

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

– praktisk vejledning & inspiration

Indholdsfortegnelse

Introduktion	3
Hvordan kan vejledningen bruges	8
Del 1: Hvordan opfylder virksomheden lovkravet?	10
1.1 Hvem skal redegøre?	10
1.2 Hvad skal der redegøres om?	11
1.3 På hvilket sprog skal der redegøres?	12
1.4 Hvor skal redegørelsen placeres?	12
1.5 Hvilke krav er der til revisors udtalelse i relation til virksomhedens redegørelse for samfundsansvar?	14
1.6 Sådan skal lovkravet efterleves	15
1.6.1 Præcisering af lovkravets bestemmelser	16
1.6.2 Gode råd til efterlevelse af lovkravet	19
Del 2: Gode råd til redegørelse for samfundsansvar	20
2.1 Anbefalinger til redegørelsen – trin for trin	20
2.1.1 Trin 1: Før udarbejdelse af redegørelsen	20
2.1.2 Trin 2: Udarbejdelse af redegørelsen	24
2.1.3 Trin 3: Offentliggørelse af redegørelsen	28
2.2 Overblik over internationale standarder & principper for redegørelse om samfundsansvar	29
2.2.1 Global Compact fremskridtsrapport	30
2.2.2 Global Reporting Initiative (GRI)	32
2.2.3 AA1000	33
2.2.4 Kobling mellem Global Compact & GRI	34
2.2.5 Kobling mellem GRI & AA1000	35
Del 3: Hvordan kan vi arbejde med forretningsdrevet samfundsansvar?	36
3.1 Hvad er forretningsdrevet samfundsansvar?	36
3.2 Dilemmaer i arbejdet med forretningsdrevet samfundsansvar	39
3.3 Oversigt over mulige aktiviteter i arbejdet med forretningsdrevet samfundsansvar	40
3.4 Internationale principper for samfundsansvar	42
3.4.1 FN's Global Compact	42
3.4.2 FN's Principper for ansvarlige investeringer (PRI)	43
3.4.3 OECD's Retningslinjer for Multinationale Virksomheder	45
3.5 Internationale standarder for samfundsansvar	46
3.5.1 ISO 26000	46
3.5.2 ISO 14001	46
3.5.3 EMAS-miljøledelsesordning	46
3.5.4 OHSAS 18001	46
3.5.5 SA 8000	47
3.6 Værktøjer til samfundsansvar	47
3.6.1 Overskud med Omtanke	47
3.6.2 CSR Kompasset	47
3.6.3 Klimakompasset	47
3.6.4 IdéKompasset	47
3.6.5 KommunikationsKompasset	48
3.6.6 GoCSR	48
3.6.7 Global Compact Self Assessment Tool	48
3.6.8 GHG-protokollen	48
3.6.9 Human Right Compliance Assessment – Quick Check	49
3.6.10 Det Sociale Indeks	49
3.6.11 Bæredygtige indkøb	49
3.6.12 The Business Principles for Countering Bribery	50
Kilder	51

Introduktion

Formålet med denne vejledning er at støtte og vejlede danske virksomheder i arbejdet med at redegøre for samfundsansvar. Vejledningen skal sikre, at det bliver så overskueligt som muligt for virksomhederne at leve op til lovkravet om redegørelse for samfundsansvar i virksomheders årsrapport, jf. lov nr. 1403 af 27. december 2008.

Vejledningen er opdelt i tre dele:

Del 1: beskriver, hvordan man som virksomhed kan opfylde lovens krav om redegørelse for samfundsansvar.

Del 2: giver gode råd til hvordan man kan redegøre for sit samfundsansvar.

Del 3: introducerer hvordan man som virksomhed kan arbejde med forretningsdrevet samfundsansvar. Del 3 giver også et overblik over konkrete værktøjer man kan bruge til at komme i gang med arbejdet.

Del 1 er en vejledning, der skal lette fortolkningen til loven. Delene 2 og 3 er inspiration og gode råd til, hvordan virksomhederne i øvrigt kan redegøre for deres samfundsansvar og går ud over lovens krav.

Lov om redegørelse for samfundsansvar

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.

Med lovændringen er det blevet et krav, 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 vedrørende arbejdet med samfundsansvar:

- Hvilke politikker virksomheden har for samfundsansvar
- Hvordan virksomheden omsætter 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, at virksomheder *frivilligt* integrerer hensyn til blandt andet menneskerettigheder, sociale forhold, miljø- og klimamæssige forhold samt bekæmpelse af korruption i deres forretningsstrategi og forretningsaktiviteter (Lov om redegørelse for samfundsansvar, 2008).¹

Virksomhedernes arbejde med samfundsansvar er frivilligt. 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, endsi­ge at arbejde med samfundsansvar i det hele taget. Lovens­skal 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.

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.

Baggrund for loven: Nye muligheder for danske virksomheder

Virksomheders samfundsansvar har efterhånden været på dagsordenen i mange år. Globaliseringen har givet danske virksomheder bedre muligheder for at drive global forretning. Men globaliseringen rejser – og synliggør – også en række udfordringer. Det er en fælles udfordring at sikre, at de fattige lande får del i den globale udvikling, og at der opnås forbedrede sociale vilkår og arbejdsforhold i disse lande. Det er en fælles udfordring at løse de grænseoverskridende miljø- og klimaproblemer og at få bekæmpet den internationale kriminalitet og terrorisme. Og det er en fælles udfordring yderligere at fremme overholdelsen af menneskerettigheder overalt i verden.

Udfordringerne kan imidlertid ikke imødekommes af regeringer alene, men kræver et samarbejde mellem forskellige aktører i samfundet. Ikke mindst virksomhederne spiller en central rolle med hensyn til at bidrage til løsninger på samfundsmæssige udfordringer. Virksomhederne kan med deres markedskendskab, fleksibilitet og innovationskraft hurtigt og målrettet medvirke til at finde løsninger på globale udfordringer i en lokal kontekst.

Virksomhederne kan ofte være med til at udfylde det rum, hvor der (endnu) ikke findes regler, eller hvor disse ikke håndhæves effektivt i praksis. Det kan for eksempel ske i form af krav til en udenlandsk leverandør om overholdelse af grundlæggende miljøkrav eller arbejdstager- og menneskerettigheder.

¹ Denne definition af virksomheders samfundsansvar lægger sig desuden tæt op ad EU's definition af samfundsansvar som "a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis" (EU-Kommissionens hjemmeside, maj 2009).

>> Vi arbejder med CSR, fordi vi mener, at det giver god forretningsmæssig mening. Det hjælper os med at tiltrække og fastholde investorer, kunder og medarbejdere. CSR-rapporten er en af de kommunikationskanaler, vi anvender for at fortælle om vores indsats.*

Anne Søgaard Melchiorson, CSR Manager, Danske Bank.
(Sustainability Quarterly aug. 2008, s. 7)

* For at se hele artiklen [klik her](#)

I dag møder 6 ud af 10 danske virksomheder krav fra deres kunder om at udvise samfundsansvar. Erhvervs-kunder og investorer stiller krav til virksomheders håndtering af menneskerettigheder, miljøbeskyttelse, klimaansvar og korrupsion. Medarbejdere forventer, at deres arbejdsplads udviser samfundsansvar, og forbrugere fokuserer mere og mere på bæredygtighed, når de køber ind. En lang række af virksomheders interessenter stiller altså krav til virksomhederne, og gennem markeds kræfterne bliver virksomhederne tvunget til at tage aktiv stilling til samfundsansvar (Dansk Erhverv 2007)².

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).

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*.

Ideen om "forretningsdrevet samfundsansvar" bliver også mere og mere udbredt. Heri ligger, at virksomheden skal søge at kombinere ansvarlighed med dens kerneforretning. For en producent af brændeovne vil det for eksempel være særligt hensigtsmæssigt at fokusere på udvikling af miljøvenlige og energieffektive brændeovne, fordi det både kan være til gavn for virksomhedens konkurrenceevne og for samfundet i øvrigt. Men jernmalmen til ovnene skal selvfølgelig ikke være hentet op af jorden af tvangsarbejdere eller børn.

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

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 at 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. Man kan sige at virksomheder, som arbejder med samfundsansvar uden at redegøre for det til sine interessenter, har en skjult værdi i virksomheden. Ved at redegøre, kan denne

² Undersøgelsen er foretaget blandt Dansk Erhvervs medlemmer.

>> Vi bruger det [redegørelse om samfundsansvar] som en mulighed for at kommunikere NORDENs holdning til vigtige emner som klima og menneskerettigheder til vores eksterne interessenter(…) Vores kunder har også vist interesse, særligt i klimaudfordringen, men indtil videre retter vi primært vores klimakommunikation mod investorerne.*

Peter Sand, senior analyst i D/S NORDEN.
(Sustainability Quarterly aug. 2008, s. 6).

* For at se hele artiklen [klik her](#)

værdi bringes frem i lyset og blive et aktiv for virksomheden. Lovkravet om redegørelse for samfundsansvar er tilknyttet årsrapporten, fordi det kan støtte regnskabsbrugerne i deres økonomiske beslutninger.

Mange virksomheder afholder sig muligvis fra at fortælle om deres samfundsansvar, fordi de er bange for at gøre sig selv til genstand for opmærksomhed fra pressen og NGO'ers side. Derfor er det selvfølgelig vigtigt, at virksomhederne kan stå inde for de oplysninger, de giver i redegørelsen. Arbejdet med samfundsansvar er ofte forbundet med dilemmaer, der er komplekse og indeholder mange facetter. Hvordan skal en virksomhed for eksempel forholde sig til børnearbejde hos underleverandører i 3. verdenslande?

Så længe virksomhederne derfor forholder sig til de problemstillinger de møder, og fortæller åbent om overvejelserne bag en given handling, vil der ofte være en anerkendelse af at ikke alt er perfekt fra dag ét. Det væsentlige er at virksomheden er indstillet på at arbejde for en forbedring af problematiske forhold, og at virksomhedens arbejde med samfundsansvar er en løbende, fremadskridende proces, hvor virksomheden gradvist udbygger sin indsats.

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 velkvalificerede 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.
- 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.

>> I begyndelsen synes jeg ærligt talt, at det var noget besværligt og unødvendigt. Men da vi var færdige med arbejdet med CSR-rapporten, havde det bidraget til, at vi havde meget mere systematik i tingene og fokus på det vigtigste.*

Bjørn Albinus, adm. direktør, Cheminova.
(Sustainability Quarterly marts 2008, s. 9)

* For at se hele artiklen [klik her](#)

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 for samfundsansvar kan mere end opveje omkostningerne, hvis arbejdet gribes velovervejet an.

Hvordan kan vejledningen bruges

Vejledningen er struktureret i tre dele:

Del 1: Hvordan opfylder virksomheden lovkravet?

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.

Del 2: Gode råd til redegørelse om samfundsansvar

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

Derudover giver denne del også en introduktion til redegørelse om samfundsansvar ved hjælp af tre forskellige internationale retningslinjer og værktøjer; FN's Global Compact, Global Reporting Initiative (GRI) og AA1000.

Del 3: Hvordan kan vi arbejde med 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. I denne del introduceres virksomheder til, hvordan man kan arbejde strategisk med samfundsansvar.

Det er tanken, at enhver virksomhed skal kunne finde brugbar og relevant information i vejledningen. Derfor indeholder vejledningen både information til virksomheder, der ikke tidligere har arbejdet målrettet med samfundsansvar, men også til virksomheder der allerede har arbejdet med samfundsansvar, og som eventuelt også har redegjort herfor, men som ønsker at udvikle sig.

Virksomhederne kan inddeles i følgende tre grupper alt efter hvor langt de er nået i arbejdet med samfundsansvar:

1. Virksomheder som ikke arbejder med samfundsansvar, og som derfor ikke har noget at redegøre for.
2. Virksomheder som arbejder med samfundsansvar, men som ikke redegør for deres arbejde.
3. Virksomheder som arbejder med samfundsansvar, og som desuden redegør for dette arbejde.

Nedenstående skemaer giver et overblik over, hvordan virksomheder med forskellige udgangspunkter kan bruge vejledningen. Når man som virksomhed har identificeret sin situation og behov, kan skemaerne give indsigt i, hvordan man kan komme videre i sit arbejde og hvor i vejledningen, man kan finde hjælp.

