

DI Sådan

**Læs mere om**  
Hvordan CSR kan  
styrke din virksomheds  
omdømme og øge med-  
arbejdertilfredsheden i  
det daglige.

# Handel og ansvar

**Sådan** arbejder din handelsvirksomhed  
med samfundsansvar og bæredygtighed



**SÅDAN**



Handel

# Forord

Virksomhedernes samfundsansvar, eller Corporate Social Responsibility (CSR), er for alvor kommet på dagsordenen de seneste par år. Det gælder både i de skrevne og talte medier, men også hos mange af handelsvirksomhedernes professionelle kunder og ikke mindst hos de private forbrugere. Denne tendens kommer også til udtryk ved regeringens lovforslag om, at Danmarks ca. 1.100 største virksomheder skal rapportere om deres samfundsansvar i årsrapporten.

Meget tyder altså på, at den opmærksomhed, der nu er på samfundsansvar, er kommet for at blive.

Selvom mange danske handelsvirksomheder allerede har flere aktiviteter, der vil kunne kategoriseres som CSR, er det et fåtal, der har formuleret en CSR-strategi eller en officiel virksomhedspolitik på området. Det kan imidlertid være en god ide at få sat sin CSR-indsats i system og fortælle omverdenen om det. Både forbrugere og professionelle kunder i ind- og udland stiller nemlig i stigende grad krav til handelsvirksomhedernes CSR-indsats.

Derfor har DI Handel lavet denne vejledning til, hvordan man kan få sat sine overvejelser om CSR i system, hvordan man kommer i gang med et CSR-projekt og endelig, hvordan man bedst fortæller om den indsats, virksomheden gør.

November 2008

Lars William Wesch  
Branchedirektør, DI Handel



Udgivet af DI  
Tryk: Kailow Graphic A/S  
Redaktion: Peder Sogaard-Pedersen  
ISBN: 978-87-7353-759-6  
3000.11.08

**Fotos:**

**Side 4: Lemvigh-Müller**

På Lemvigh-Müllers lagre er der fokus på medarbejdernes daglige trivsel.

**Side 12: Solhjulet**

Martin er folkepensionist og ansat hos Solhjulet A/S, hvor han bl.a. står for oplæring af en af virksomhedens praktikanter i normer og adfærd på en arbejdsplads.

**Side 14: Dell**

Fra Dell's fabrik i Brasilien produceres mange af virksomhedens strømsvage computere.

**Side 18: Butlers Choice**

Adm. direktør Jacob Stokkebye Gertsen er på besøg hos en vietnamesisk hovedleverandør til Butlers Choice.

# Indhold

- 5 **Hvad er CSR?**
- 8 **Er det relevant for min virksomhed?**
- 10 **Solhjulet A/S**
- 13 **Hvad får min virksomhed ud af CSR?**
- 16 **Dell A/S**
- 19 **Hvad kræver det af min virksomhed?**
- 20 **Butler A/S**
- 23 **Hvordan kommer vi i gang?**
- 26 **Skal vi fortælle om det?**
- 28 **Lemvigh-Müller A/S**
- 31 **DI Handels 10 gode råd om CSR**
- 35 **Få mere information**



# Hvad er **CSR?**

CSR dækker over samfundsansvar i bred forstand. Alt lige fra miljø- og arbejdsforhold til udledning af drivhusgasser og virksomhedens etiske og sociale forhold. Bæredygtighed er også et udtryk, der ofte bruges i forbindelse med samfundsansvar.

🕒 **Corporate Social Responsibility (CSR)** er virksomheders frivillige arbejde med sociale, etiske, miljø- og klimamæssige forhold.

Bæredygtighed er i virkeligheden det bedste ord for det, der er sagens kerne i CSR, nemlig at virksomhedens aktiviteter skal kunne bære sig selv. Det gælder den økonomiske bæredygtighed, såvel som de konsekvenser virksomhedens drift kan have for sin omverden. Der skal være tale om et forretningsdrevet samfundsansvar, ellers vil virksomhedens CSR-indsats heller ikke være bæredygtig.

