

# Kvalitativt studie af førstegangsrappporterende virksomheders erfaringer med årsregnskabslovens §99a

---

**Udarbejdet af:**

Center for Corporate Social Responsibility, Copenhagen Business School

Peter Neergaard

Janni Thusgaard Pedersen

**Juli 2010**



**Copenhagen  
Business School**  
HANDELSHØJSKOLEN

CBS Center for Corporate  
Social Responsibility

## Indholdsfortegnelse

Forord .....	3
Executive summary.....	4
Fremgangsmåde .....	5
Citater .....	5
Tværgående analyse.....	7
Appendiks 1: Interviewguide.....	11

## Forord

Denne rapport samler konklusionerne fra en kvalitativ undersøgelse baseret på interviews med ti virksomheder, der rapporterede om samfundsansvar for første gang. Undersøgelsen er gennemført i maj 2010 af Copenhagen Business School for Erhvervs- og Selskabsstyrelsen:

Der er udarbejdet en række case-beskrivelser på baggrund af interviewene, der fremgår af rapporten "Case-historier: Førstegangsrappporterende virksomheders erfaringer med årsregnskabslovens § 99a".

Rapporten indgår som led i en række undersøgelser af danske virksomheders efterlevelse af regnskabslovens § 99a om rapportering af samfundsansvar gennemført af Copenhagen Business School. Der er gennemført følgende studier - alle rapporter er tilgængelige på [www.samfundsansvar.dk](http://www.samfundsansvar.dk):

1. En kvantitativ undersøgelse af 142 tilfældigt udvalgte virksomheders rapportering. Undersøgelsen er gennemført i april og maj 2010 og fremgår af rapporten "Kvantitativt studie af virksomheders efterlevelse af årsregnskabslovens § 99a -og deres generelle regnskabspraksis".
2. En analyse af, hvorvidt revisor for virksomheder, der ikke opfylder kravene i regnskabslovens § 99a, har påpeget dette i sin udtalelse om ledelsesberetningen. Konklusionen af analysen fremgår af rapporten "Kvantitativt studie af virksomheders efterlevelse af årsregnskabslovens § 99a -og deres generelle regnskabspraksis". Undersøgelsen blev gennemført i juli 2010.
3. En frafaldsanalyse, hvor resultaterne fra den kvantitative undersøgelse (punkt 1) sammenlignes med et tilfældigt udvalg af virksomheder, der indleverede regnskaber sent og derfor ikke indgik i den oprindelige kvantitative analyse. Fráfaldsanalysen blev gennemført i juli 2010 og fremgår af et tillæg til rapporten "Kvantitativt studie af virksomheders efterlevelse af årsregnskabslovens § 99a - og deres generelle regnskabspraksis".
4. En opfølgende kvalitativ undersøgelse af seks virksomheder, der ikke opfylder lovens krav om at redegørelsen for samfundsansvar skal indeholde tre punkter: Virksomhedens politikker for samfundsansvar, omsættelse af politikker til handling og hvad der er opnået som følge af arbejdet. Formålet med undersøgelsen er at identificere barrierer i rapporteringen samt hvilke overvejelser virksomhederne har gjort sig i forbindelse med anvendelse af internationale principper for Corporate Social Responsibility (CSR). Undersøgelsen er gennemført i juli 2010 og analysen er dokumenteret i rapporten "Kvalitativt studie af barrierer for rapportering i henhold til de tre dimensioner i årsregnskabslovens § 99a samt anvendelse af internationale principper for samfundsansvar".
5. Gode eksempler på rapporteringspraksis blandt de undersøgte virksomheder. Eksemplerne fremgår af rapporten "Gode eksempler på rapporteringspraksis". Kortlægningen er gennemført i maj 2010 og bygger på undersøgelsen nævnt under punkt 1.