Oversigt over brug af vejledningen

Virksomhedens situation	Virksomhedens behov	Hvordan kan man komme videre?
Har ingen politikker for samfundsansvar og ingen aktiviteter på området	Ønsker ikke at redegøre	Skriv i ledelsesberetningen, at virksomheden ikke har politikker for samfundsansvar
Har ingen politikker for samfundsansvar, men har isolerede aktiviteter på området	Ønsker først at redegøre, når virksomheden har udarbejdet politikker	Skriv i ledelsesberetningen, at virksomheden pt. ingen politikker har, men har intentioner om at udarbejde en
	Ønsker at udarbejde politikker og redegørelse med det samme	Hent inspiration til udarbejdelse af politikker for samfundsansvar (se del 3)
		Få gode råd til, hvordan man kan gribe redegørelsesprocessen an – fra opstartsfasen til offentliggørelsen (se del 2)
Har politikker for samfundsansvar og isolerede aktiviteter på området		Se konkrete eksempler på, hvordan man kan redegøre for de tre elementer i lovkravet (afsnit 1.7)
		Få gode råd til, hvordan man kan gribe redegørelsesprocessen an – fra opstartsfasen til offentliggørelsen (se del 2)
Virksomheden redegør allerede for samfundsansvar ud fra virksomhedens politikker for samfundsansvar	Bedre prioritering af temaer/indikatorer	Se konkrete eksempler på, hvordan man kan redegøre for de tre elementer i lovkravet (afsnit 1.7)
		Få gode råd til, hvordan man vælger indikatorer (afsnit 2.1.2)
	Bedre formidling af temaer/indikatorer	Læs om værktøjet AA1000, som kan anvendes til at inddrage interessenter i redegørelsesprocessen (afsnit 2.2.3)
		Få gode råd til formidling (afsnit 2.1.2)
	Øget anvendelighed af redegørelsen blandt virksomhedens interessenter	Få gode råd til, hvad forskellige interessentgrupper typisk efterspørger (afsnit 2.1.1)
		Få gode råd til, hvilke interne og eksterne kanaler man kan anvende for at udbrede sin redegørelse (afsnit 2.1.3)
	Øget kvantificering af temaer/indikatorer	Læs om værktøjet AA1000, som kan anvendes til at inddrage interessenter i processen med arbejdet og redegørelsen (afsnit 2.2.3)
		Læs om Klimakompasset, som kan anvendes til at beregne virksomhedens CO ₂ -udledning (afsnit 3.6.3)
	Bedre intern proces omkring redegørelsen	Læs om, hvordan man udarbejder redegørelsen i henhold til Global Reporting Initiative's indikatorer for økonomi, miljø og sociale forhold (afsnit 2.2.2)
		Få gode råd til, hvordan man organisatorisk forankrer redegørelsesarbejdet (afsnit 2.1.1)
	Øget international anerkendelse/ anvendelse af redegørelsen	Få gode råd til, hvordan man involverer de forskellige dele af organisationen i redegørelsesarbejdet (afsnit 2.1.2)
		Læs om FN's Global Compact fremskridtsredgørelse (afsnit 2.2.1)
Kvalitetssikring af redegørelsen	Læs om, hvordan man udarbejder en redegørelse i henhold til Global Reporting Initiative's indikatorer for økonomi, miljø og sociale forhold (afsnit 2.2.3)	
	Se eksempler på, hvordan man kan udarbejde en redegørelse, der kobler Global Compact og GRI (link til rapport)	
		Læs om hvilke muligheder der er for at få verificering på redegørelsen (afsnit 2.1.2)

DEL 1: Hvordan opfylder virksomheden lovkravet?

1.1 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.

Store virksomheder i regnskabsklasse C er virksomheder, som overskrider mindst to af nedenstående tre størrelsesgrænser:

- En balancesum på 143 mio. kr.
- En nettoomsætning på 286 mio. kr.
- Et gennemsnit antal heltidsbeskæftigede på 250.

Disse tre størrelsesgrænser gælder for den enkelte virksomhed, ikke for hele koncernen. De oplyste størrelsesgrænser følger af årsregnskabslovens § 7.

Regnskabsklasse D omfatter virksomheder, der har værdipapirer optaget til handel på et reguleret marked i et EU/EØS land og statslige aktieselskaber.

Det er virksomhedernes egen opgave at gøre sig klart, hvilken regnskabsklasse de tilhører. Hvilken regnskabsklasse man som virksomhed tilhører, har flere steder i årsregnskabsloven betydning for, hvorvidt man er omfattet af et oplysningskrav.

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. Der kan her både være tale om, at redegørelsen gives af den umiddelbare overliggende modervirksomhed eller en højereliggende modervirksomhed. I denne situation er det frivilligt for dattervirksomheden, om den vil henvise til redegørelsen i modervirksomhedens koncernregnskab. Det er ligeledes frivilligt for dattervirksomheden, om den vil vedlægge koncernregnskabet, hvori redegørelsen indgår.

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 eller i en supplerende beretning eller på virksomhedens hjemmeside.

Institutionelle investorer, investeringsforeninger og børsnoterede finansielle virksomheder skal også oplyse om deres samfundsansvar. Det følger af § 132, i bek. nr. 1310 af 16/12 2008, § 135 i bek. nr. 1305 af 16/12 2008 og § 24 i bek. nr. 1307 af 16/12 2008.

Virksomheder, der har tilsluttet sig FN's Global Compact eller de FN-støttede Principles for Responsible Investment (PRI), og som offentliggør en fremskridtsrapport (til Global Compact) eller et udfyldt spørgeskema (til PRI) i forbindelse hermed, er fritaget for pligten til at udarbejde en redegørelse for samfundsansvar. For at kunne anvende undtagelsen skal virksomheden have offentliggjort en fremskridtsrapport eller et udfyldt spørgeskema, som dækker det pågældende regnskabsår. Fremskridtsrapporten til Global Compact skal være i overensstemmelse med FN's anbefalinger til fremskridtsrapportens indhold.

Ønsker virksomheden at anvende denne undtagelse, skal virksomheden oplyse i ledelsesberetningen, at den anvender denne undtagelse. Desuden skal det tydeligt fremgå af ledelsesberetningen, hvor fremskridtsrapporten er offentlig tilgængelig.

For virksomheder, som rapporterer til FN's Global Compact, er fremskridtsrapporten tilgængelig på Global Compact's hjemmeside. I ledelsesberetningen kan der eksempelvis henvises til virksomhedens egen hjemmeside, hvor der er anført et link til en offentliggjort fremskridtsrapport på Global Compact's hjemmeside.

1.2 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 korruption i deres forretningsstrategi og forretningsaktiviteter. Det er således frivilligt for virksomhederne, om de vil arbejde med samfundsansvar på et eller flere af de nævnte områder, udover hvad de allerede er forpligtet til efter lovgivningen.

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).

¹ 1/3 af PRI-spørgeskemaerne bliver verificeret hvert år ved et timelangt telefonmøde med en PRI-medarbejder. Derved skal alle PRI-medlemmer hvert tredje år i dialog med PRI om deres besvarelse af spørgeskemaet. Spørgeskemaet er en del af PRIs årlige rapporterings- og vurderingskortlægning.

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.

Ovennævnte tre punkter svarer til FN's anbefalinger for, hvilke emner der bør indgå i en virksomheds redegørelse for samfundsansvar.

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. Ved udformningen af redegørelsen kan virksomhederne eksempelvis tage udgangspunkt i FN's principper for samfundsansvar, som de fremgår af FN's Global Compact. For uddybende information om Global Compact henvises til del 3 i vejledningen.

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

1.3 PÅ HVILKET SPROG SKAL DER REDEGØRES?

Redegørelsen skal være på samme sprog som de øvrige dele af årsrapporten, det vil sige på dansk, medmindre virksomheden er omfattet af indsendelsesbekendtgørelsens § 6, stk. 7 eller 8. De nævnte bestemmelser indeholder særlige sprogkrav til årsrapporten for visse børsnoterede virksomheder.

Der stilles ikke krav om, at fremskridtsrapporter skal være på dansk.

1.4 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.

Virksomheden kan dog vælge mellem yderligere to alternative offentliggørelsesmåder:

- i en supplerende beretning til årsrapporten eller
- på virksomhedens hjemmeside

hvertil der henvises i 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.

Offentliggøres redegørelsen på en hjemmeside, skal der i ledelsesberetningen oplyses et link til redegørelsen, så interessenterne let kan finde den. Redegørelsen skal være tilgængelig på det tidspunkt, hvor årsrapporten er tilgængelig for regnskabsbrugere.

Virksomheder, som udarbejder en selvstændig rapport om deres arbejde med samfundsansvar, kan tilføje denne som en supplerende beretning til årsrapporten eller offentliggøre den på virksomhedens hjemmeside. Rapporten, eksempelvis en bæredygtighedsrapport, skal dog opfylde kravene til redegørelsen i årsregnskabslovens § 99 a (omtalt i afsnit 1.2.).

Alle de lovpligtige oplysninger, som skal være indeholdt i redegørelsen efter årsregnskabslovens § 99 a (omtalt i afsnit 1.2.), skal offentliggøres samlet. Virksomheden kan derfor ikke placere nogle af de lovpligtige oplysninger i fx ledelsesberetningen med henvisning til, at resten af de lovpligtige oplysninger kan ses på virksomhedens hjemmeside. Det udelukker imidlertid ikke, at virksomheden kommer med en kortere, men samlet redegørelse i ledelsesberetningen og derefter henviser til uddybende dokumenter på fx hjemmesiden.

Virksomheder, der frivilligt udarbejder et grønt regnskab efter miljøbeskyttelseslovens regler herom, kan ligeledes henvise hertil i sin redegørelse for samfundsansvar, såfremt det grønne regnskab dækker det pågældende regnskabsår.

Hvis virksomheden er EMAS-certificeret, kan virksomheden henvise til EMAS-miljøredegørelsen, såfremt denne dækker det pågældende regnskabsår.

Hvis virksomheden har politikker for samfundsansvar, som den ikke redegør for i sit grønne regnskab eller EMAS-miljøredegørelse, er virksomheden forpligtet til at redegøre for disse på normal vis som følge af lovkravet om redegørelse for samfundsansvar.

Uanset at virksomheden placerer alle de lovpligtige oplysninger i ledelsesberetningen eller i en supplerende beretning til årsrapporten - og dermed opfylder oplysningspligten i årsregnskabslovens § 99 a - står det virksomheden frit for også at lægge yderligere oplysninger om samfundsansvar på virksomhedens hjemmeside.

Virksomheden bør også være opmærksom på, hvorvidt oplysningerne i redegørelsen er omfattet af de børsretlige regler.

Det er op til den enkelte virksomhed at afgøre, hvilken af offentliggørelsesmåderne efter årsregnskabsloven, den ønsker anvendt. Derved kan virksomhederne vælge offentliggørelsesmåde under hensyntagen til virksomhedens generelle kommunikationsstrategi i forhold til virksomhedens interessenter. Mere information om dette kan findes i vejledningens del 2.

Det er ledelsens ansvar, at oplysningerne og offentliggørelsen heraf er i overensstemmelse med lovgivningens krav. Det gælder uanset, hvilken offentliggørelsesmåde virksomheden vælger.

Erhvervs- og Selskabsstyrelsen fastsætter nærmere regler om offentliggørelse af redegørelser for samfundsansvar i supplerende beretninger og på virksomheders hjemmesider. Bekendtgørelsen indeholder bl.a. regler om, hvornår og hvor længe redegørelsen skal være tilgængelig på hjemmesiden, og om opdatering af oplysningerne på hjemmesiden.

1.5 HVILKE KRAV ER DER TIL REVISORS UDTALELSE I RELATION TIL VIRKSOMHEDENS REDEGØRELSE FOR SAMFUNDSANSVAR?

Revisor skal i henhold til årsregnskabslovens § 135, stk. 5 afgive en udtalelse om, hvorvidt oplysningerne i ledelsesberetningen er i overensstemmelse med årsregnskabet og et eventuelt koncernregnskab.

Revisors udtalelse om ledelsesberetningen omfatter ledelsens redegørelse for samfundsansvar. Det fremgår af "Bekendtgørelse om godkendte revisorers erklæringer" (erklæringsbekendtgørelsen § 5, stk. 7), at revisors udtalelse bl.a. skal omfatte en beskrivelse af væsentlige fejl og mangler i den af ledelsen udarbejdede ledelsesberetning, som revisor måtte blive opmærksom på. Af vejledningen om bekendtgørelsen fremgår bl.a., at "Mangler kan bestå i, at der mangler en eller flere oplysninger, som lovgivningen kræver, der skal gives i ledelsesberetningen (...) Fejl kan bestå i, at de lovkrævede oplysninger til ledelsesberetningen ikke er opfyldt på korrekt vis. Konstateringen af eventuelle fejl og mangler sker på baggrund af en gennemlæsning af ledelsesberetningen. Det forudsættes, at revisor har kendskab til det regelgrundlag, der regulerer ledelsesberetningen, f.eks. kravene hertil i årsregnskabsloven (...)"

Dette gælder også, selvom redegørelsen for samfundsansvar offentliggøres uden for ledelsesberetningen, eksempelvis i en supplerende beretning til årsrapporten eller på virksomhedens hjemmeside. Ledelsesberetningen skal indeholde henvisning til og en identifikation af de dele, der måtte være placeret uden for ledelsesberetningen. Offentliggørelsesmåden er uden betydning i denne sammenhæng, jf. årsregnskabslovens § 135, stk. 5. Kravene til revisors gennemgang af oplysningerne er med andre ord de samme, som hvis oplysningerne placeres i ledelsesberetningen.

Erhvervs- og Selskabsstyrelsens officielle udmelding vedr. revisors pligter lyder således:

"Det betragtes som en væsentlig mangel, hvis en virksomhed slet ikke forholder sig til kravet i årsregnskabslovens § 99 a om redegørelse for samfundsansvar. Det samme gælder, hvis en virksomhed, som har en politik for samfundsansvar ikke forholder sig til alle tre dimensioner i lovkravet, eller når der ikke er konsistens mellem de tre dimensioner. Revisor skal, når der er tale om væsentlige mangler, medtage dette i sin udtalelse."

I "Bekendtgørelse om offentliggørelse af redegørelse for virksomhedsledelse og redegørelse for samfundsansvar på virksomhedens hjemmeside mv." er der fastsat nogle få yderligere pligter for revisor. Det drejer sig eksempelvis om pligt til at kontrollere, at ledelsesberetningen indeholder et link til den pågældende hjemmeside, hvis redegørelsen er offentliggjort på hjemmesiden.

Virksomheder, der har tilsluttet sig FN's Global Compact eller de FN-støttede Principles for Responsible Investment (PRI), og som offentliggør en fremskridtsrapport (til Global Compact) eller et udfyldt spørgeskema (til PRI) i forbindelse hermed, er som nævnt i afsnit 1.1 fritaget for pligten til at udarbejde en redegørelse for samfundsansvar efter årsregnskabslovens § 99 a.