## Konkrete eksempler på CSR

---

### Sociale forhold

Frivilligt arbejde med sociale forhold er noget, der optager mange handelsvirksomheder. Det drejer sig både om trivsel for medarbejderne i virksomheden og integration af svage beskæftigelsesgrupper. CSR på dette område kan f.eks. være en indsats, der beskæftiger seniorer og folk med nedsat arbejdsevne i virksomheden.

### Ansvarlig leverandørstyring

Leverandørstyring inden for CSR handler om, at virksomheden stiller krav til sine leverandører. Dette gøres f.eks. ved at udarbejde et adfærdskodeks, i samarbejde med sine leverandører, om at overholde visse minimumsstandarder på et eller flere CSR-områder (f.eks. miljø, klima eller arbejdsforhold).

### Miljømæssige forhold

Miljømæssige forhold kender danske virksomheder godt til, i kraft af de høje miljømæssige krav, der er til virksomheder i Danmark. Men her er det vigtigt at understrege, at CSR kun kan bruges om det, man vil betegne som virksomhedens frivillige ansvar og derfor den miljømæssige indsats, der ligger udover eksisterende lovkraft. En miljømæssig indsats kan f.eks. være, at mindske mængden af affald ved at genbruge større andele af virksomhedens spild. Man kan også indgå aftaler med andre virksomheder, der er i stand til at genanvende virksomhedens spildprodukter.

### Klimamæssige forhold

Udledningen af drivhusgasser er et tema, der optager os alle, og klimaudfordringen er derfor et fælles ansvar. Særligt vores energiforbrug i dagligdagen og det brændstof vi bruger til transport, er med til at udlede drivhusgasser og dermed skade klimaet. En klimamæssig indsats i virksomheden kan f.eks. være en politik om at reducere energiforbruget og optimere forbruget af transport. Det vil desuden være en indsats, der er med til at reducere virksomhedens omkostninger på et omkostningstungt område.

## CSR i en handelsvirksomhed



---

### 🕒 Handelsvirksomhedernes CSR-indsats

**62 pct. af handelsvirksomhederne svarer bekræftende på, at de i dag stiller etiske, miljømæssige eller sociale krav til deres underleverandører.**



# Er det relevant for **min virksomhed?**

Ikke alle virksomheder mener, at samfundsansvar og bæredygtighed er relevant for dem. De synes måske, at virksomheden er for lille, eller at kerneforretningen er for specifik til, at man kan iværksætte et meningsfyldt CSR-projekt. Der er dog mange måder at integrere ansvarlighed i sin forretning på.

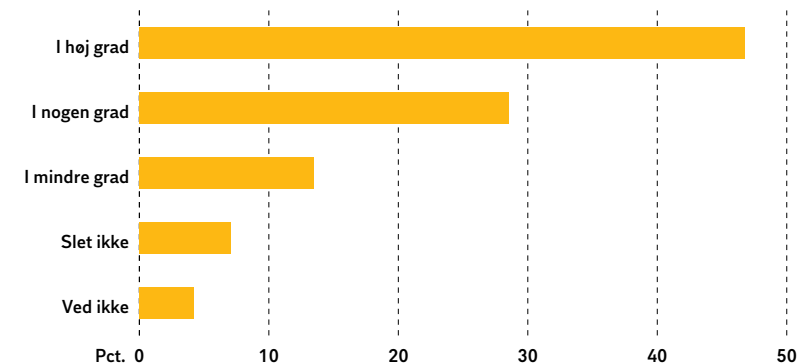
Det er i virkeligheden kun ganske få virksomheder, der har ressourcer til at gennemføre store forkromede CSR-strategier med tilhørende mediekampanjer. Mindre kan heldigvis også gøre det. Det vigtigste er, at CSR-projektet er skræddersyet til den enkelte virksomhed og de arbejdsforhold, kunder, leverandører og andre samarbejdspartnere, som virksomheden har. De virksomheder, der har valgt at medvirke i denne pjece, illustrerer netop, at CSR kan være mange ting og ikke behøver at være afhængig af hverken størrelse eller ressourcer.