## Executive summary

- Den kvalitative undersøgelse har til formål at beskrive førstegangsrapporterende virksomheders erfaringer med lovkravet, samt hvordan de har grebet selve rapporteringsprocessen an.
- Undersøgelsen er baseret på interviews med 10 førstegangsrapporterende virksomheder, der er omfattet af årsregnskabslovens § 99a.
- Stort set alle virksomheder har tidligere arbejdet systematisk med og rapporteret om miljø og medarbejderforhold, men har ikke betegnet dette som CSR.
- Lovkravet har betydet, at stort set alle virksomheder nu rapporterer om samfundsansvar, hvilket de ikke tidligere gjorde.
- Tidligere er rapportering om miljø og medarbejderforhold typisk sket andre steder end i årsrapporten.
- Det er meget individuelt hvor mange arbejdstimer virksomhederne har brugt på at udarbejde rapporteringen - det spænder fra et par timer og opefter.
- De fleste af virksomhederne har konsulteret deres revisor for at få en fornemmelse af lovkravets omfang og rammerne for rapporteringen, men har ikke brugt revisor som konsulent.
- Det er meget forskelligt fra virksomhed til virksomhed hvilken organisatorisk funktion, der har været ansvarlig for rapporteringen.
- Syv af de ti virksomheder svarer, at de har brugt Erhvervs- og Selskabsstyrelsens vejledning "Redegørelse for samfundsansvar – praktisk vejledning og inspiration" som udgangspunkt for deres rapportering.
- Langt de fleste af virksomhederne har brugt allerede tilgængelige data til rapporteringen af samfundsansvar. Kun to virksomheder har indsamlet nye data.
- De fleste virksomheder mener at årsrapporten er en god kommunikationsplatform i sammenligning med andre kommunikationskanaler.
- Alle virksomhederne svarer, at de på nuværende tidspunkt *ikke* har en kommunikationsplan specifikt for CSR.
- Fire af virksomhederne har udarbejdet en CSR-strategi og en enkelt er ved at udarbejde en. I disse virksomheder er CSR-strategien integreret med forretningsstrategien.
- Blot en enkelt virksomhed mener at lovkravet har givet nye forretningsmuligheder
- Få af virksomhederne fremhæver, at bestyrelsen aktivt engagerer sig i arbejdet med samfundsansvar.
- Halvdelen af virksomhederne mener lovkravet har betydet at arbejdet med samfundsansvar er blevet mere systematiseret.

## Fremgangsmåde

Den kvalitative undersøgelse har til formål at beskrive førstegangsrapporterende virksomheders erfaringer med lovkravet, samt hvordan de har grebet selve rapporteringsprocessen an.

Der er foretaget interview med ti danske virksomheder, der alle for første gang rapporterer under overskriften samfundsansvar i deres årsrapport. Virksomhederne er identificeret på baggrund af dataindsamlingen i den kvantitative undersøgelse af virksomheder, der er omfattet af regnskabslovens § 99a og repræsenterer derfor et bredt udsnit af virksomheder, dvs. både børsnoterede virksomheder og virksomheder tilhørende regnskabsgruppe C. Forskellige brancher samt både moder- og datterselskaber er repræsenteret.

Spørgeskemaet der er brugt som udgangspunkt for interviewene er udarbejdet af CBS' Center for CSR (cbsCSR) og godkendt af projektets styregruppe (se spørgeskemaet i "Appendiks 1: Interviewguide"). Interviewene er gennemført med medarbejdere, der har en central stilling i forhold til virksomhedens rapportering af samfundsansvar.<sup>1</sup> Resultaterne af undersøgelsen afspejler således den interviewedes personlige opfattelse af virksomhedens erfaringer med lovkravet. Alle interviews er foretaget telefonisk og har været af en varighed på mellem 10 til 30 minutter.

## Citater

De følgende citater illustrerer de erfaringer de ti danske førstegangsrapporterende virksomheder har gjort sig med lovkravet om redegørelse for samfundsansvar. Citaterne afspejler både virksomhedernes generelle erfaringer vedrørende arbejdet med samfundsansvar, deres erfaringer med selve lovkravet, samt hvordan de har grebet rapporteringsprocessen an.