Hvis virksomheden anvender denne undtagelsesmulighed, skal revisor påse, at virksomheden opfylder betingelsen for at anvende undtagelsen. Revisor påser dette ved at kontrollere, at der er udarbejdet en fremskridtsrapport for den pågældende periode, og at fremskridtsrapporten er offentlig tilgængelig som nævnt i afsnit 1.1. Endvidere skal revisor påse, at ledelsesberetningen indeholder korrekt oplysning om, hvor den pågældende rapport er offentlig tilgængelig. Revisor har ikke yderligere opgaver i forhold til den pågældende rapport.

Det kan dog være en god idé at få revisor til at afgive en uafhængig erklæring om redegørelsen og på den måde øge troværdigheden af oplysningerne over for regnskabsbrugerne.

1.6 SÅDAN SKAL LOVKRAVET EFTERLEVES

Erhvervs- og Selskabsstyrelsen gennemførte i 2010 i samarbejde med Copenhagen Business School og Foreningen af Statsautoriserede Revisorer en undersøgelse af virksomheders implementering af det nye lovkrav i deres 2009-årsrapporter.

Undersøgelsen viser bl.a., at lovkravet har medført, at 43 pct. af virksomhederne rapporterer for første gang om deres arbejde med samfundsansvar i årsrapporten. Endvidere har lovkravet givet anledning til, at nogle virksomheder er påbegyndt arbejdet med samfundsansvar, har øget deres fokus på området og har systematiseret deres arbejde.

Undersøgelsen viser dog også at en række virksomheder ikke opfylder lovens krav til, hvilke oplysninger der skal gives. 3 pct. af virksomhederne oplyser således slet ikke, hvorvidt de arbejder med samfundsansvar. Af de virksomheder, der oplyser om deres arbejde med samfundsansvar, redegør 31 pct. ikke for politikker, 40 pct. ikke for omsætning til handlinger og 63 pct. ikke for hvad der er opnået som følge af arbejdet. Disse tal illustrerer, at en hel del virksomheder ikke efterlever lovkravet. Erhvervs- og Selskabsstyrelsen vil derfor fra 2011 kontrollere både virksomheders efterlevelse af loven og revisorers efterlevelse af deres forpligtelser som led i styrelsens almindelige kontrol med regnskaber og revisorer.

Ledelsen aflægger årsrapporten og skal i henhold til årsregnskabslovens § 9, stk. 1 specifikt erklære, hvorvidt denne er aflagt i overensstemmelse med lovgivningens krav.

Dette omfatter naturligvis også kravene til oplysning om samfundsansvar i årsregnskabslovens § 99 a. Revisor, som påtegner regnskabet, har dog også et ansvar for at sikre fuldstændige oplysninger, jf. følgende:

Erhvervs- og Selskabsstyrelsens officielle udmelding vedr. revisors pligter lyder således:

"Det betragtes som en væsentlig mangel, hvis en virksomhed slet ikke forholder sig til kravet i årsregnskabslovens § 99 a om redegørelse for samfundsansvar. Det samme gælder, hvis en virksomhed, som har en politik for samfundsansvar ikke forholder sig til alle tre dimensioner i lovkravet, eller når der ikke er konsistens mellem de tre dimensioner. Revisor skal, når der er tale om væsentlige mangler, medtage dette i sin udtalelse."

Med henblik på at indskærpe hvilke oplysninger der skal gives efter lovens bestemmelser, præciseres disse i afsnit 1.6.1 nedenfor. Ydermere har erfaringerne fra undersøgelsen givet anledning til at fremhæve en række gode råd, som virksomheder med fordel kan benytte sig af. Disse er beskrevet i afsnit 1.6.2.

1.6.1 PRÆCISERING AF LOVKRAVETS BESTEMMELSER

Undersøgelsen peger på fire områder, hvor der i særlig grad er behov for præcisering:

- Oplysninger om eventuelle politikker
- Beskrivelse af politikkers indhold
- Rapportering på alle tre dimensioner i lovkravet
- Konsistens i rapporteringen

Virksomheder skal oplyse, hvorvidt de har formuleret politikker for samfundsansvar. Dette indebærer, at virksomheden enten skal oplyse, at den har politikker for samfundsansvar, og i så fald hvad der er hovedindholdet af disse politikker, eller også skal virksomheden oplyse at den ikke har politikker for samfundsansvar. Der stilles ikke krav om, at man skal begrunde et eventuelt fravalg af politikker.

Når der redegøres for politikker, er det ikke tilstrækkeligt at skrive, at man har politikker; man skal også beskrive hvad politikkerne indeholder. Der er ikke efter loven krav om, at virksomheden skal offentliggøre den fulde ordlyd af sådanne politikker, men ledelsesberetningen skal beskrive hovedindholdet af politikkerne. Hvis politikkerne ikke beskrives, er det ikke muligt for revisorer og interessenter at se sammenhængen mellem politikker, handlinger og hvad der er opnået. Såfremt politikkerne er under udarbejdelse eller endnu ikke er implementeret, skal dette angives.

Afgrænsningen af, hvornår politikker kan siges at vedrøre samfundsansvar følger de almindeligt kendte danske og internationale afgrænsninger heraf. Til hjælp her kan virksomheden eksempelvis benytte bemærkningerne til lovforslaget, nærværende vej-

ledning og www.samfundsansvar.dk, der giver forståelse for hvilke temaer, der er omfattet af loven. Årsregnskabsloven indeholder et væsentlighedskrav i § 13, stk. 1, nr. 3. I henhold til denne bestemmelse skal alle relevante forhold indgå, med mindre de er ubetydelige. Virksomheder kan med henvisning til denne bestemmelse undlade at oplyse om politikker for samfundsansvar m.v., som er uvæsentlige. Væsentlighedsvurderingen skal tage udgangspunkt i, om oplysningerne har betydning for regnskabsbrugernes beslutningstagen. Væsentlighedsvurderingen vil altid være konkret.

Hvis en virksomhed har en eller flere politikker for samfundsansvar, skal den rapportere på alle tre dimensioner i lovkravet, dvs. beskrive sine politikker, oplyse hvordan politikker omsættes til handlinger, samt vurdere hvad virksomheden har opnået som følge af arbejdet med samfundsansvar inkl. eventuelle forventninger til fremtiden.

For så vidt angår beskrivelsen af hvad der er opnået, kræver loven ikke, at virksomheder kvantificerer effekterne af deres indsats, og man kan således vælge at beskrive disse i kvalitative termer. Dog kan konkrete indikatorer virke mere overbevisende over for interessenterne. Såfremt en virksomhed ønsker at udnytte oplysningerne som udgangspunkt for markedsføringstiltag, skal man være opmærksom på, at der i Forbrugerombudsmandens kommende vejledning om etiske og miljømæssige påstande i markedsføringen optræder særlige krav til hvordan arbejdet med samfundsansvar bruges i markedsføringssammenhænge (jf. vejledningens afsnit om Erhvervsdrivendes profilering og opbygning af omdømme mv.). Hvis en virksomhed endnu ikke har konkrete effekter at rapportere om, skal dette angives. Har virksomheden forventninger til arbejdet med samfundsansvar fremover, skal disse angives.

Nedenfor findes et par eksempler på kvalitative beskrivelser af, hvad der er opnået som følge af arbejdet med samfundsansvar:

"I årets løb har vi arbejdet videre med at inddrage flere medarbejdere i de tanker, der ligger bag Code of Conduct, og tydeliggøre, hvad principperne indebærer for den enkelte medarbejders ansvar. Dette arbejde fortsætter vi med i de kommende år.

Til de største fremskridt på dette område i 2009 hører blandt andet forbedrede risikoanalyser for fødevarer sikkerhed, flere leverandørkontroller, nye værktøjer til dialog med andelshaverne i Danmark og Sverige, fortsatte miljø- og klimabesparende tiltag samt et fald i antallet af arbejdspladsulykker. Vi har også præsenteret en politik for vores stillingtagen i spørgsmål om brugen af ingrediensen palmeolie og har udfærdiget en erklæring, hvori vi tager afstand fra alle former for bestikkelse og upassende fordele. Fordelingen af ansvaret for bæredygtighedsspørgsmålene i vores øverste ledelse er også blevet videreudviklet og konkretiseret (...)"

Arla Foods årsrapport 2009, side 13

"De vigtigste STEP®-resultater i 2009 er:

(...)

- Opnåelse af Compostability Certificate for Hartmanns støbepapemballage
- Medunderskrift af Klimaerklæringen udarbejdet af RBE, Rådet for Bæredygtig Erhvervsudvikling. Her stiller rådets medlemmer skarpt på deres eget klimaarbejde og opfordrer til en større samfundsmæssig, international indsats
- Hartmann har været en aktiv part forud for COP15 og FNs Sign the Deal kampagne ved at tilkendegive sin støtte via FNs kampagne
- Fornyelse af alle relevante certifikater på alle europæiske fabrikker: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 og SA 8000"

Hartmanns årsrapport 2009, side 32 og 33

Der skal være konsistens mellem indholdet i de tre dimensioner. Hvis politikkerne eksempelvis vedrører emnerne miljø og anti-korruption, skal beskrivelsen af handlingerne og hvad der er opnået ligeledes vedrøre miljø og anti-korruption. Konsistens mellem indholdet i de tre dimensioner bidrager til at øge gennemsigtigheden af virksomhedens arbejde med samfundsansvar og kan dermed være til gavn for forskellige interessenter, i særdeleshed kunder og investorer. Nedenfor ses et eksempel på konsistens mellem de tre dimensioner:

Politikker:

"Vores arbejdsmiljøpolitik er at:

- sikre et sundt og godt arbejdsmiljø
- løbende forbedre arbejdsmiljøforholdene
- arbejde for rummelighed og sundhedsfremmende aktiviteter"

egetæppers CSR-rapport 2009/2010, side 12

Omsætning af politikker til handlinger:

"Vi er bevidste om det sociale ansvar, vi som virksomhed har over for vores ansatte, og vi ønsker, at egetæpper skal være en attraktiv arbejdsplads, hvor medarbejderne trives. Derfor er det en vigtig del af vores miljøpolitik at skabe et sikkert og sundt arbejdsmiljø for koncernens ansatte. Det gør vi blandt andet gennem arbejdsmiljøledelsessystemet DS/OHSAS 18001, som vi implementerede i Herning i 2006 og Gram og Vejle i 2008."

(...)

"Det er en overordnet målsætning at sikre et sundt og sikkert arbejdsmiljø gennem tæt samarbejde mellem virksomhedens ledelse og medarbejdere. Derfor arbejder vi i høj grad med medarbejderinvolvering. Vi har bl.a. et tværgående Miljø- og Sikkerhedsudvalg, der med jævne mellemrum undersøger og vurderer behovet for aktiviteter, som skal medvirke til at fremme medarbejdernes sundhed. Som eksempler kan nævnes rygestopkurser, ugentligt tilbud om fysioterapi på virksomheden, og i Herning har kantinen udvidet sit tilbud af sund og ernæringsrigtig mad. Dertil kom-

LINKS:

Yderligere rapporteringseksempler findes på www.samfundsansvar.dk

mer en række tværgående Miljø- og Sikkerhedsgrupper, der har til opgave at løse sikkerheds- og sundhedsmæssige opgaver indenfor den enkelte gruppes område."
egetæppers CSR-rapport 2009/2010, side 12

Hvad der er opnået som følge af arbejdet:

"Vi har et overordnet mål for koncernen om et maksimalt sygefravær på 4%, hvilket vi i år har indfriet med et sygefravær på 3,9%. Bedst går det i Gram, hvor sygefraværet er 3,3% og i Herning, hvor det er 3,8%. I Vejle ligger sygefraværet på 4,7%, hvilket er lidt over målsætningen. Set i sammenhæng har Vejle dog over de sidste 4 år nedbragt sygefraværet fra 8,4% til de nuværende 4,7%. Det er bl.a. sket ved hjælp af en ordning, hvor syge medarbejdere ringes op af en sygeplejerske, indførelse af løbende samtaler med syge medarbejdere og offentliggjorte sygefraværstal internt."

(...)

egetæppers CSR-rapport 2009/2010, side 14

1.6.2 GODE RÅD TIL EFTERLEVELSE AF LOVKRAVET

Som supplement til ovenstående præcisering af lovkravets bestemmelser, har undersøgelsen givet anledning til at fremhæve følgende gode råd i forbindelse med rapporteringen:

- Som led i beskrivelsen af hvordan politikker omsættes til handlinger, anbefales det, at man beskriver hvor og hvordan arbejdet er forankret i organisationen.
- Hvis man vælger at anvende indikatorer, anbefales det at anvende internationalt anerkendte indikatorer, eksempelvis Global Reporting Initiative (GRI), i stedet for egne indikatorer. Dette gør det nemmere for interessenter at sammenligne forskellige virksomheders rapportering om samfundsansvar.
- Hvis en virksomhed er fritaget fra lovkravet, fordi den er et datterselskab af et moderselskab, der oplyser om samfundsansvar for hele koncernen, anbefales det at angive dette tydeligt i årsrapporten. Herved undgår man, at læsere af årsrapporten muligvis antager, at virksomheden ikke arbejder med samfundsansvar.