Desuden er samfundsansvar og bæredygtighed ikke længere noget, som kun kræves af globale virksomheder. Lige så ofte er det den mindre og mellemstore virksomheds omverden, der stiller nye krav til virksomhe-

dens adfærd og dermed deres samfundsansvar. Flere undersøgelser viser nemlig, at der er efterspørgsel på virksomheder, der handler ansvarligt.

## CSR betyder noget for forbrugerne

"I hvilken grad har det betydning for dig som forbruger, at den virksomhed, du køber dine varer hos, handler forsvarligt efter sociale, etiske og miljømæssige retningslinjer?"



Kilde: DI Handel undersøgelse lavet i samarbejde med IFKA blandt 1.100 danskere (september 2008)

## Regeringens handlingsplan for samfundsansvar

Regeringen har foreslået at gøre det lovpligtigt for Danmarks ca. 1.100 største virksomheder at rapportere om deres samfundsansvar i årsrapporten. Selvom det ikke i øjeblikket gælder for mindre virksomheder, så er de ofte leverandører til de virksomheder, der fremover bliver pålagt at synliggøre deres samfundsansvar eller mangel på samme.

Et andet væsentligt element i regeringens CSR-politik er, at fælles statslige indkøbsaftaler fremover vil inddrage krav om samfundsansvar. Meget tyder altså på, at den opmærksomhed, der er på samfundsansvar, er kommet for at blive.



# Økologi og rummelighed hos Solhjulet A/S



---

## ☺ Solhjulets 3 gode råd

**Integrér CSR-indsatsen i jeres forretningsstrategi.** CSR-initiativet skal tænkes ind i virksomhedens kerneforretning og bør have ledelsens fulde opbakning, inden projektet påbegyndes.

**Lav forventningsafstemninger.** Sørg for at lave konkrete og specifikke målsætninger for projektet, og inddrag med udgangspunkt heri en klar forventningsafstemning fra medarbejderne.

**Inddrag de berørte medarbejdere i implementeringsfasen.** Udvikling af en CSR-strategi kræver en god intern kommunikation og samtidigt, at ledelsen forstår at inddrage medarbejderne i, hvordan strategien helt konkret skal føres ud i livet.

---

**Solhjulet er en grossistvirksomhed for økologiske og biodynamiske fødevarer af høj kvalitet.** Virksomheden har de seneste par år oplevet en stor vækst og har i dag ca. 40 ansatte. Det skyldes ikke mindst den stigende interesse for økologiske madvarer. Produktsortimentet er nemlig en stor del af Solhjulets bæredygtige profil. Her sælges kun fødevarer, der er godkendt økologiske, og virksomheden er dermed med til at støtte et bæredygtigt landbrug.

Udover at føre et bæredygtigt produktsortiment, arbejder Solhjulet også internt med CSR. I samarbejde med Virksomhedsnet Viborg, har Solhjulet valgt at integrere ”udsatte” medborgere i sin medarbejderstab. Det gælder f.eks. ansættelse af seniorer og medarbejdere med nedsat arbejdsevne. Det har ikke kun givet Solhjulet ekstra hænder i dagligdagen, men også givet en større medarbejdertilfredshed blandt det øvrige personale.

Personalechef Klaus Bolving udtaler:

– Det handler om at føle en vis stolthed i det arbejde man laver, og det sted hvor man arbejder. Det giver ikke bare tilfredse medarbejdere, men gør det også nemmere for os at rekruttere det personale, vi har brug for.

Den medarbejdertilfredshed kan man dog ikke tage for givet. Derfor er Solhjulet også meget opmærksom på ikke at drive for meget rovdrift på den sociale rummelighed og sammenhængskraft i virksomheden. Det har bl.a. fået Solhjulet til at tage en dialog med medarbejderne omkring CSR-arbejdet, og til at udpege mentorer, der kan hjælpe med at føre CSR-projektet ud i livet.