### Arbejdet med samfundsansvar

*"Det er vigtigt at man kobler det (arbejdet med samfundsansvar) til forretningen og at forretningen kan få gavn af CSR-arbejdet. (...) Hvis forretningsstrategien går ud på at skabe en bedre bundline, så skal CSR-strategien et eller andet sted støtte op omkring det, og det skal man så bare tænke på, når man planlægger sine forskellige tiltag. Altså mindre CO2 udledning det kan spare nogle ressourcer, det kan spare på energiregningen. Så på den måde at CSR-strategien kobles op på forretningsstrategien."*

*"Det [CSR] skaber værdi for kunden, hvis det er reelle handlinger, men hvis det bare er greenwashing er det lige meget."*

*"Man skal være ærlig i rapporteringen. Men arbejdet med samfundsansvar handler om det man gør og ikke kun om at rapportere."*

### Erfaringer med lovkravet

*"Det er først nu vi kalder det CSR. Vi har gjort det lidt bredere nu end bare at kalde det miljø- og medarbejderforhold. Så det har gjort at vi at vi tænker CSR, vi tænker det lidt bredere som samfundsansvar, og fokuserer på hele paletten, eller hvert fald de ting der er vigtige i CSR-paletten i forhold til virksomheden."*

---

<sup>1</sup> Interviews er foretaget med 5 økonomidirektører, 1 administrerende direktør, 1 kommunikationsdirektør, 1 miljøchef, 1 regnskabschef og 1 kommunikationskonsulent.

*”Lovkravet har ligesom været en løftestang overfor koncernledelsen fra vores afdelings side. Når vi nu er ramt af det her lovkrav, kan vi lige så godt benytte lejligheden til at arbejde mere systematisk, fx tilslutte os Global Compact, udarbejde politikker, strategier og kommunikationsplaner.”*

*”I det øjeblik det bliver et krav, giver det ikke goodwill. Det giver kun goodwill hvis det gør noget udover det som man kan forvente af os som virksomhed.”*

*”De virksomheder som vi samarbejder med, de krav de måtte have, dem hører vi nok efter før vi læser loven. Forstå mig ret, vi overholder selvfølgelig loven. Men hvis en af vores store samarbejdspartnere kommer og siger nu er det et krav at I gør sådan og sådan for at kunne levere til os i fremtiden, det kunne jeg godt forestille mig at vi vil lytte til. At loven så kommer senere, det er så en detalje.”*

*”Jo mere fokus på det her område der kommer og jo flere initiativer der kommer omkring fremme af den slags ting her, jo bedre er det for vores forretning. Så bestemt [har loven givet forretningsmuligheder], måske ikke direkte, men indirekte er det med til at fremme fokus på energirigtige løsninger.”*

*”Jeg synes jo sådan set, at det var ret kvikt tænkt, at Danmark skal markedsføre sig på samfundsansvar. Fordi vi er dukse i verden på mange måder og så kan man få en konkurrencefordel, der berettiger det højere prisniveau på danske ydelser. Og hvis det er det man vil, så er man selvfølgelig nødt til at lovgive om det. Og der er det nok i virkeligheden meget smart, at det er der [i årsrapporten] det hører hjemme, hvor skulle det i ellers være? (...) Jeg tror egentlig, at det er meget fornuftigt, at det bliver forankret i årsregnskabet og man derved er sikret netop at det er forankret helt oppe i toppen af virksomheden.”*

## **Rapporteringsprocessen**

*”Det er et, ja, det jeg kalder for et fjumreår, for det vil vise sig nu [hvor god kommunikationen har været]”*

*”Hvorfor skulle man begynde at agere ansvarligt, bare fordi man rapporterer om det?”*

*”Vi har både brugt informationer der i forvejen var i forskellige IT-systemer i koncernen og så har vi også spurgt vores selskaber rund om i verden om nye ting.”*

*”Vi har som koncernfunktion forsøgt at danne os et systematisk overblik over tingene.”*