DEL 2: Gode råd til redegørelse for samfundsansvar

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

Redegørelse for samfundsansvar skal ikke ses som et mål i sig selv, men snarere fungere som en del af en evalueringsproces i forbindelse med virksomhedens arbejde med samfundsansvar. Forud for processen med at redegøre for samfundsansvar, vil virksomheden ideelt set have foretaget en række strategiske valg af, hvilke områder det giver mest mening for virksomheden at arbejde med. Til inspiration for arbejdet med formulering af politikker for samfundsansvar og igangsættelse af aktiviteter, se del 3 af denne vejledning.

Når virksomheden har defineret, hvilke områder den vil arbejde med, vil virksomheden typisk udmønte sine strategier i en politik og igangsætte aktiviteter inden for rammerne af den beskrevne politik.

Til sidst i processen kan virksomheden med en redegørelse for samfundsansvar evaluere hele processen ved at samle strategi, politik og aktiviteter samt en vurdering af, hvad der er opnået, for at skabe overblik til brug for det fremtidige arbejde.

2.1 ANBEFALINGER TIL REDEGØRELSEN – TRIN FOR TRIN

Nedenfor findes en række anbefalinger til selve 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. Derfor er det vigtigt, at redegørelsen for samfundsansvar henvender sig målrettet til de interessenter, som den er tiltænkt.

2.1.1 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, målgruppe, omfang, formål og strategi til inddragelse af interessenter og metodeafklaring.

Formål & ambitioner

Hvilken funktion redegørelsen skal have, har en vis betydning for, hvor det er hensigtsmæssigt at placere redegørelsen. Hvilke områder der redegøres for, hvor redegørelse placeres, og hvem virksomheden ønsker at nå med sin redegørelse, skal altså overvejes under ét.

Lovkravet om redegørelse knytter sig til virksomhedens politikker for samfundsansvar. Virksomhedens politikker udtrykker typisk, hvilke områder virksomheden finder det mest relevant 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. Dermed sikres det både, at redegørelsen får værdi for virksomheden, og at virksomhedens redegørelse lever op til loven.

I vurderingen af hvordan der skal redegøres, bør virksomheden ligeledes tage udgangspunkt i målgruppen for redegørelsen. Det er med andre ord relevant at spørge, hvilken funktion redegørelsen skal have eksternt og internt:

Hvilken funktion er redegørelsen tænkt at have eksternt?

- Synliggøre virksomhedens indsats og hvad der er opnået over for interessenter, der stiller krav til virksomheden på området, eksempelvis investorer, kunder eller lokal-samfund?
- Belyse hvordan virksomheden håndterer risici?
- Forbedre virksomhedens omdømme for at tiltrække fremtidige medarbejdere?
- Medvirke til at signalere prioriteter for samfundsansvar til leverandører?
- Forbedre kendskabet til virksomhedens interessenter og deres behov?
- Kommunikere virksomhedens indsats til andre eksterne interessenter?

Hvilken funktion er redegørelsen tænkt at have internt?

- Kortlægge virksomhedens aktiviteter med samfundsansvar som led i en fokusering af indsatsen?
- Supplere et ledelsessystem, fx miljøledelse, for at systematisere virksomhedens arbejde med samfundsansvar yderligere?
- Højne medarbejdere og lederes opmærksomhed på virksomhedens arbejde med samfundsansvar?

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

Redegørelsen om samfundsansvar er grundlæggende blot én blandt flere måder, som virksomheden kommunikerer med sine interessenter på. Derfor afhænger redegørelsens succes i høj grad af, hvorvidt den leverer den information, som interessenterne efterspørger. Det vil med andre ord være en god idé, hvis arbejdet med redegørelsen om-

fatter en sikker identificering af og dialog med virksomhedens interessenter, for at af-dække deres forventninger til virksomheden på området. Dette er naturligvis en meget omfattende proces, særligt for en virksomhed der skal i gang med sin første redegørelse. Det er derfor 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.

Ved interessenter forstås de grupper af personer, som er påvirket af og/eller kan påvirke en virksomheds aktiviteter. Nogle interessenter kan således påvirke en virksomheds omdømme og finansielle resultat. Derfor kan det være nødvendigt, at virksomheden viser de enkelte interessentgrupper, hvordan man forholder sig til sit samfundsansvar. I den forbindelse er det vigtigt at være opmærksom på, at interessenterne ofte ikke udgør en homogen gruppe, men har forskellige interesser og dermed også forskellige informationsbehov.

Nedenfor er beskrevet en række typiske interessenter og deres behov i forbindelse med virksomhedens redegørelse for samfundsansvar.

- *Investorer og finansielle institutioner:* Ikke-finansielle performance-indikatorer tages i stigende grad med i betragtningen, når finansielle institutioner evaluerer virksomheder. Virksomheders bæredygtighed og ansvarlighed er blevet et stadig vigtigere kriterium, når investorer udvælger, hvilke virksomheder de ønsker at investere i. De er primært interesserede i virksomhedens overordnede strategi, virksomhedens risiko- og omdømmestyling, og hvordan virksomheden klarer sig i forhold til internationale konventioner, principper og standarder. Informationerne skal præsenteres på en sådan måde, at de finansielle investorer kan foretage sammenligninger mellem forskellige virksomheder – eksempelvis redegjort for ved brug af GRI's retningslinier.
- *Forretningspartnere:* Forretningspartnere inkluderer leverandører, kunder, joint venture-partnere osv. Disse interessenter benytter typisk CSR som en del af deres due diligence og er typisk interesserede i at vide, hvordan virksomheden forholder sig til områder såsom menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og god ledelse. Informationerne bør omfatte virksomheden selv, men også hvordan virksomheden håndterer principperne i forhold til andre aktører i de dele af værdikæden, som virksomheden har mulighed for at påvirke, fx kunder og leverandører.
- *Forbrugere:* Forbrugere er typisk interesserede i virksomhedens effekt på både den sociale, miljømæssige og finansielle bundlinje. Historisk har forbrugere haft en særlig interesse i information omkring produktsikkerhed, herunder effekten på sundhed, produktkvalitet, produktansvar og produktgaranti, produktudvikling samt beskrivelse af hvilke forhold produkterne er produceret under, herunder arbejdsforhold.
- *Medarbejdere:* Virksomhedens samfundsansvarlige initiativer er noget, som medarbejderne kan være stolte af, og som virksomheden derfor med fordel kan informere

om. Herudover har nuværende og fremtidige medarbejdere historisk set en interesse i en virksomheds lønforhold, virksomhedens strategi, jobmuligheder, arbejdsforhold, sundhed og sikkerhed, risikohåndtering samt personaleudviklingsmuligheder.

- *Lokalsamfundet:* Lokalsamfundets opbakning og støtte til virksomheden er vigtig, hvorfor virksomheden kan vinde meget ved at fremstå som samfundsansvarlig. Historisk set har lokalsamfundet vist særlig interesse i virksomhedens økonomiske udvikling, virksomhedens skattemæssige bidrag samt i hvilket omfang virksomheden skaber øget beskæftigelse i lokalområdet. Men interessen dækker ofte også håndtering af lokale sundheds- og sikkerhedsmæssige risici, miljøeffekter, samt virksomhedens håndtering af eventuelle klager over dens aktiviteter i lokalområdet.
- *NGO'er:* NGO'er (eller civilsamfundsorganisationer) anvender typisk redegørelse for samfundsansvar som basis for dialog med en virksomhed. De er ofte interesserede i en række forskellige områder, herunder menneskerettigheder, og arbejdstagerrettigheder, miljø, klima, anti-korruption, og økonomisk udvikling. De ønsker i særdeleshed information om virksomheders politikker og konkrete tiltag inden for de enkelte områder. Endvidere er NGO'er typisk interesserede i information, der kan sammenlignes med andre virksomheder.
- *Regeringer og statslige institutioner:* Statslige institutioner er interesserede i viden om, hvordan virksomheden overordnet set påtager sig ansvar i forhold til dens omgivende samfund, herunder hvilke konkrete initiativer virksomheden har taget. De bruger denne information til at formulere sociale og økonomiske politikker samt identificere huller i lovgivningen og lovgivningens håndhævelse.
- *Pressen:* Pressen vil både være interesseret i den gode historie, men også i at identificere uoverensstemmelser mellem, hvad virksomheden siger, og hvad den gør. For at undgå konflikter bør virksomheden så vidt muligt sørge for at redegørelser afspejler de mulige dilemmaer, der findes i virksomhedens arbejde med samfundsansvar. Jo mere virksomheden er åben og ærlig omkring dens arbejde, jo sværere er det for pressen at pege fingre.

De væsentligste målgrupper for redegørelsen spiller desuden ind i forhold til, hvilken offentliggørelsesmetode virksomhed bør benytte. Retter virksomhedens redegørelse sig primært mod investorer og andre finansielle institutioner, kan virksomheden sagtens vælge at offentliggøre sin redegørelse som en del af ledelsesberetningen, da disse i forvejen vil søge oplysninger om virksomheden i dens årsrapport og ledelsesberetning. Retter virksomhedens redegørelse for samfundsansvar sig derimod primært mod forbrugerne, er det mere oplagt at offentliggøre sin redegørelse på virksomhedens hjemmeside, hvor forbrugerne let kan få adgang til den. Således bør virksomhedens holde sig for øje, hvem den ønsker, skal læse redegørelsen, når den vælger én offentliggørelsesmetode frem for en anden. Virksomheden kan også vælge at benytte sig af flere offentliggørelsesmetoder samtidig for derigennem at nå en bredere kreds af interessenter med budskabet om virksomhedens arbejde med samfundsansvar.

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. Virksomheden behøver således ikke opfinde sine egne metoder og værktøjer. I denne vejledning introduceres til fremskridtsrapporter til FN's Global Compact, G3 Guidelines fra Global Reporting Initiative (GRI) samt AA1000's retningslinjer for inddragelse af interessenter.

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

2.1.2 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.

Indsamling og bearbejdelse af information

- *Involvering af virksomhedens interne interessenter:* Det vil ofte være en fordel at involvere forskellige dele af virksomheden i forbindelse med indsamling og bearbejdelse af information. Hvis hele virksomheden er repræsenteret i processen, bliver det lettere at integrere og forankre arbejdet med samfundsansvar i virksomheden, og ledelsen kan gå forrest og vise vejen for medarbejderne.

Endvidere vil det være nødvendigt at ledelsen bakker op om redegørelsen, så budskabet kan videreformidles til medarbejderne. Derfor bør redegørelsen også indeholde ledelsens beskrivelse af, hvad samfundsansvar er i deres virksomhed, hvordan virksomhedens politik for samfundsansvar er knyttet til virksomhedens værdier og udfordringer, samt hvilke visioner ledelsen på længere sigt har for virksomhedens samfundsansvar.

Alle medarbejdere bør kende virksomhedens aktiviteter inden for samfundsansvar. Desuden bør de involveres på forskellig vis, dels i deres egenskab af repræsentanter for virksomheden, og dels i kraft af deres rolle som interessenter i forhold til virksomheden. For eksempel kan medarbejderrepræsentanter for forskellige faggrupper såsom SU-repræsentanter og tillidsfolk inddrages.

- *Involvering virksomhedens eksterne interessenter:* Endvidere er det relevant at overveje, hvilke interessenter der evt. skal inddrages i arbejdet med redegørelsen, og hvordan dette i givet fald skal foregå. Et nyttigt værktøj i relation til interessentdialog er AA1000, som beskrives nærmere i afsnit 2.2.

Årsregnskabslovens kvalitetskrav gælder naturligvis også for redegørelsen for samfundsansvar. Derudover kan virksomheden overveje at anvende følgende principper for kvalitet i ikke-finansielle redegørelser, der er inspireret af GRI's principper:

- *Forståelighed*: Informationen skal kunne forstås af brugerne og skal derfor inkludere følgende: 1) et godt design, 2) systematisk inddeling af emner og indikatorer, 3) kortfattet og enkelt sprog, og 4) en forklaring af ukendte termer eller inkludering af ordforklaring. Det er vigtigt at understrege, at relevanskriteriet (se nedenfor) har højere prioritet end forståelighedskriteriet, men at de to ikke er gensidigt udelukkende. Dette betyder, at information om komplekse emner, der er relevante for brugerne, ikke skal udelades ud fra en betragtning om at de kan være for svære at forstå for nogle af brugerne.
- *Relevans og væsentlighed*: For at være anvendelig skal informationen gøre brugerne i stand til at danne sig en holdning og træffe en beslutning. Information er relevant, når den påvirker brugernes holdninger og beslutninger om en given virksomheds aktiviteter. Hvorvidt information er vigtig kan besluttes ved at: 1) inddrage virksomhedens egne værdier og ledelsens fokus og prioriteringer, 2) konsultere relevante medarbejdere, 3) identificere og konsultere vigtige interessentgrupper, 4) identificere emner som præger den politiske beslutningstagen og den offentlige debat, og 5) konsultere branchespecifikke rapporteringsguidelines. Selve beslutningsprocessen bør være transparent og kan med fordel beskrives i redegørelsen.
- *Pålidelighed og verificerbarhed*: Information er pålidelig, når den ikke er behæftet med fejl og partiskhed, samt når den giver et sandfærdigt, fuldstændigt og velbalanceret (dvs. både positivt og negativt) billede af den faktiske situation. Informationen skal endvidere være verificerbar, dvs. være indsamlet, bearbejdet og præsenteret på en måde, så den kan tjekkes af tredjepart.
- *Sammenlignelighed*: Redegørelsen skal kunne sammenlignes fra periode til periode. En række indikatorer vil ikke kunne udtrykkes kvantitativt, men hvor det er muligt, kan virksomheden med fordel gøre det – eksempelvis ved opgørelse af arbejdsulykker, udledning af CO₂, vandforbrug, osv. Kvantitative udtrykte indikatorer fremstår ofte mere pålidelige samt øger interessenternes mulighed for sammenligning med andre virksomheder. Indikatorerne kan med fordel være forsynet med sammenligningstal fra tidligere. Det vil dog for en del områder inden for samfundsansvar være urealistisk at opstille kvantitative indikatorer. For mere information om indikatorer, se afsnittet om GRI.