# Hvad får **min virksomhed** ud af CSR?

Samfundsansvar og bæredygtighed handler ligeså meget om nytænkning og problemløsning, som det handler om ansvarlig virksomhedsdrift. Brug derfor CSR til at få løst et konkret problem:

## ① **Styrkelse af virksomhedens omdømme og brand**

Virksomheden kan opbygge goodwill ved at fortælle om det gode arbejde og dermed styrke jeres omdømme. Det kan samtidig være et godt værn mod kritik af virksomheden, når I åbner virksomheden for en bredere kreds, der dermed får et bedre kendskab til jer og jeres varemærke.

## ② **Bedre opfyldelse af kundekrav og præferencer**

I kan opleve en konkurrencefordel, når I adskiller jer fra de konkurrenter, der ikke fortæller åbent om deres CSR-aktiviteter. Det kan styrke virksomhedens generelle image og efterspørgslen efter jeres produkter. Samtidig har I også et forspring, når kunder og andre interessenter stiller krav om øget dokumentation.



### ③ Øget medarbejdertilfredshed, nemmere rekruttering og fastholdelse

Jeres medarbejdere bliver stolte af at arbejde i en virksomhed, der får positiv omtale eller bliver kendt for at handle konsekvent, når det gælder CSR. De engagerede medarbejdere bliver dermed gode ambassadører for virksomheden blandt deres egen familie og venner. Det gør det samtidigt nemmere at fastholde gode medarbejdere og rekruttere nye.

### ④ Hvis virksomheden mangler hænder

Der findes mange gode eksempler på virksomheder, der har ansat folk med begrænset kontakt til arbejdsmarkedet. Det kan både være ufaglært eller faglært arbejdskraft blandt svagere beskæftigelsesgrupper.



### ⑤ Når dine kunders omdømme er på spil

I takt med at globaliseringen har gjort verden mindre, er det blevet mere og mere almindeligt for danske handelsvirksomheder at have underleverandører i tredjeverdenslande. Det giver lavere omkostninger, men medfører også en højere risiko for børnearbejde, tvangsarbejde, dårligt arbejdsmiljø, forurening til skade for lokalområdet osv.

Hvis din virksomhed har større kunder (eller gerne vil have det) med en stærk offentlig profil og brand, så vil det ofte give en konkurrencemæssig fordel at etablere et adfærdskodeks eller "code of conduct" for din egen virksomheds underleverandører. Det har typisk også en positiv effekt på produktkvalitet, levering og loyalitet fra underleverandørens side, når det er muligt at etablere et samarbejde omkring ansvarlighed.

### ⑥ For at mindske ressourcspildet

Indsats for at mindske jeres egen miljøbelastning eller udvikling af en klimastrategi for virksomheden handler ofte om det samme: optimering af virksomhedens ressourceforbrug. I begge tilfælde er man nødt til at skabe sig et overblik over virksomhedens forbrug af energi, transport og brændstof, brug af genanvendelige produkter osv. Det kan være med til at afsløre spild og reducere virksomhedens omkostninger.

### ⑦ Lettere adgang til kapital

Flere og flere investorer lægger vægt på, at virksomheder opfører sig ansvarligt, og at de på lang sigt kan gøre en god etisk investering.



# Miljø- og klimaansvar hos Dell

## ➔ Dell's gode råd om CSR

**Tag dialogen med de relevante parter.** Indled en dialog med de vigtigste aktører – også konkurrenter og dem I ikke nødvendigvis er enige med – om de svære og kontroversielle emner, f.eks. miljø hos underleverandører.

**Find jeres fokus.** Det er fristende at sprede sig ud over mange aktiviteter, for der er meget, man kan og gerne vil gøre. Men hvis formålet er internt engagement og en positiv profil udadtil, så er det bedst at fokusere indsatsen og udvikle CSR-projektet, så det får gennemslagskraft.

