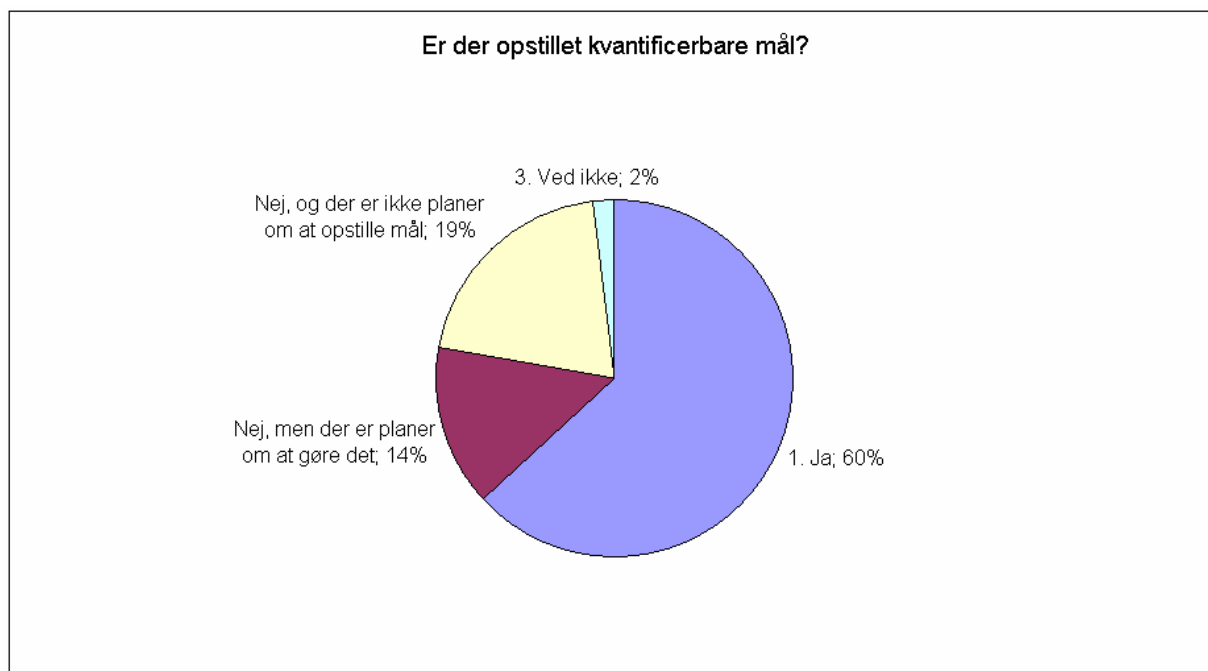
Definitionen af CSR og modenhed i virksomheden indenfor området spænder bredt blandt de deltagende virksomheder. Medier og folkemunde bugner af ord og definitioner på ansvarlig virksomhedsførelse, og mange virksomheder har ikke fundet deres plads i definitionsjunglen.

Kun fem procent skærer ned på CSR

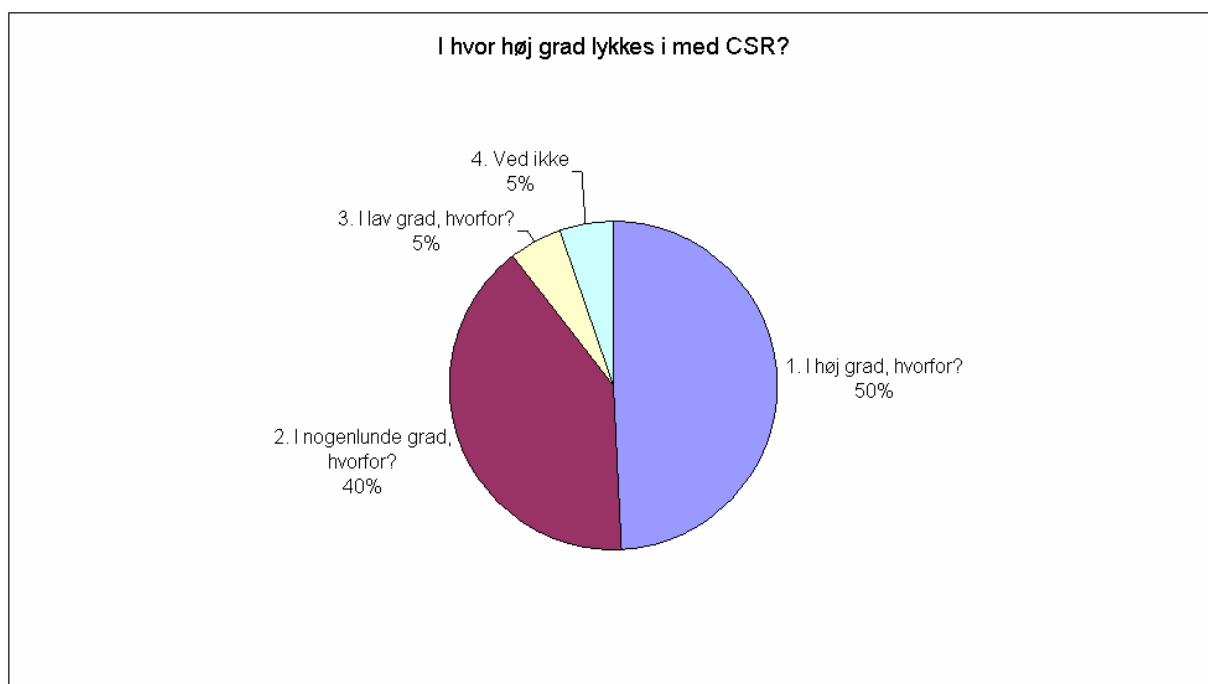
En nedskæring i CSR aktiviteter på grund af finanskrisen er kun relevant for 5% af de adspurgte virksomheder. Flere virksomheder peger på at en nedskæring ikke er en mulighed da CSR er et nyt fokusområde i deres forretning. Det peger på at virksomhederne ser det som en investering i fremtiden og at det er en konkurrenceparameter i sig selv.