Udover ovenstående kvalitetskriterier, kan følgende fire principper tages i anvendelse i processen med at udvælge indikatorer:

- *Generelt anerkendte principper*: For at maksimere sammenlignelighed skal de udvalgte indikatorer i princippet kunne anvendes af alle virksomheder uanset branche, størrelse og lokalitet.
- *Ejerskab og afgrænsning*: De udvalgte indikatorer skal som udgangspunkt adressere områder, som virksomheden har kontrol over, allerede indsamler data om eller har adgang til information om.

- *Konsistent måling:* De udvalgte indikatorer skal kunne genkendes, måles og præsenteres på en konsistent måde med henblik på at sikre sammenlignelighed over tid og på tværs af enheder.
- *Fokus på, hvad der er opnået, frem for proces:* De udvalgte indikatorer skal gøre brugerne i stand til at identificere de væsentligste områder inden for samfundsansvaret og vurdere virksomhedens evne til at opnå noget inden for disse områder. En præsentation af virksomhedens politikker og ledelsessystemer alene er således ikke tilstrækkeligt til at vurdere, hvad der er opnået.

Anvendt regnskabspraksis

Sikkerhed for at data og informationer for regnskabsbrugeren opfylder de generelle og overordnede kvalitetskriterier for ikke-finansiell regnskabspraksis kan ske ved redegørelsen er tilknyttet et afsnit om anvendt regnskabspraksis. Ligeledes kan der i afsnittet om anvendt regnskabspraksis oplyses om hvert af de pågældende data og informations karakteristika.

Der kan med fordel redegøres for følgende i forhold til de enkelte indikatorer:

- Definition og beregningsmetode
- Formålet med indikatoren
- Datakilden og redegørelse for evt. forudsætninger
- Kvantificering og kommentarer til fremtidige mål
- Sammenligningstal
- Ændringer i opgørelsespraksis i forhold til tidligere år

Formidling

Inddeling i områder/emner Redegørelser om samfundsansvar opdeles ofte efter områder (fx "menneskerettigheder", "miljø", "korruption", osv.). Blandt fordelene ved denne opdeling er, at det gør det let for eksempelvis interessegrupper og NGO'er at finde information med relevans for netop dem. En områdeopdelte redegørelse er endvidere oplagt for virksomheder, der har tilsluttet sig FN's Global Compact og for virksomheder, der anvender GRI's retningslinjer.

- *Aktivitetsopdeling* Virksomheder, der ikke er så erfarne i at redegøre, kan vælge at lade deres redegørelse være opdelt efter aktiviteter. Ulempen på længere sigt er, at interessenterne vil få sværere ved at overskue alle virksomhedens aktiviteter. Der bør virksomheden tilstræbe den områdeopdelte redegørelse, der giver et bedre overblik over, hvilke områder virksomheden beskæftiger sig med.
- *Beskrivelse af, hvad der er opnået, frem for overordnede beskrivelser* Det er altid nemmere at huske og desuden mere troværdigt, hvis man hører om, hvad der konkret er opnået. Det er derfor hensigtsmæssigt at fortælle, hvad aktiviteterne konkret har betydet for virksomheden (såsom færre sygedage, færre klager fra naboer, bedre omdømme osv.).

- *Eksempler og historier* Det er nemmere at redegøre med eksempler og historier end udelukkende med politikker, principper og strategier. Når virksomheden skal fortælle om sine aktiviteter, kan det således være en fordel at bruge en historie fra "det virkelige liv". Beskrivelse af en konkret situation bidrager til at gøre de overordnede politikker, principper og strategier mere konkrete. Det er særligt relevant, fordi det ofte kan være svært at måle, hvad virksomheden har opnået.
- *Retvisende billede* Det er vigtigt at sikre sig, at det virksomheden rapporterer om stemmer overens med det, den gør. Det følger af årsregnskabsloven, at ledelsesberetningen skal give en retvisende redegørelse. Hvis virksomheden stiller sig frem og siger, at den er samfundsmæssigt engageret, forpligter det. Selvom det er vigtigt at pointere, at redegørelsen ikke bør have karakter af reklame, kan det ikke undgås, at den vil være udstillingsvindue overfor omverdenen.

Tjekliste

Når redegørelsen er færdiggjort, er det vigtigt, at virksomheden tjekker, om redegørelsen opfylder kravene i loven. Loven er opfyldt, når der er redegjort for:

- virksomhedens politikker vedrørende samfundsansvar, herunder hvilke standarder, retningslinjer eller principper for samfundsansvar virksomheden eventuelt anvender
- hvordan virksomheden omsætter sine politikker til handling, gerne med eksemplificering
- hvilke systemer eller procedurer virksomheden har indført eller iværksat for at udmønte sine politikker
- hvad virksomheden vurderer at have opnået som følge af sit arbejde med samfundsansvar i regnskabsåret
- eventuelt hvilke forventninger virksomheden eventuelt har for fremtiden på området
- hvor redegørelsen for samfundsansvar kan findes, såfremt den ikke er indeholdt i ledelsesberetningen

Derudover bør man som virksomhed tjekke, om selve redegørelsen for samfundsansvar overholder de grundlæggende kvalitetskrav til relevans og væsentlighed, sammenlignelighed, forståelighed, samt pålidelighed og verificerbarhed.

Uafhængig erklæring om redegørelsen

Virksomheden kan også vælge at rekvirere en uafhængig erklæring om virksomhedens redegørelse for at øge redegørelsens troværdighed.

For brugeren af redegørelsen er værdien af erklæringen, at vedkommende kan læse de konkrete data og informationer og vide, at de lever op til de almindeligt anerkendte kvalitetskrav. Det vil sige, at (i) de er fuldstændige; der er ikke sket udeladelse; (ii) de er målt og opgjort efter de principper og metoder, som beskrives i rapporteringen; (iii) de vedrører den periode, som rapporteringen er en beretning om; og (iv) de har sammenhæng med de aktiviteter, som læseren oplever, at de skal have, og det klart fremgår i rapporteringen klart med hvilke afgrænsninger eller begrænsninger, de konkrete data skal læses og forstås.

Det er altid relevant at overveje, om der er internationalt anerkendte standarder, som understøtter brugsværdien af en eventuel erklæring. Der findes overordnet set to typer af standarder, som er dominerende.

AA 1000AS er en international verificeringsstandard med en tilhørende standard for "accountability" principper. Et netværk (Accountability for Sustainable Development) af repræsentanter fra erhvervslivet, den offentlige sektor og samfundsfokuserede interessenter står bag denne organisation, som har til formål at promovere en bæredygtig udvikling via rapportering og regnskabsopgørelser. Fokus er især rettet mod interaktion mellem den enkelte virksomhed og dens interessenter; om valg af de væsentlige bæredygtighedsemner i et samspil med interessenter og om at reagere på interessenternes behov mv. under iagttagelse af virksomhedens forretningsmæssige udvikling og muligheder. Som grundlag for afgivelse af erklæringer af transparens karakter er AA1000AS en relevant grundlæggende standard.

ISAE 3000 har også den danske betegnelse RS3000. Denne standard anvendes til at øge troværdigheden af ikke finansielle informationer og data. Standarden er i "familie" med de standarder, der er internationalt anerkendte til brug for erklæringer og påtegninger på finansielle rapporter og regnskaber.

2.1.3 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 (fx 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. Da forskellige interessentgrupper muligvis foretrækker forskellige informationskanaler (ledelsesberetning, supplerende beretning, hjemmeside mv.), kan man som virksomhed med fordel benytte sig af forskellige måder sideløbende med henblik på at nå så mange interessenter som muligt.

Endvidere er der eksempler på virksomheder, der behandler regnskab og redegørelse for samfundsansvar som sidestillede dele af årsrapporten, således at redegørelsen for samfundsansvar søges integreret med de finansielle oplysninger i årsrapporten.

Intern kommunikation

Ofte vil det også være relevant at benytte virksomhedens interne kommunikationskanaler til at udbrede kendskabet til virksomhedens samfundsansvar blandt medarbejderne. De interne kommunikationskanaler kan være:

- intranet
- nyhedsbreve
- personaleblade
- fællesmøder
- træning eller videreuddannelse
- medarbejder-programmer

Den interne kommunikation om samfundsansvar vil typisk ske løbende over året, fx når projekter startes op eller afsluttes. Det kan endvidere være et brugbart værktøj i forbindelse med arbejdet med samfundsansvar og selve udarbejdelsen af redegørelsen.

2.2 OVERBLIK OVER INTERNATIONALE STANDARDER & PRINCIPPER FOR REDEGØRELSE OM SAMFUNDSANSVAR

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 standarder og guidelines. Anvendelse af anerkendte standarder og principper kan bidrage til kvalitets sikring af redegørelsen samt til sammenlignelighed med andre virksomheder i samme eller andre brancher.

Denne del omhandler alene standarder og principper for *redegørelse* om samfundsansvar. For internationale standarder for selve *arbejdet* med samfundsansvar, se vejledningens del 3.

Nedenfor præsenteres de to mest anerkendte internationale værktøjer til brug for redegørelse for samfundsansvar; Global Compact fremskridtsrapport og Global Reporting Initiative (GRI). Endvidere præsenteres AA1000 som et værktøj til interessentdialog. Det er vigtigt at holde sig for øje, at de tre ikke kan sidestilles, men repræsenterer hver sit formål. FN's Global Compact's retningslinjer og anbefalinger til udarbejdelse af fremskridtsrapporter udgør en overordnet ramme, inden for hvilken man kan strukturere sin redegørelse. GRI er et mere omfattende sæt retningslinjer for redegørelse for bæredygtighed, der bygger på specifikke indikatorer. AA1000 er en processtandard, der kan benyttes som inspiration for virksomheders inddragelse af interessenter i arbejdet med FN's principper for samfundsansvar. I de følgende afsnit vil de hver især blive beskrevet, og til sidst i afsnittet vil det blive beskrevet, hvorledes de tre kan supplere hinanden i virksomhedens arbejde med redegørelsen.

2.2.1 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. Dette afsnit beskriver primært krav og processen omkring redegørelsen til Global Compact. Generel information om Global Compact og principperne i Global Compact findes i vejledningens del 3.

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, COP*).

Fra 1. juli 2009 gælder følgende regler for alle virksomhedsdeltagere:

- Virksomhedsdeltagere, der har tilsluttet sig d. 1. juli 2009 eller senere, har ét år til at udarbejde og indlevere deres første COP. Deltagere, der har tilsluttet sig før 1. juli 2009, har to år til at indlevere deres første COP.
- Inden for de første fem år skal en COP adressere mindst to af Global Compact's fire hovedområder, mens alle fire hovedområder skal være adresseret efter fem år.
- Virksomhedsdeltagere, der har været "ikke-kommunikerende" i et år eller mere, vil blive slettet fra listen og fjernet fra Global Compact's hjemmeside.

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. Global Compact medlemmer kan endvidere få vejledning og råd hos UNDP's nordiske kontor i København.

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. Læs mere om dette under afsnit 3.4.1. Samtidig angiver principperne rammerne for den risikostyring, en virksomhed må udøve, for at kunne hævde at være samfundsansvarlige.

LINKS:

Klik her for [Global Compact's guide](#) til hvordan man laver en fremskridtsrapport

Klik her for at læse om [The Global Compact Differentiation Framework](#)

Få yderligere hjælp og vejledning til udarbejdelsen af fremskridtsrapporter fra andre virksomheder gennem [Det Nordiske Global Netværk](#)

Få yderligere hjælp og vejledning til udarbejdelsen af fremskridtsrapporter fra [UNDP's Nordiske Kontor i København](#)

Nedenstående links henviser til [fremskridtsrapporter udarbejdet af danske virksomheder](#):

Klik her for søge blandt [virksomheders fremskridtsrapporter](#)

Klik her for en [oversigt over fremskridtsrapporter fremhævet af Global Compact](#)

En ulempe kan være, at redegørelsen risikerer at blive en isoleret øvelse uden tilknytning til årsrapporten. Omvendt kan en virksomheds årsrapport udmærket fungere som fremskridtsrapport, såfremt den opfylder de krav til form og indhold, der gælder for fremskridtsrapporter.

Ønsker man som virksomhed at give sin fremskridtsrapport mere troværdighed i forhold til eventuelle interessenter, kan man vælge at få tredje part til at afgive en uafhængig erklæring om redegørelsen.

Der er ikke nogle direkte økonomiske omkostninger forbundet med hverken at tilslutte sig eller forlade initiativet ud over de omkostninger, der er forbundet med at foretage fremskridtsrapporteringen. Hvis virksomheden på et senere tidspunkt ikke længere ønsker at være tilsluttet initiativet, kan virksomheden risikere, at dens omdømme lider skade. En tilslutning til Global Compact indebærer altså en vis forpligtelse for virksomheden – også på længere sigt.

Krav til fremskridtsrapporten

Fremskridtsrapporten skal for det første indeholde en generel beskrivelse af, hvorledes virksomheden har støttet Global Compact i det forgangne regnskabsår. Denne beskrivelse bør fremlægges af den administrerende direktør eller en person med lignende position.