**Dell Danmark er en del af en global koncern**, der sælger computere og computerudstyr til både private og erhvervs kunder. Den danske del af koncernen har i dag ca. 50 ansatte. Globalt set har Dell en ambition om at blive den grønneste teknologivirksomhed i verden. Det betyder, at de må tænke miljø ind i alt, hvad de gør, lige fra produktdesign til den daglige drift.

På driftssiden tænker virksomheden alternativ energi ind, hvor det er muligt. For eksempel bliver Dell's amerikanske hovedkvarter i Austin, Texas med mere end 10.000 ansatte, udelukkende drevet af vedvarende energi fra vind og metangas. Dell's egne kunder har også mulighed for at bidrage til et bedre globalt klima, ved at indgå i "Plant a Tree" eller "Plant a forest" initiativerne. Her er kunden med til at finansiere beplantning af træer forskellige steder i verden, for at nedbringe konsekvenserne af CO<sub>2</sub>-udledningen fra deres it-løsninger.

## CO<sub>2</sub>-neutrale løsninger

I Danmark har Dell underskrevet en "Kurveknækker-aftale" med Elspareren, der skal understøtte virksomhedens arbejde med at nedbringe elforbruget i virksomheden. I september 2008 annoncerede Dell og Københavns Kommune en aftale indgået under Dell's internationale "Plant a Forest"-program, hvor der blev plantet 500 træer i forbindelse med kommunens nyindkøbte Dell servere, så løsningen blev CO<sub>2</sub>-Neutral. Derudover støtter Dell også det danske "Plant et Træ"-program.

Klima- og miljøindsatsen fra Dell's side har ikke bare gjort virksomheden attraktiv for nye kunder, men også styrket forholdet til eksisterende kunder.

– Der er ikke nogen tvivl om, at det er et stærkt argument over for kunder, at dine services og produkter kan understøtte arbejdet med deres *egen* grønne profil, siger Stig Jørgensen, administrerende direktør for Dell Danmark.

Medarbejdertilfredshed og rekruttering er ifølge Stig Jørgensen også en klar gevinst ved Dell's CSR-projekt:

– Alle vil gerne arbejde et ordentligt sted. En virksomhed med samvittighed, og CSR-arbejde giver både en fællesskabsfølelse og en social dimension til arbejdspladsen. Det bliver derfor også et vigtigt element i rekrutteringssammenhænge.



# Hvad kræver det af min virksomhed?

Det kræver i første omgang fuld opbakning i ledelsen, når man vil udvikle en CSR-strategi. Dernæst kræver det opbakning og engagement blandt virksomhedens øvrige personale. Derfor er det vigtigt først at få kortlagt, hvad virksomhedens kerneaktiviteter er (indkøb, salg, distribution, kundeservice etc.) og dernæst, hvor virksomheden ville drage nytte af at påbegynde et CSR-projekt. Samfundsansvar og bæredygtighed handler som sagt om at tænke nyt og løse problemer.

- ☺ **Et velfungerende CSR-projekt** kræver omtanke og tid. Virksomhedens samfundsansvar er noget, der skal arbejdes strategisk med, hvilket vil sige, at CSR skal gøres til en integreret del af virksomhedens profil.

## Strategisk ansvarlighed

For at arbejde strategisk med CSR-initiativer, er det vigtigt at udarbejde en formel virksomhedspolitik på det pågældende område. Det forpligter på den ene side virksomheden til at påtage sig et reelt ansvar, men på den anden side giver det også klarhed for virksomhedens omgivelser, hvad hensigten er med projektet.



# Leverandørstyring hos Butler's Choice

## ☺ Tre gode råd fra Butler's Choice

**Sørg for at CSR-indsatsen er tilpasset jeres specifikke virksomhed.** Start med at identificere hvilke områder af jeres virksomhedsdrift, der kan udgøre en samfundsmæssig og miljømæssig belastning og tag udgangspunkt i det.

**Undgå at springe over hvor gærdet er lavest.** Det nytter ikke noget at kommunikere virksomhedens sociale ansvarlige adfærd, hvis virksomheden samtidigt belaster miljøet hårdt.