*”Når jeg læser nogle af de andre [virksomheders årsrapporter] kan jeg se at der ikke er noget ’hokus pokus’ i det andet, end at det bliver offentliggjort, fordi systemerne og den måde at tænke CSR, de ligger i organisationen i forvejen.”*

*”Årsrapporten er regnedrengenes rapport. Og dermed vil jeg gerne sige, at når vi skal ind og snakke om mere bløde områder, som CSR jo er, så forstår de ikke rigtig sproget og de vil gerne have, at det er deres sprog. Så det giver nogle udfordringer. Omvendt kan årsrapporten i nogle virksomheder være et centralt dokument. Så at få en plads der, har også stor betydning for hvem der læser det og udbredelsen af den type kommunikation.”*

*”Det virker meget godt nu, på den måde som det er, at de ting [redegørelsen for samfundsansvar] er indarbejdet i den samlede årsrapport, så man ved læsning af årsrapporten får et samlet billede af virksomheden og dens holdninger.”*

*”Samlet set, så jo flere områder man kan kommunikere at man påtager sig af samfundsansvar jo bedre.”*

*”Jeg er glad for at der er den mulighed, at man ikke behøver at trykke det hele, men at man kan have det liggende på en website. Og det har jo noget at gøre med det lavpraktiske i, at det er besværligt og dyrt at lave en tryksag.”*

*”Kommunikationen af det bliver lettere på grund af de vejledninger og regler der ligger omkring det. Arbejdet tror jeg ikke bliver præget særlig meget af, hvordan vi opdeler det og beskriver det.”*

*”Jeg har fornemmet, at man skal være tændt på CSR og synes at det er noget man lever og brænder for, hvis man skal have en særlig interesse i at læse det i en årsrapport. Og jeg synes nogle gange, at der er en tendens til at årsrapporter er alt for fyldestgørende og der er for meget lirum larum, også hvor samfundsansvar har været pakket ind i løse fraser og marketing.”*

*”Stakeholdermæssigt findes der mange grupper, som interesserer sig for hvad virksomhederne gør i forhold til det ikke-finansielle område, så jeg mener at der er mange andre medier [end årsrapporten] der er lige så relevante.”*

## **Tværgående analyse**

### **Virksomhedernes arbejde med samfundsansvar**

Stort set alle virksomheder har tidligere arbejdet systematisk med miljø og medarbejderforhold, men har ikke betegnet dette som CSR. Langt de fleste af virksomhederne rapporterer udelukkende i årsrapporten på baggrund af lovkravet, en enkelt virksomhed var dog i gang med at udarbejde en CSR-redegørelse til årsrapporten da lovkravet blev vedtaget og en anden ville have rapporteret under en anden overskrift.

Årsagen til at man ikke tidligere har redegjort for dette arbejde i årsrapporten har primært været, at virksomhederne har fortalt om arbejdet gennem andre kommunikationskanaler. I det følgende fremgår nogle af begrundelserne for, hvorfor virksomhederne ikke har rapporteret om samfundsansvar i årsrapporten:

- Man har ikke ment at det skulle med i årsrapporten, fordi årsrapporten primært læses af finansielle samarbejdspartnere, kunder og lignende med interesse i de økonomiske tal.
- Man har rapporteret under en anden overskrift – sociale nøgletal og oplysninger om miljøforhold har været i ledelsesberetningen og den supplerende beretning. Forskellen er, at man nu rapporterer bredere under overskriften CSR.
- Man har betragtet samfundsansvar som en naturlig del af forretningen. Rapportering kan nemt tage karakter af greenwashing. Det handler om troværdighed og handlinger.
- Man har kommunikeret i andre sammenhænge end årsrapporten, såsom i medierne, ved kontakt med kunder og investorer, gennem leverandørstandarder og lignende. Man mente ikke, at det var relevant at formidle i årsrapporten; det ville ikke give merværdi.
- Man har koncentreret sig om historier til pressen og til brug ift. medarbejder-branding.