Dernæst skal rapporten indeholde en situationsrapport, som beskriver, hvordan virksomheden har implementeret Global Compact og dets principper i det forløbne finansår. Dette afsnit bør indeholde følgende:

- En kortfattet beskrivelse af, hvordan virksomheden implementerer Global Compact og dets principper. Dette gælder både en beretning om de emner eller principper, virksomheden allerede agerer på og en beskrivelse af, hvordan virksomheden for fremtiden påtænker at gribe de øvrige principper og emner an.
- En beskrivelse af de væsentligste fremskridt eller forventede fremskridt. Disse kan evt. så vidt muligt beskrives ved brug af indikatorer eller mål. Kendte indikatorer kan anvendes – f. eks. indikatorer udviklet af Global Reporting Initiative (GRI).

Har virksomheden tilsluttet sig Global Compact, skal rapporten lægges ud i Global Compacts offentlige database, således at rapporten bliver offentlig tilgængelig. Rapporten lægges ud på databasen gennem Global Compact-sekretariatets hjemmeside.

Afleveres fremskridtsrapporten ikke til tiden, vil virksomheden blive markeret med en gul advarselstrekant på hjemmesiden, der indikerer den manglende afrapportering. Denne trekant bliver imidlertid rød, hvis den manglende rapport ikke indleveres i det kommende år.

Global Compact har i 2010 lanceret "The Global Compact Differentiation Framework", som er en praktisk guide til alle Global Compact-virksomheder, der ønsker at forbedre deres sociale og miljømæssige indsats og kommunikation samt at sætte fokus på fremskridt. Det nye framework tager udgangspunkt i COP'en og skelner mellem tre niveauer for rapportering; *basic*, *intermediate* og *advanced* niveau.

LINKS:

Klik her for at læse mere om

[Global Reporting Initiative \(GRI\)](#)

Klik her for at downloade

[GRI's retningslinier](#)

2.2.2 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.

Mankan som virksomhed vælge at redegøre i fuld overensstemmelse med GRI-retningslinjerne eller blot anvende retningslinjerne som udgangspunkt og inspiration til sin redegørelse.

Med henblik på at opfylde behovet for nybegyndere og erfarne virksomheder, og dem indimellem, opererer GRI med tre niveauer for udformningen af en redegørelse; C, B, og A. Niveau C repræsenterer den mest simple redegørelse, som kun inkluderer et mindre udsnit af GRI-indikatorerne, mens niveau A er udtryk for redegørelse i fuld overensstemmelse med GRI guidelines. Såfremt tredjepart har afgivet en uafhængig erklæring om redegørelsen, kan hvert niveau suppleres med et plus (+).

Hvorvidt en redegørelse er mærket med C, B eller A er ikke et udtryk for redegørelsens kvalitet. Kategoriseringen er blot et udtryk for omfanget af GRI-indikatorer, der er medtaget i redegørelsen.

Fordele 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.

Sector Supplements modsvarer de specifikke behov, nogle sektorer har, og udgør en yderligere del af GRI's Sustainability Reporting Framework. De er udarbejdet som støttemateriale til GRI's Sustainability Reporting Guidelines og kan bruges som støtte til – og ikke i stedet for – Sustainability Reporting Guidelines.

GRI har udviklet eller er i gang med at udvikle Sector Supplements for følgende sektorer:

- Airports
- Apparel and Footwear
- Automotive
- Construction and Real Estate
- Electric Utilities
- Events
- Financial Services
- Food Processing
- Logistics and Transportation
- Media
- Mining and Metals
- NGOs
- Oil and Gas
- Public Agency
- Telecommunications

LINKS:

Læs mere om **AA1000**

GRI har indtil videre offentliggjort en liste med de virksomheder og organisationer, som GRI har kendskab til har redegjort for deres arbejde med samfundsansvar i henhold til GRI fra 2008 og fremefter.

2.2.3 AA1000

AA1000 serien er standarder til interessentdialog udviklet af AccountAbility. Anvendelse af AA1000 ligger ud over lovkravet, men kan benyttes som inspiration i forbindelse med virksomhedens arbejde med FN's principper.

AA1000 bygger på tre principper: Involvering, væsentlighed og lydhørhed. Standarderne kan bruges af forskellige typer organisationer fra multinationale virksomheder til små og mellemstore virksomheder, regeringer og organisationer i civilsamfundet.

Konkret definerer AA1000 en række handlinger, som de mener virksomheder bør foretage:

- etablere en strategi baseret på en omfattende og balanceret forståelse af og respons på væsentlige temaer og interessenternes krav og forventninger
- etablere mål og standarder, som strategien kan måles i forhold til
- offentliggøre en redegørelse for strategi, mål, standarder og performance til interessenter, der baserer deres handlinger og beslutninger på denne information.

Det første princip, involvering, handler om interessenternes deltagelse i at udvikle og opnå en ansvarlig og strategisk respons på bæredygtighed. Fokus er på at involvere interessenterne i beslutningsprocessen i forbindelse med virksomhedens virke og udvikling. Involvering kræver en defineret proces for interessenternes deltagelse, samt en løbende kortlægning af, hvem der er de relevante interessenter, hvilke behov, krav og forventninger, de har, og måden hvorpå de bedst involveres i beslutningsprocessen.

Væsentlighed handler om at bestemme relevansen og betydningen af et område for virksomheden og dens interessenter. Et væsentligt område er et, der vil påvirke beslutninger, handlinger og performance for en virksomhed eller dens interessenter. Det er vigtigt at holde for øje, at det er virksomheden, der er ansvarlig for at vurdere, hvad der er væsentligt – ikke dens interessenter. Det er det forretningsdrevne samfundsansvar, der er udgangspunktet. Der lægges dermed vægt på, at virksomheden agerer strategisk i dens håndtering af bæredygtighedsemner.

Lydhørhed er virksomhedens respons på de krav og forventninger, der er rejst af interessenterne. En virksomhed har naturligvis ikke ubegrænsede ressourcer, og derfor må dens respons på interessenterne nødvendigvis prioriteres. Denne prioritering sker i forhold til både virksomhedens generelle strategi og i forhold til interessenternes krav og forventninger.

Det handler altså om, at de tre principper skal være en integreret del af hele virksomhedens måde at tænke og arbejde på. Hermed menes, at de tre principper ikke alene bruges af ledelsen. De anvendes derimod bredt og kontinuerligt af virksomhedens øvrige medarbejdere.

LINKS:

Klik her for [The GRI sustainability reporting cycle : A handbook for small and not-so-small organizations](#)

Klik her for at downloade

[Global Compact & GRI's fælles publikation](#)

om at kombinere principperne i Global Compact med GRI's retningslinier

Klik her for at læse om [koblingen mellem Global Compact og ISO 26000](#)

2.2.4 KOBLING MELLEM GLOBAL COMPACT & GRI

Global Compact og GRI kan sammen udgøre et godt grundlag for vejledning af virksomheder i, hvordan de skal udarbejde deres bæredygtighedsrapporter.

GRI's G3 retningslinjer indeholder en lang række principper for og instruktioner om, hvordan man vælger og forbereder oplysninger om de økonomiske, sociale og miljømæssige emner, der skal rapporteres om. Hvis de sammenfattes, kan alle disse principper og instruktioner præsenteres som 5 trin til forberedelse af rapporteringsprocessen.

- Forberedelse
- Forbindelse
- Definition
- Overvågning
- Kommunikation

Disse fem faser forklares nærmere i GRI Pathways Learning Publication: 'The GRI sustainability reporting cycle: A handbook for small and not-so-small organizations',

GRI G3 retningslinjerne er blevet udviklet på grundlag af flere internationale aftaler såsom 'The International Labour Organization's Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work', 'The Rio Declaration on Environment and Development' og 'The United Nations Declaration against Corruption' – dvs. de samme konventioner der ligger til grund for FN's Global Compact.

Da Global Compact og GRI begge er baseret på de samme internationale aftaler, er der stor overensstemmelse mellem de to metoder. I praksis er principperne en god vejledning, når en virksomhed skal vurdere sine resultater, og når virksomhederne skal organisere oplysningerne, således at de kan udarbejde den endelige rapport.

Der eksisterer ligeledes en tæt kobling mellem Global Compact og ISO 26000, som er en international vejledning med retningslinjer for virksomheders arbejde med samfundsansvar.

I 2010 har Global Compact udarbejdet en publikation, der giver en oversigt over de væsentligste koblinger mellem Global Compact's ti principper og kerneområderne i ISO 26000.

2.2.5 KOBLING MELLEM GRI & AA1000

Fokus i AA1000 Series and Standards er de relationer, som virksomheden skal opbygge til sine interessenter, at disse skal konsulteres om strategiske mål, og at virksomheden også skal stå til regnskab over for dem.

Serien består af følgende standarder:

- The AA1000 AccountAbility Standard
- The AA1000 Assurance Standard
- The AA1000 Stakeholder Engagement Standard

Denne AA-serie kan forenes med brugen af GRI G3 Guidelines og den femfasede rapporteringsproces.

Global Reporting Initiative og Accountability har sammen udarbejdet en vejledning, der forklarer virksomhederne, hvordan de skal bruge AA-standarderne sammen med GRI Guidelines.

DEL 3: Hvordan kan vi arbejde med forretningsdrevet samfundsansvar?

For at en virksomhed kan 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 de med deres kernekompetencer kan bidrage til løsningen af samfundsmæssige udfordringer. Hvordan de konkret vælger at bidrage er imidlertid deres egen beslutning. I dette kapitel kan virksomheder hente inspiration til arbejdet med forretningsdrevet samfundsansvar.

3.1 HVAD ER FORRETNINGSDREVET SAMFUNDSANSVAR?

Samfundsansvar skaber størst værdi for en virksomhed, når det supplerer virksomhedens kerneforretning, og når samfundengagementet er en integreret del af virksomheden og dens processer. Forretningsdrevet samfundsansvar handler om at vælge de aktiviteter, der er i overensstemmelse med virksomhedens værdier og udfordringer, og som skaber værdi.

Vejledningens fokus på forretningsdrevet samfundsansvar handler ikke om at underkende den store indsats, som virksomheder, investorer og en række frivillige, private organisationer yder for at bidrage til en positiv samfundsudvikling, uden at det nødvendigvis forbedrer konkurrenceevnen. Tværtimod er disse brede og almennyttige tiltag med deres samfundsmæssige værdi ligeledes væsentlige, og denne indsats kan beskrives side om side med virksomhedernes forretningsdrevne tilgang til samfundsansvar.

For mange virksomheder vil der typisk være tale om at fokusere og forbedre en indsats, virksomheden i forvejen gør. På denne måde kan samfundsansvar blive en naturlig del af forretningsstrategien, der også tænkes ind i nye aktiviteter. Netop når virksomhedens samfundsansvar tager udgangspunkt i dens kerneforretning, kan det betegnes forretningsdrevet samfundsansvar.

Den væsentligste fordel ved forretningsdrevet samfundsansvar er, at virksomhedens særlige viden og kernekompetencer udnyttes aktivt til gavn for både virksomheden og for samfundet. Samtidig integreres samfundsansvar i hele virksomhedens organisation. På den måde hjælper virksomheden med at imødekomme samfundsmæssige problemstillinger, samtidig med at der skabes nye vækstmuligheder for virksomheden selv.

LINKS:

Læs om [hvordan man kan arbejde strategisk med samfundsansvar](#)

Læs om [interessentaktiviteter](#)

Læs om [medarbejderaktiviteter](#)

Læs om [kundeaktiviteter](#)

Læs om [aktiviteter i leverandørkæden](#)

Læs om [samfundsaktiviteter](#)

Læs om [miljøaktiviteter](#)

Læs om [innovationsaktiviteter](#)

Læs om [kommunikationsaktiviteter](#)

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, CO₂-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 bidrage til øget arbejde med samfundsansvar hos disse aktører, og dels give virksomheden et bedre omdømme.

Nedenstående figur giver et udsnit over mulige fordele for virksomheden ved samfundsansvar:



Som det fremgår ovenfor dækker forretningsdrevet samfundsansvar over mange forskellige emner. Linkene på side 37 kan give inspiration til, hvordan man kan gribe arbejdet med de enkelte emner an.

3.2 DILEMMAER I ARBEJDET MED FORRETNINGSDRETVET SAMFUNDSANSVAR

Selvom forretningsdrevet samfundsansvar kan styrke virksomhedens vækst og konkurrencedygtighed, kan det samtidig stille virksomheder over for vanskelige dilemmaer. Effekten af virksomheders samfundsansvar viser sig i mange tilfælde først på længere sigt, hvorfor det som virksomhed kan virke uoverskueligt at komme i gang. Derudover er de samfundsmæssige spørgsmål, som virksomheder kan engagere sig i, ofte komplekse og indeholder mange facetter.

Hvordan skal virksomheder 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?

Selv på et område som børnearbejde, hvor det etisk forsvarlige standpunkt umiddelbart synes klart, er der en indbygget kompleksitet i at tage samfundsansvar. Red Barnet har peget på, at vestlige virksomheders forsøg på at beskytte børn mod børnearbejde i praksis kan sætte børn og deres familier i en endnu værre situation. Børnearbejdsproblematikken er kompleks, og børn fra 14-18 år må rent faktisk gerne arbejde et begrænset antal timer om dagen, under forudsætning af, at arbejdet ikke er farligt og ikke hindrer børnenes skolegang. I fattige lande er virkeligheden beklageligvis, at børn endda har brug for at arbejde for at overleve. Når ikke de kan arbejde i den formelle sektor, tvinges de ud i den uformelle sektor, i farligt arbejde, prostitution og gadeliv. Det er med andre ord ikke nødvendigvis ansvarligt og til børnenes bedste at indføre fuldt stop for børn under 18 år, da det afhænger af konteksten og i nogle tilfælde kan modarbejde børns ret til et værdigt liv og et ordentligt, sikkert og rimeligt betalt arbejde.