**Tænk utraditionelt og glem alle fordomme.** Tving ikke leverandøren fra dag ét til at gøre det ene og det andet. Tag processen i små trin, samtidigt med at samhandlen øges, hvis du tror på leverandøren og dens ledelse. Dermed skabes respekt og forståelse for at løse de fælles problemer.

**Butler's Choice er en fødevarer grossist** der primært sælger fisk som frysevarer, tørret frugt og nødder. Virksomheden har ca. 30 ansatte og sælger til mange af landets store dagligvarekæder.

Siden etableringen i 1997 har Butler's Choice arbejdet med grønne værdikæder og social ansvarlighed. Under logoet "We Care to be Fair" importeres forskellige fiskeprodukter, cashewnødder m.m. fra Vietnam og Indien. Her har de lokale fiskeopdrættere og farmere forpligtet sig til at producere med respekt for mennesker og miljø, at behandle medarbejderne ordentligt og betale dem en aftalt minimumsløn.

Adm. direktør Jacob Stokkebye Gertsen mener det derfor alvorligt, når han fastholder, at Butler's Choice skal handle socialt ansvarligt og grønt. Det har betydet, at virksomheden nu kan pryde sig af flere CSR certificeringer, der viser, at der er tale om en etisk forsvarlig virksomhed. Det drejer sig om bl.a. SA 8000 om virksomhedens sociale engagement og ISO 14001 om miljøforhold, i både Vietnam og Indien. I 2007 tilsluttede Butler's Choice sig FN's Global Compact, der omhandler virksomhedens ansvar for menneskerettigheder, arbejderrettigheder, miljøet og kampen mod korrupsion. Det er opnået ved et tæt samarbejde med sine råvareleverandører i Vietnam og Indien, og gennem en længere proces med de internationale organisationer, der udsteder de relevante CSR-certifikater.

## CSR kan give øget salg og bedre nattesøvn

Butler's Choice mener, at den samfundsansvarlige indsats ikke bare giver mere tilfredse og produktive medarbejdere, men også forøger kvaliteten og styrker virksomhedens konkurrencedygtighed ved at differentiere deres produkt fra konkurrenternes. Fiskeprodukter fra Butler's Choice er også kendt for sin høje kvalitet, men var det ikke for virksomhedens store CSR-indsats, var der formentlig en del færre, der havde hørt om den lille virksomhed med ca. 30 medarbejdere.

– Når folk går i frysedisken i det lokale supermarked, så vil den bevidste forbruger genkende vores logo og nikke genkendende til historien om den lille virksomhed, der gør en forskel. Det er dejligt, at der bliver flere og flere forbrugere, som støtter op om vores værdier, udtaler Jacob Stokkebye Gertsen.

Arbejdet med virksomhedens underleverandører er krævende og forudsætter en tæt dialog og forståelse for den kultur og det land, der importeres fra.

– Vi arbejder for bedre kvalitet i alle led, men vi ser det også som en investering, der vil komme tilbage i form af bedre nattesøvn og større salg af vores varer, udtaler Butler's adm. direktør.



# Hvordan kommer vi i gang?

**Jeres virksomhed** er formentlig allerede godt i gang med aktiviteter, der kan karakteriseres som CSR-aktiviteter. Det kan være jeres arbejde med miljø og klima, som f.eks. reduktion af energiforbruget og mere effektiv transport af jeres varer. Det kan også være aktiviteter, der varetager de svagere medarbejdere på arbejdspladsen.

Uanset om I ønsker at formalisere jeres nuværende CSR-aktiviteter, eller om I vil iværksætte nye, så er de nedenstående fem trin et godt værktøj til at komme i gang.



---

## Fem trin til en CSR-strategi i din virksomhed

### Overblik

- ➔ Hvad er virksomhedens kerneforretning?
- ➔ Hvilke udfordringer hører til virksomhedens dagligdag?
- ➔ Hvordan kan CSR bidrage positivt?
- ➔ Hvilke CSR-aktiviteter passer til virksomhedens profil, værdier, målsætninger og strategi?
- ➔ Dan jer et overblik over jeres interessenter (ansatte, kunder, leverandører osv.)
- ➔ Hvem skal være med i arbejdet – ledelse, medarbejdere, andre?