## Rapporteringsprocessen

Det er meget individuelt hvor mange arbejdstimer virksomhederne har brugt på at udarbejde rapporteringen - det spænder fra et par timer og opefter. De fleste af virksomhederne har konsulteret deres revisor for at få en fornemmelse af lovkravets omfang og rammerne for rapporteringen. To virksomheder svarer, at de har modtaget konsulenthjælp fra deres revisor i forhold til at forbedre og udvikle målepunkter for samfundsansvar.

Arbejdet har typisk været forankret meget decentralt og der er derfor også stor spredning i hvilken afdeling eller funktion, der har haft ansvaret for at udarbejde redegørelsen:

- Direktionen og bestyrelsen har godkendt CSR-rapporteringen. Men værdierne er blevet udarbejdet med input fra hele organisationen.
- Miljø- og økonomiafdelingerne.
- Økonomidirektøren har haft ansvaret for selve rapporteringen og både HR-afdelingen og den tekniske afdeling for at levere input.
- Selve ansvaret for årsrapporteringen ligger hos marketingafdelingen, men økonomiafdelingen har leveret input til rapporteringen af samfundssvar.
- Det har været en decentral proces, men det første år har HR & kommunikationsafdelingen haft ansvaret for at implementere et system til rapporteringen.

Typisk er det kun 1-3 medarbejdere i de respektive afdelinger, der har været ansvarlige for rapporteringsarbejdet.

Virksomhederne har i høj grad hentet inspiration hos andre virksomheder og i Global Compact. Nogle af virksomhederne fremhæver dog, at internationale principper for samfundsansvar ikke har været relevante for deres virkelighed som en lokal forankret virksomhed.

Syv af de ti virksomheder svarer, at de har brugt Erhvervs- og Selskabsstyrelsens vejledning "Redegørelse for samfundsansvar – praktisk vejledning og inspiration" som udgangspunkt for deres rapportering. Vejledningen har været et redskab i forhold til at forstå lovens omfang.

Langt de fleste af virksomhederne har brugt allerede tilgængelige data til rapporteringen af samfundsansvar. En virksomhed giver som eksempel, at de har brugt tilgængelige forretningsdata fra forskellige IT-systemer omkring miljø- og sociale nøgletal, der er tilvejebragt af økonomiafdelingen. En anden har benyttet data vedrørende miljø og arbejdstagerrettigheder fra kvalitetsstyringssystemer, men har valgt kun at rapportere på projekt-niveau.

Kun to virksomheder har som konsekvens af rapporteringen indsamlet nye data. En enkelt virksomhed har dog optimeret den måde den allerede indsamler data i kvalitetsstyringssystemer, således at den får målepunkter der er relevante for kommunikationen af CSR.

Overordnet ser de interviewede virksomheder § 99a rapporteringen, dvs. rapportering i årsrapporten, som positiv i sammenligning men anden form for CSR-kommunikation. I svarene fremhæves det bl.a.:

- At det er en god kommunikationskanal til finansielle samarbejdspartnere.

- At årsrapporten har den fordel, at det er et central dokument for virksomheden og deraf har stor betydning for den strategiske kommunikation. Ulempen er dog, at den traditionelt bliver skrevet med det formål at formidle økonomiske resultater, hvorfor det er en udfordring at formidle 'bløde værdier' her.
- At årsrapporten er et udmærket medie, da det er et centralt dokument for virksomheden.
- At årsrapporten rammer nogle bestemte målgrupper og at det også her er relevant at rapportere ikke-finansielle resultater.
- At man ikke ser den store merværdi i at benytte årsrapporten som platform for denne kommunikation, idet den eksisterende kommunikation i relevante sammenhænge opfattes som den optimale kommunikationsform.

Alle virksomhederne svarer, at de på nuværende tidspunkt ikke har en kommunikationsplan specifikt for CSR. I flere af virksomhederne indgår CSR-kommunikationen i den overordnede kommunikationsplan og hos enkelte er en specifik CSR-kommunikationsplan under udarbejdelse.