Svaret på sådanne dilemmaer forbundet 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 ansvar for 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.

Det er endvidere vigtigt at understrege, at virksomheders samfundsansvar ikke nødvendigvis mindsker behovet for lovgivning om sociale og miljømæssige forhold. Lovgivningen fastsætter, og skal fortsat fastsætte de grundlæggende sociale og miljømæssige krav, som alle virksomheder skal leve op til. Og regeringen lægger vægt på, at beskyttelsesniveauet er højt.

Når virksomheder tager samfundsansvar, betyder det *ikke*, at der flyttes ansvar eller opgaver fra staten til virksomhederne. Men erhvervslivets frivillige indsats kan derimod være et godt – og i mange tilfælde nødvendigt – supplement til lovgivningen. Det skyldes, at lovgivning alene ikke nødvendigvis kan løse komplekse udfordringer i vores samfund. Vi har i stigende grad behov for at udvikle nye løsninger på samfundsmæssige udfordringer – og her er der brug for virksomhedernes engagement, kompetencer og innovationsevne. Det kan for eksempel være at udvikle energibesparende teknologier eller ved at fremme hensynet til menneskerettigheder og gode arbejdsforhold.

Samfundsansvar betyder således ikke, at virksomheden skal påtage sig opgaver, som det offentlige er bestemt til at udføre. Derimod kan virksomheden med sin særlige viden og kompetence bidrage til at løse samfundsmæssige udfordringer som en del af virksomhedens daglige forretning – en indsats der både kan komme den enkelte virksomhed og samfundet til gode.

3.3 OVERSIGT OVER MULIGE AKTIVITETER I ARBEJDET MED FORRETNINGSDREVET SAMFUNDSANSVAR

Skemaet nedenfor giver et overblik over mulige initiativer for virksomheder med forskellige behov. Skemaet skal ikke opfattes som en udtømmende liste eller en tjekliste, der garanterer en god redegørelse – skemaet er udelukkende ment som inspiration. De nævnte initiativer/aktiviteter bliver uddybende forklaret i den resterende del af kapitlet.

Virksomhedens situation	Virksomhedens behov	Hvordan kan man komme videre?
Har ingen politikker for samfundsansvar og ingen aktiviteter på området	Udarbejdelse af politikker	Få gode råd til udarbejdelse af politikker for samfundsansvar. Klik her
		Se eksempler på andre virksomheders politikker
		Hent inspiration i internationalt anerkendte principper for samfundsansvar – fx FN's Global Compact
	Igangsætning af aktiviteter	Hent inspiration fra projekt Overskud med Omtanke, som indeholder gode råd til hvordan man kan arbejde strategisk med samfundsansvar. Find ud af hvilke områder der giver mest mening for din virksomhed at beskæftige sig med. Klik her
		Få hjælp til håndtering af sociale og miljømæssige krav i leverandørkæden i CSR Kompasset. Klik her
		Få hjælp til udarbejdelse af klimastrategi og beregning af CO ₂ -udledning i Klimakompasset. Klik her
Har ingen politikker for samfundsansvar, men har aktiviteter på området	Udarbejdelse af politikker	Få gode råd til udarbejdelse af politikker for samfundsansvar. Klik her
		Få gode råd til udarbejdelse af politikker for samfundsansvar. Klik her
Har politikker for samfundsansvar, men har ingen/få aktiviteter på området	Igangsætning af (flere) aktiviteter	Hent inspiration fra projekt Overskud med Omtanke, som indeholder gode råd til hvordan man kan arbejde strategisk med samfundsansvar. Find ud af hvilke områder der giver mest mening for din virksomhed at beskæftige sig med. Klik her
		Få hjælp til håndtering af sociale og miljømæssige krav i leverandørkæden i CSR Kompasset. Klik her
		Få hjælp til udarbejdelse af klimastrategi og beregning af CO ₂ -udledning i Klimakompasset. Klik her
		Få hjælp til at vurdere egen og/eller leverandørers efterlevelse af de mest fundamentale internationale standarder for menneskerettigheder og arbejdstagerrettigheder i Human Rights Quick Check. Klik her
Har politikker for samfundsansvar og mange aktiviteter på området	Etablering af overordnet struktur/ramme for arbejdet	Læs om FN's Global Compact, som er en frivillig ramme for samfundsansvar, der indeholder ti principper inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og antikorrupation (se afsnit 3.4.1)
		Læs om OECD's Retningslinjer for Multinationale Virksomheder, der er en frivillig ramme for 'principper for god forretningsetik' (se afsnit 3.4.4)
	Etablering af forbedrede processer/systemer	Læs om ISO 26000, der er en international vejledning med retningslinjer for virksomheders arbejde med samfundsansvar (se afsnit 3.5.1)
		Læs om ISO 14001, der er en international standard for miljøledelse (se afsnit 3.5.2)
		Læs om OHSAS 18001, der er en international standard for arbejdsmiljøledelse (se afsnit 3.5.3)
		Læs om SA 8000, der er en international standard for social ansvarlighed (se afsnit 3.5.4)

3.4 INTERNATIONALE PRINCIPPER FOR SAMFUNDSANSVAR

Nedenfor beskrives de mest anerkendte internationale principper for samfundsansvar.

3.4.1 FN'S GLOBAL COMPACT

FN's Global Compact er verdens største netværk for virksomheder med fokus på virksomheders samfundsansvar. Initiativet har stor tilslutning fra danske virksomheder. Kernen i Global Compact er ti principper, baseret på FN og ILO's internationale konventioner for mennesker- og arbejdstagerrettigheder, Rio-deklarationen vedrørende miljøbeskyttelse og udvikling samt FN's konvention om anti-korruption. Dermed kan principperne fungere som en fælles referenceramme for virksomheder over hele verden. Ved tilslutning til Global Compact forpligter virksomheden sig til kontinuerligt at arbejde for opfyldelsen af de ti principper. 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.

Miljø

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

Anti-korruption

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

Principperne om menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og anti-korruption er allerede en del af gældende dansk ret. Danske virksomheder er derfor juridisk forpligtede til at overholde Global Compacts ti principper i forhold til deres virksomhed i Danmark. Udfordringerne er imidlertid langt større, når danske virksomheder opererer i udlandet, hvor sociale og miljømæssige forhold ofte ikke lever op til det danske niveau.

Principperne i Global Compact er overordnede, og den enkelte virksomhed bestemmer selv, hvordan og hvor hurtigt den vil integrere dem 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 områder, principperne vedrører.

LINKS:

[Global Compact](#)

[Global Compact Network](#)

[Nordic Countries](#)

Når en virksomhed har tilsluttet sig Global Compact er den forpligtet til:

- At ændre sin forretningsdrift, så principperne i Global Compact bliver en del af strategien og de daglige aktiviteter.
- At fremme Global Compact i offentligheden gennem diverse kommunikationskanaler (for eksempel pressemeddelelser, taler og andet).
- At beskrive hvordan virksomheden i praksis forsøger at efterleve Global Compact-principperne i den såkaldte fremskridtsrapport (Communication on Progress). Den første fremskridtsrapport skal senest afleveres to år efter tilslutningen til Global Compact og efterfølgende én gang årligt.

Det afgørende er ikke, at virksomheden lever op til alle FN's principper fra første dag, men at den er indstillet på i en kontinuerlig proces at forbedre efterlevelsen af principperne – både i virksomheden og i forhold til leverandører.

Virksomheden må prioritere sin indsats i forhold til sine kernekompetencer, udfordringer samt risici, og på den baggrund vurdere, hvilke aktiviteter der vil være relevante. Denne fleksibilitet er en fordel for virksomhederne, der så selv kan implementere de overordnede principper i deres forretning, hvilket netop er tanken med forretningsdrevet samfundsansvar.

Under FN findes desuden et klimainitiativ, Caring for Climate, der er udarbejdet af Global Compact, UNEP og World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) i samarbejde med erhvervsorganisationer og NGO'er. Global Compact-virksomheder tilskyndes til at tilslutte sig erklæringen, der forpligter virksomhederne til blandt andet at øge deres energieffektivitet, reducere CO₂-udledninger, sætte frivillige reduktionsmål, være "ambassadør" for klimaforbedringer og uddanne medarbejdere.

Virksomheder i Norden kan endvidere få inspiration og sparring til arbejdet med principperne i Global Compact gennem deltagelse i Det Nordiske Global Compact Netværk. Derudover er det UNDPs Nordiske Kontor i Københavns opgave at rådgive danske virksomheder, der ønsker at tilslutte sig Global Compact.

3.4.2 FN'S PRINCIPPER FOR ANSVARLIGE INVESTERINGER (PRI)

I begyndelsen af 2005 inviterede FN's daværende Generalsekretær 20 af verdens største institutionelle investorer til at udarbejde principper for ansvarlige investeringer. Denne proces blev koordineret af FN's Global Compact og FN's "Environment Programme Finance Initiative" (UNEP FI).

LINKS:

Vejledning om ansvarlige investeringer

Resultatet blev FN's Principper for ansvarlige investeringer, som er gengivet nedenfor:

Investoren vil:

1. Indarbejde miljø, sociale og ledelsesmæssige faktorer (ESG-faktorer)¹ i investeringsanalyser og beslutningsprocesser
2. Udøve aktivt ejerskab og indarbejde ESG-faktorer i vores ejerskabspolitikker og praksis
3. Søge at få relevant information vedrørende ESG-faktorer fra de virksomheder, vi investerer i
4. Fremme accept og implementering af principperne i investeringsbranchen
5. Samarbejde for at effektivisere vores implementering af principperne
6. Rapportere om vores aktiviteter, og de fremskridt vi gør, i forhold til implementeringen af principperne

Medlemmerne af PRI opdeles i tre kategorier:

1. Asset owners: Pensionskasser, forsikringselskaber og andre institutionelle investorer
2. Investment managers: Investeringsbanker
3. Professional service partners: Investeringsrådgivere

PRI udgør en række overordnede principper for investorers arbejde med samfundsansvar. FN understreger selv, at PRI ikke må betragtes som en certificering, men snarere som brede principper. Investorer kan efterleve PRI gennem mange forskellige strategier, og det væsentlige er enighed om målet, der arbejdes hen i mod. For eksempel vil det være i fuld overensstemmelse med PRI, at en investor strategisk fokuserer sin indsats, dér hvor problemer eller risici er størst. Ligeledes er det også i overensstemmelse med PRI at stille krav til et enkelt projekt, som der investeres i – uden at investoren skal stå til regnskab for virksomhedens efterlevelse af sociale og miljømæssige krav i andre sammenhænge.

For nogle investorers vedkommende vil forpligtelserne ikke betyde nye aktiviteter. Derimod vil der være tale om at ændre eller udvide eksisterende aktiviteter. For andre investorer vil omstillingen til at inddrage samfundsansvar i forretnings- og investeringsstrategien indebære visse omkostninger.

FN har oprettet et sekretariat, som har til opgave at hjælpe investorer med at implementere principperne i PRI. FN's støtteaktiviteter fokuserer på at stille viden om implementeringsprocessen til rådighed for medlemmerne, at skabe netværk blandt medlemmer af PRI, at fremme videndeling gennem et web-baseret intranet for medlemmerne, og i en årlig undersøgelse at undersøge best practice på området.

Erhvervs- og Selskabsstyrelsen har i september 2010 udgivet en vejledning om ansvarlige investeringer baseret på PRI.

¹ESG er en forkortelse af "Environmental, Social and Governance" (dvs. miljømæssige, sociale og ledelsesmæssige hensyn). Forkortelsen "ESG" anvendes typisk både på dansk og på engelsk.

FN's principper for samfundsansvar er ikke ekskluderende i forhold til andre principper, som kan komplementere de overordnede principper i Global Compact og PRI. Det er således muligt for enhver virksomhed, der tilslutter sig Global Compact, samtidig at efterleve andre principper som for eksempel OECD's retningslinjer, hvis den finder det relevant.

3.4.3 OECD'S RETNINGSLINJER FOR MULTINATIONALE VIRKSOMHEDER

OECD's Retningslinjer for Multinationale Virksomheder fra 1976 (revideret i 2000) er anbefalinger fra regeringerne til de multinationale virksomheder. De udgør en frivillig ramme for "principper for god forretningsetik". Retningslinjerne er udformet for at bidrage til, at såvel store som små multinationale selskaber handler i overensstemmelse med de politiske og samfundsmæssige standarder, der er gældende i de involverede lande. Retningslinjerne tilsigter at fremme og udvikle bæredygtighed og social ansvarlighed og at skabe et klima af tillid mellem virksomheder, arbejdstagere, offentlige myndigheder og samfundet som helhed.

Retningslinjerne er ikke retligt bindende, men regeringerne vil arbejde for, at de efterleves. Den danske regering lægger betydelig vægt på, at Retningslinjerne følges. Efter Retningslinjerne skal der i de tilsluttede lande oprettes et Nationalt Kontaktpunkt. De Nationale Kontaktpunkter har til opgave at fremme efterlevelsen af Retningslinjerne. Sager om virksomheder, der i Danmark eller i udlandet handler i strid med retningslinjerne, kan indbringes for Det danske Kontaktpunkt.

Retningslinjerne er en del af OECD Erklæringen om internationale investeringer og multinationale virksomheder, som også indeholder en opfordring til, at landene behandler alle investorer på samme måde, at det undgås, at virksomhederne pålægges modstridende forpligtelser, og at der er fuld åbenhed og samarbejde om, hvorledes regeringerne søger at påvirke investeringsstrømmene.