### Vurdering

- ➔ Vurdér og prioritér virksomhedens udfordringer
- ➔ Overvej relevante CSR-aktiviteter for hver udfordring
- ➔ Sæt realistiske og opnåelige mål
- ➔ Inddrag de relevante interessenter
- ➔ Udnyt DI's værktøjer (se f.eks. [www.csrkompasset.dk](http://www.csrkompasset.dk) og [www.klimakompasset.dk](http://www.klimakompasset.dk))

---

## ➔ Øget krav om CSR i handel

**74 pct. af de danske handelsvirksomheder vil i de kommende år øge miljøkravene til deres leverandører 60 pct. vil øge kravene til arbejdsmiljø, mens godt halvdelen vil øge kravene til leverandørernes sociale ansvar.**

Kilde: DI Handels medlemsundersøgelse (august 2008)

---

## Planlægning

- ➔ Lav en handlingsplan for jeres fremtidige CSR-aktivitet(er)
- ➔ Start med små projekter
- ➔ Udpeg en projektansvarlig
- ➔ Fasthold ledelsesmæssigt ansvar i projektet

## Udførelse/Handling

- ➔ Iværksæt første fase af handlingsplanen og følg op med løbende evalueringer
- ➔ Husk at tage hensyn til virksomhedens arbejdskultur og forhold for at sikre opbakning blandt de ansatte
- ➔ Orienter løbende ledelse og medarbejdere ved f.eks. at have projektet på dagsordenen til månedlige/kvartalsmæssige møder

## Evaluering

- ➔ Vurdér projektets resultater, målsætninger og tilfredshed blandt relevante interessenter
- ➔ Lav justeringer og overvej om der skal foretages opfølgende projekter

---

## ➔ Kommunikation af CSR

**Under en fjerdedel af handelsvirksomhederne fortæller om deres CSR-aktivitet i pressen, på deres hjemmeside og via andre medier.**

Kilde: DI Handels undersøgelse blandt mindre og mellemstore virksomheder (juni 2008).



# Skal vi **fortælle** om det?

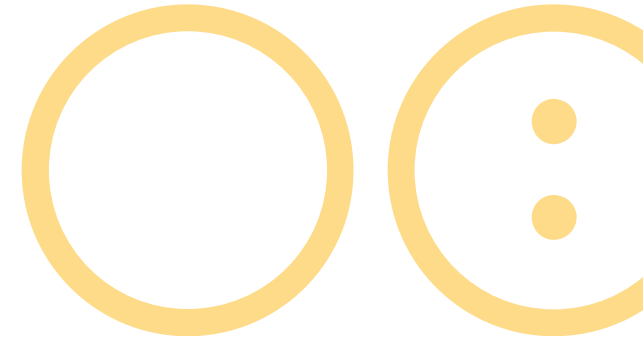
En vigtig del af arbejdet med CSR handler også om at fortælle andre om jeres gode arbejde. Det gælder f.eks. kunder, investorer, medarbejdere og andre interesserede. I kan for eksempel formidle jeres succesfulde CSR-aktiviteter til omverdenen på jeres hjemmeside, i nyhedsbreve, via lokalaviser, over for kunder eller offentlige myndigheder.

## **Vær beredte på spørgsmål**

Uanset, om virksomheden ønsker at fortælle om CSR-aktiviteter eller ej, så bør I være forberedte på at blive mødt af krav eller spørgsmål fra jeres omverden, der ønsker nærmere information om, hvordan I driver jeres virksomhed. Så I bør have et vist beredskab parat – som f.eks. en officiel CSR-politik.