Fire af virksomhederne har en CSR-strategi og en enkelt er ved at udarbejde en formel CSR-strategi. I forlængelse heraf svarer disse virksomheder, at CSR-strategien er integreret med forretningsstrategien. Samtlige virksomheder oplyser dog, at deres bestyrelser har godkendt deres arbejde med samfundsansvar og rapporteringen heraf. Få af virksomhederne fremhæver, at bestyrelsen aktivt engagerer sig i CSR-arbejdet.

### Erfaringer med lovkravet

Et par af virksomhederne oplyser, at de ikke har oplevet nogen udfordringer i forholdelse med arbejdet med at rapportere samfundsansvar, idet det er en naturlig del af deres arbejde. Blandt de resterende virksomheder fremhæves følgende som have været en udfordring:

- At håndtere store datamængder og at sikre dataenes validitet.
- At få kommunikeret det rigtige.
- At få folk til at tænke på det også selvom det er forankret i virksomheden, idet det er en ekstra opgave.
- At det skal være værdiskabende kommunikation og at processen ikke kun går op i bureaukrati.

I forhold til om virksomhederne har oplevet organisatoriske udfordringer, er virksomhederne delte. 50 % svarer at de ikke har oplevet nogen, mens de øvrige fremhæver ressourcebegrænsninger samt det at få engageret de rette personer som have været de største organisatoriske udfordringer.

En enkelt virksomhed har oplevet at lovkravet har givet nye forretningsmuligheder i kraft af, at virksomheden kan profilere sig på samfundsansvar. En anden virksomhed oplyser at lovkravet indirekte har skabt forretningsmuligheder, idet det har skabt større fokus på bæredygtighed. De resterende virksomheder har ikke oplevet nye forretningsmuligheder.

Vandene deler sig i forhold til, hvorvidt lovkravet har givet anledning til at arbejdet med CSR er blevet mere systematiseret eller har skabt et overblik. Virksomhederne er delt på midten i forhold til ja og nej svar og

nogle fremhæver, at det er svært at vurdere, da man har arbejdet med samfundsansvar i mange år, men at man automatisk systematiserer når man får noget ned på skrift.

Alle virksomheder forventer, at den fremtidige rapportering vil blive på samme niveau og nogle få overvejer at udvide rapporteringen.

Interviewpersonerne har følgende gode råd til virksomheder, der skal rapportere om samfundsansvar for første gang:

- "De vil skulle starte med at køre en proces igennem og få afdækket hvad de egentlige værdier er i virksomheden. Herefter tilpasses rapporteringen til lovkravene og det man gerne vil kommunikere."
- "De skal indsamle information fra nøgleinteressenter og orientere sig i forhold til relevante vejledninger"
- At de skal "tage meget udgangspunkt i, hvad de er for en type virksomhed. Fordi hvis man går ind og kigger på alle de globale måder at gøre det på, så er der et væld af muligheder, og så tror jeg det er vigtigt at man gør sig klart, hvad kernen i ens virksomheder og forretning er, og så lave en god ramme for, hvad man skal fokusere på som virksomhed, og gøre det forretningsdrevet også."
- At "gøre det med sund fornuft og jordforbindelse, for man kan nemt gå i selvsving over hvor god man er til at gøre et eller andet. Rapporteringen kan nemt blive for frelst."
- "Systematiser det så meget som muligt. At starte analysen fra bunden af - hvorfor er det man gør det her og hvad skal det føre til. Så tror jeg man får meget mere gavn af det og får det koblet meget bedre på forretningen, end hvis man gør det fordi man synes, at nu skal vi også gøre noget, lige som alle de andre gør."
- At "de selvfølgelig skal starte i god tid. Hvis man skal rapportere i maj, skal man ikke starte i april. Så få det på banen på et meget tidligt tidspunkt og få bestyrelse og ledelsesgruppe aktiveret omkring det. Det viser sig at i mange organisationer, herunder vores, der findes systemer og tiltag som gør at man rent faktisk arbejder mere med samfundsansvar end man rent faktisk går og tror."
- "Easy does it. Altså virkelig tage det nedefra og op. Det kommer selvfølgelig an på hvem man er, men nu er vi en forholdsvis lille biks. Og hvis man er det, så skal man tage det roligt og langsom og sørge for at det kommer nedefra og op snarere end oppefra og ned. Fordi jeg tror det er dødfødt at komme med en konsulent der er ansat af ledelsen der har et system man bare sætter ind i og wupti kommer der en rapport ud i den anden ende. Man får ikke de fordele man skal have."
- "Man skal være ærlig i rapporteringen. Men arbejdet med samfundsansvar handler om det man gør og ikke kun om at rapportere."
- De vil skulle "arbejde og styrke de her områder inden for miljø, kvalitet og arbejdsmiljø. Jeg vil råde virksomheder til at arbejde systematisk med det her område i form af ISO-certificeringer, så man kan få noget kvalitet i det. Og så kan de søge inspiration hos os i vores koncernrapport."
- "De skal rapportere de ting de gør og så reflektere over det."