Retningslinjerne er støttet af et stort antal lande og sætter standarder dækkende en bred vifte af aspekter af "god forretningsetik", for eksempel i forhold til beskæftigelse, forholdet mellem arbejdsgivere og lønmodtagere, miljø, oplysningspligt, konkurrence, korruption, beskatning samt ny viden og teknologi. OECD-landenes regeringer (samt Argentina, Brasilien og Chile) har tilsluttet sig Retningslinjerne. De tilsluttede lande arbejder for, at Retningslinjerne efterleves. Retningslinjerne dækker multinationale selskabers aktiviteter i både tilsluttede og ikke-tilsluttede lande.

En af styrkerne ved Retningslinjerne er, at de støttes af både arbejdsgivernes og arbejdstagernes organisationer. De til OECD knyttede rådgivende organer, der består af repræsentanter for de nævnte organisationer, har tilsluttet sig principperne i Retningslinjerne og er aktive medspillere i arbejdet med at udbrede deres anvendelse.

Målsætningen med Retningslinjerne er ikke at indføre forskellige vilkår for multinationale selskaber og lokale virksomheder, men at gengive normer for god adfærd for alle virksomheder. Det er frivilligt for virksomhederne at følge Retningslinjerne.

3.5 INTERNATIONALE STANDARDER FOR SAMFUNDSANSVAR

Udover ovenstående principper for samfundsansvar eksisterer en række internationale standarder inden for specifikke emner indenfor samfundsansvar. Med undtagelse af ISO 26000 er det muligt at blive certificeret efter disse standarder. Standarderne er beskrevet nedenfor.

3.5.1 ISO 26000

ISO 26000 er en international vejledning med retningslinjer for virksomheders arbejde med samfundsansvar. ISO 26000 giver vejledning og anbefalinger om, hvilke temaer en samfundsmæssigt ansvarlig organisation bør sætte fokus på, når den skal fastsætte mål og politikker, afrapportere osv. Emnemæssigt fokuserer standarden på menneskeret-tigheder, arbejdstagerforhold, miljøforhold, forbrugerforhold, samfundsmæssig udvikling, virksomhedsledelse og fair forretningsgange. Virksomheder kan ikke certificeres efter ISO 26000-standard, da den kun har vejledende status. www.iso.org

Dansk Standard har udarbejdet en dansk standard, "DS 26001 Ledelsessystem for samfundsmæssigt ansvar – Kravspecifikation" og en tilhørende dansk vejledning i DS 26004. www.ds.dk

3.5.2 ISO 14001

ISO 14001 er en international standard, som danner grundlag for fastlæggelse af miljøledelse. Standarden specificerer, hvad som kræves for at danne et miljøledelsessystem med udgangspunkt i virksomheden, dens processer og aktiviteter med fordeling af ansvar og kompetencer samt miljøopgaver i hverdagen. www.iso.org

3.5.3 EMAS-MILJØLEDELSESORDNING

EMAS står for "Eco-Management and Audit Scheme", og er EU's frivillige miljøledelsesordning. Miljøledelse efter EMAS indebærer, at virksomheden gennemfører en indledende miljøgennemgang, løbende forbedrer miljøindsatsen ud over hvad loven kræver, fastsætter en miljøpolitik og målsætninger for miljøarbejdet, offentliggør en miljøreddegørelse samt inddrager medarbejderne aktivt i miljøarbejdet. For at blive EMAS-registreret skal en virksomhed kortlægge og minimere den direkte miljøbelastning fra dens aktiviteter – og de indirekte miljøforhold fra produkter og serviceydelser. Miljøledelse er desuden et værktøj til at arbejde proaktivt og strategisk med bæredygtige indkøb. Læs mere under "bæredygtige indkøb". www.mst.dk

3.5.4 OHSAS 18001

OHSAS 18001 er en international arbejdsmiljøledelsesstandard. Standarden er udarbejdet i tæt overensstemmelse med ISO 14001 for at sikre at disse to standarder kan samarbejde. www.ds.dk

3.5.5 SA 8000

SA 8000 er en international standard for arbejdet med social ansvarlighed i leverandørkæden. SA 8000 bygger på principperne i ISO 9001 og er derfor en standard, der kan implementeres sammen med andre ledelsessystemer. Standarden bygger på ILO-konventionerne, FN's Menneskerettighedskonvention og Børnekonventionen, herunder børnearbejde, tvangsarbejde, sikkerhed og sundhed, lønkomensation, anti-diskrimination og foreningsfrihed. www.sa-intl.org

3.6 VÆRKTØJER TIL SAMFUNDSANSVAR

Nedenfor beskrives en række værktøjer, som virksomheder kan have gavn af i deres arbejde med samfundsansvar.

3.6.1 OVERSKUD MED OMTANKE

Projekt Overskud med Omtanke blev igangsat 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. Dermed er projektet det hidtil største og mest omfattende af sin art, i Danmark såvel som internationalt. Overskud med Omtanke har været et projekt under Erhvervs- og Selskabsstyrelsen og støttet af Arbejdsmarkedsstyrelsen (via Rummelighedspuljen) og den Europæiske Socialfond. Formålet har været at udvikle samfundsansvar som et strategisk konkurrenceparameter i danske små og mellemstore virksomheder. www.overskudmedomtanke.dk

3.6.2 CSR KOMPASSET

CSR Kompasset hjælper virksomheder med at håndtere sociale og miljømæssige udfordringer i leverandørkæden. CSR Kompasset er blevet til i et samarbejde mellem Økonomi- og Erhvervsministeriet, Institut for Menneskerettigheder og DI. www.csrkompasset.dk

3.6.3 KLIMAKOMPASSET

Klimakompasset hjælper virksomheder med at udarbejde en klimastrategi og beregne deres CO₂-udledning. Klimakompasset er blevet til i et samarbejde mellem Økonomi- og Erhvervsministeriet og DI. www.klimakompasset.dk

3.6.4 IDÉKOMPASSET

IdéKompasset giver små og mellemstore virksomheder inspiration til at innovere og udvikle sig. Fokus er på såkaldt CSR-drevet innovation - en innovationsproces, der med fokus på aktuelle samfundsmæssige eller miljømæssige behov giver virksomheder mulighed for at udvikle bæredygtige produkter eller services. IdéKompasset er udarbejdet af Erhvervs- og Selskabsstyrelsen med støtte fra Region Sjælland, Nordisk Innovationscenter og TrygVesta. www.idekompasset.dk

3.6.5 KOMMUNIKATIONSKOMPASSET

KommunikationsKompasset hjælper virksomheder med at kommunikere og rapportere om samfundsansvar. Værktøjet henvender sig til virksomheder, som i forvejen arbejder med samfundsansvar, og som ønsker at blive bedre til at kommunikere denne indsats til omverdenen. Værktøjet er både relevant for virksomheder med mange og få års erfaring med samfundsansvar. KommunikationsKompasset er udarbejdet af Copenhagen Business School, med støtte fra Kraks Fond og Erhvervs- og Selskabsstyrelsen. www.kommunikationskompasset.dk

3.6.6 GOCSR

GoCSR hjælper ledelsen i små og mellemstore virksomheder med at inddrage medarbejdere og andre interessenter i udviklingen af virksomhedens CSR-strategi. GoCSR hjælper med at finde de CSR-aktiviteter, man som virksomhed vil få mest ud af at arbejde med. GoCSR er udviklet i et samarbejde mellem Dansk Mode & Textil og Erhvervs- og Selskabsstyrelsen. www.gocsr.dk

3.6.7 GLOBAL COMPACT SELF ASSESSMENT TOOL

Global Compact Self Assessment Tool hjælper virksomheder med at omsætte Global Compact's ti overordnede principper til praktiske handlinger. Gennem 41 spørgsmål kan man vurdere sin egen virksomhed inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og anti-korruption. Værktøjet kan ligeledes bruges til at få inspiration til forbedringer og hjælper desuden virksomheder, der ønsker at tilslutte sig Global Compact. Værktøjet er udviklet i et partnerskab mellem Institut for Menneskerettigheder, DI, Industrialiseringsfonden for Udviklingslandene (IFU), Økonomi- og Erhvervsministeriet og FN's Global Compact. www.globalcompactselfassessment.org

3.6.8 GHG-PROTOKOLLEN

GHG-protokollen (Greenhouse Gas Protocol) er udviklet af World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) og World Resources Institute (WRI). Det er en opgørelsesstandard for virksomheders udledning af drivhusgasser. Udledningerne inddeles i tre såkaldte "scopes", alt efter hvorfra de stammer og med hensyn til den (direkte) kontrol, en virksomhed har med udledningerne. Scope 1 omfatter udledninger der stammer fra virksomhedens eget forbrug af brændsler. Scope 2 omfatter udledninger fra den energi, virksomhederne køber hos fx et energiselskab, og som typisk bringes til virksomheden via ledningsnettet. Det er især el- og for Danmarks vedkommende også fjernvarme. Scope 3 omfatter i princippet alt andet. Det kan være ansattes forretningsrejser, transportydelser, der er købt hos et transportselskab (i modsætning til hvis man selv kører sine varer ud) samt udledninger fra underleverandørers produktion, anvendelsen af produkterne og bortskaffelse m.v.

Klimakompassets CO₂-beregner opdeler virksomhedernes / brugernes CO₂-udledninger i de nævnte scopes i overensstemmelse med GHG-protokollen. Foreløbig giver

CO2-beregneren mulighed for at beregne Scope 3-udledninger fra ansattes forretningsrejser (inklusive pendling), udledninger fra produktionen af indkøbte materialer som virksomheden anvender i sin egen produktion, samt udledninger der er relateret til affaldsbortskaffelse. Der er indtil videre ikke beregningsfunktioner for Scope 3-udledninger relateret til anden varetransport (købte transportydelser), produktanvendelse og outsourcing, men disse kan dog indgå i beregningen i det omfang, virksomheden allerede har tal for dem.

Læs mere om GHG-protokollen og scope 1, 2 og 3 på www.klimakompasset.dk

3.6.9 HUMAN RIGHT COMPLIANCE ASSESSMENT – QUICK CHECK

Quick Check er et webbaseret værktøj til at vurdere, i hvilket omfang en virksomhed lever op til de mest fundamentale internationale standarder for menneskerettigheder og arbejdstagerrettigheder. Human Rights Compliance Assessment Quick Check er udviklet af Institut for Menneskerettigheder i samarbejde med IFU/IØ og DI for at give virksomheder og investeringsfonde et komprimeret og præcist værktøj til vurdering af menneskerettighedsspørgsmål med relevans for virksomheder. LO har endvidere støttet en trykt dansk udgivelse af værktøjet.

www.eogs.dk/graphics/Samfundsansvar.dk/Dokumenter/HRCA_Quick_Check.pdf

3.6.10 DET SOCIALE INDEKS

Værktøjet Det Sociale Indeks har fokus på socialt ansvarligt arbejdsmiljø og stiller skarpt på dialog mellem ledere og medarbejdere som værktøj til at opnå et bedre socialt engagement på arbejdspladsen. Gennem en tilslutningsordning kan virksomheden synliggøre, at der arbejdes systematisk med forebyggelse, fastholdelse og rekruttering. Det gøres gennem en aktiv stillingtagen til, hvad virksomheden vil, gør og får ud af at arbejde med social ansvarlighed. Det Sociale Indeks er gratis at benytte og udarbejdet for Beskæftigelsesministeriet og Arbejdsmarkedsstyrelsen.

www.detsocialeindeks.dk

3.6.11 BÆREDYGTIGE INDKØB

Bæredygtige indkøb vinder mere og mere indpas inden for den private sektor. Flere virksomheder har erfaret, at der kan være store miljøforbedringer samt profileringsmæssige og økonomiske gevinster at hente ved at arbejde strategisk med bæredygtige driftsindkøb. Desuden kan arbejdet med en proaktiv bæredygtig leverandørstyring tilføre virksomhedens generelle miljøarbejde en ekstra dimension. Læs mere om, hvordan man kommer i gang med bæredygtige driftsindkøb på www.gronindkobsportal.dk eller gå ind på www.miljovejledninger.dk for at få hjælp til, hvilke produktspecifikke miljøkrav professionelle indkøbere kan stille. Her stiller Miljøstyrelsen 46 produktspecifikke miljøvejledninger til rådighed.

3.6.12 THE BUSINESS PRINCIPLES FOR COUNTERING BRIBERY

The Business Principles for Countering Bribery er et værktøj udviklet af Transparency International til brug for virksomheder, der ønsker at udvikle, videreudvikle eller forbedre deres anti-korruptionspolitik. Transparency International har også udviklet en version af værktøjet, som er tilpasset behovene hos små og mellemstore virksomheder.

www.transparency.org/global_priorities/private_sector/business_principles

Kilder

Lovtidende A: Lov om ændring af årsregnskabsloven

Regeringens handlingsplan for virksomheders samfundsansvar

Guidance on Corporate Responsibility Indicators in Annual Reports (United Nations Conference on Trade and Development)

GRI G3 guidelines

Projekt Overskud med Omtanke

Epinion Capacent undersøgelse for Erhvervs- og Selskabsstyrelsen (2008)

"Redegørelse for samfundsansvar – praktisk vejledning & inspiration"
Udgivet af Erhvervs- og Selskabsstyrelsens Center for Samfundsansvar
1. udgave maj 2009, 2. udgave december 2010
Publikationen findes elektronisk på www.samfundsansvar.dk