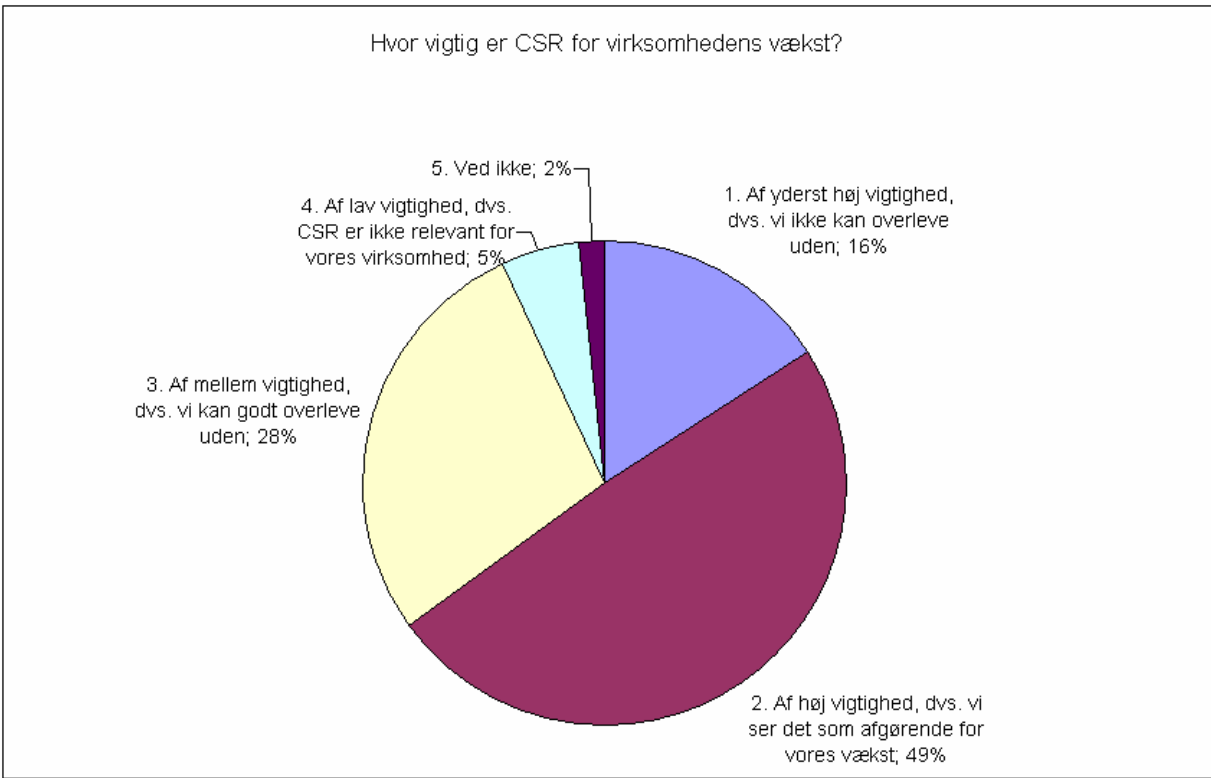
I hver tredje af de virksomheder, der mener, at CSR er af høj vigtighed for deres vækst, er der ikke opstillet kvantificerbare mål for om de enkelte CSR aktiviteter er succesfulde eller ej. Det er skyldes at det er meget svært at se direkte på bundlinien på kort sigt. Men også den brede forankring af CSR får skylden for de manglende kvantificerbare mål.



Virksomhederne mener, at CSR er vigtigt for vækst. De fastholder endda aktiviteter indenfor området på trods af recessionen. De mener i stor udstrækning (90%), at de lykkedes med deres initiativer, men der opstilles kun mål indenfor CSR i 60% af virksomhederne.



En fornemmelse af at virksomheden er succesfuld indenfor CSR, er en god start; men at fortsætte CSR aktiviteter uden at have målbare succeskriterier giver ringe muligheder for at følge op på og styre indsatsen fremover. Ydermere bliver retfærdiggørelsen af fremtidige CSR aktiviteter en overkommelig opgave, når kvantitativ dokumentation for værdiskabelse til virksomheden er til stede.



Hvem har været med i undersøgelsen?

PA Surveyet består af svar fra de ansvarlige indenfor CSR i 57 udaf Danmarks top 100 virksomheder.