## Appendiks 1: Interviewguide

### §99a – undersøgelse: Interviewguide, førstegangsrapporterende virksomheder

#### A. Indledende spørgsmål

1. Hvad er din stilling?
2. Hvor længe har I arbejdet med samfundsansvar? Hvordan – forklar.
3. Hvad er grunden til, at I ikke har rapporteret om jeres arbejde med samfundsansvar før lovkravet?
4. Har I udarbejdet CSR redegørelsen pga. loven eller ville I have gjort det alligevel?

#### B. Rapporteringsprocessen

5. Hvor mange arbejdstimer har I ca. anvendt på udarbejdelsen af rapporteringen?
6. Har I fået hjælp udefra? Af Hvem?
7. Hvilken funktion/afdeling har udarbejdet redegørelse? Hvad var begrundelsen for at placere ansvaret her?
8. Hvor mange medarbejdere har afdelingen?
9. Har I fået inspiration til jeres ansvarlighedsrapportering ved at undersøge hvad andre virksomheder gør, eller ved at se på internationale principper for CSR?
10. Har I brugt Erhvervs- og Selskabsstyrelsens vejledning "Redegørelse for samfundsansvar – praktisk vejledning og inspiration" som udgangspunkt for jeres rapportering?
11. I hvilken udstrækning har I brugt data/informationer allerede tilgængelige i organisationen? Hvilke?
12. Har I som konsekvens af rapporteringen indsamlet nye data? (Fx virksomhedens CO2 udledning, medarbejdertilfredshed). Hvilke? Har I planer herom i fremtiden?
13. Hvordan ser I § 99a rapportering (ledelsesberetning) i sammenligning men anden form for CSR kommunikation? Fx en selvstændig CSR-rapport, hjemmeside, mærkning, reklamer eller andet.
14. Har I udarbejdet en samlet plan for CSR kommunikation? Har I planer herom?
15. Har I udarbejdet en CSR strategi?
16. Er jeres CSR strategi integreret med jeres forretningsstrategi?
17. Har jeres bestyrelse godkendt jeres CSR-arbejde og ambitionsniveau?

#### C. Erfaringer med lovkravet

18. Hvad har været den største udfordring i arbejdet? Fx politikker, handlinger, effektmåling, fremskaffelse af data eller andet?
19. Hvad har de største organisatoriske udfordringer været? Forståelse i organisationen, ressourcer tid, penge, opbakning i bestyrelsen direktionen?
20. Har lovkravet givet jer nogen muligheder rent forretningsmæssigt? Fx at I kan profilere jer på samfundsansvar?
21. Har lovkravet givet anledning til at arbejdet med CSR er påbegyndt, arbejdet er blevet mere systematiseret, skabt et overblik.
22. Hvilke planer har I for den fremtidige rapportering? Samme niveau, mindre eller mere?
23. Hvis du skulle give et godt råd til en virksomhed, der skal i gang med at rapportere hvad ville du så råde dem til?