## **Lov ikke mere end I kan holde**

Som i al kommunikation, er det vigtigt at holde, hvad man lover. Derfor skal I være præcise i al formidling af CSR-arbejdet. Nok kan CSR være med til at profilere virksomheden overfor kunder og medarbejdere, men samme aktivitet kan også skade virksomhedens omdømme, hvis der er noget, der ikke holder vand.



## **Potentielle faldgruber ved CSR**

Hvis medierne får anledning til at tro, at virksomheden ikke har dokumentationen i orden, eller at virksomheden har manipuleret med data og analyser, kan der opstå problemer.

Når man for eksempel fortæller om virksomhedens miljøindsats, skal man sikre sig, at det gælder hele vejen rundt. Er der steder i organisationen med væsentlige miljøproblemer, som ikke tåler dagens lys, så kan det give bagslag at fortie det, også selvom alt andet om virksomhedens miljøindsats passer.

CSR-arbejdet krydser grænser, så virksomheder skal både i og uden for Danmark være opmærksomme på de regler, der er opstillet på markedsføringsområdet. I Danmark findes regler om god markedsføringsskik, der bl.a. betyder, at markedsføring ikke må være urigtig, vildledende eller urimeligt mangelfuld. Man skal derudover kunne dokumentere alle påstande.



# Værdier og **socialt** **ansvar** hos Lemvigh-Müller



## ➞ **Lemvigh-Müllers gode råd**

**CSR skal udspringe af virksomhedens egne værdier.** CSR skal være noget, der er indeholdt i de grundværdier, man til daglig forbinder med sin virksomhed og arbejdsplads. Det er forudsætningen for at arbejde strategisk med CSR.

**Samfundsansvar skal kommunikeres klart og præcist.** Det er vigtigt at opsætte nogle konkrete politikker og målsætninger, som man vil være i stand til at efterleve og følge op på – hellere simpelt og forståeligt, frem for kompliceret og uopnåeligt.

**Lemvigh-Müller er Danmarks største stål- og teknikgrossist** med knap 2.000 medarbejdere og en årlig omsætning på næsten 8 mia. kroner. På trods af størrelsen er det en virksomhed, som ikke er bredt kendt i offentligheden, primært fordi den henvender sig til det professionelle marked.

Imidlertid er Lemvigh-Müllers adm. direktør Morten Jørgensen både medstifter af Rådet for Bæredygtig Erhvervsudvikling og indehaver af næstformandsposten for Det Nationale Netværk, der står for en lang række både nyttige og synlige CSR-aktiviteter.

Rådet indgår bl.a. i dialog med myndigheder og NGO'er for at skabe en bæredygtig markedsudvikling, mens Det Nationale Netværk er fokuseret på at begrænse social udstødning og øge integrationen på arbejdsmarkedet.

### **Skal leve op til forventningerne**

For Lemvigh-Müller har det igennem mange år været naturligt at påtage sig et samfundsmæssigt ansvar, men samtidigt har man også været påpasselig med at melde for kraftigt ud om den samfundsmæssige indsats overfor de forskellige interessenter.

– Det er nødvendigt at strukturere og formalisere sin samfundsmæssige indsats, så man ikke får skabt forventninger, virksomheden i sidste ende ikke kan leve op til. Det gælder ikke bare eksternt overfor kunderne, men også internt i virksomheden, siger Morten Jørgensen.

Virksomheden har i dag klare politikker inden for flere af de områder, der ligger under det samlede CSR-begreb. Og specielt på det sociale område yder Lemvigh-Müller allerede en stor indsats, hvilket betød, at de i 2004 blev tildelt Netværksprisen for deres indsats på det sociale område. I takt med samfundets og erhvervslivets stadig større fokusering på klima og miljø ser virksomheden for tiden nærmere på at styrke sin profil inden for disse felter.

– Integration af samfundsansvar i en virksomhed på vores størrelse vil altid være en løbende proces, men det er vigtigt at gøre det til en del af den almindelige forretningsudvikling, siger Morten Jørgensen og påpeger, at der også er oplagte forretningsmæssige gevinster.

Lemvigh-Müllers samfundansvarlige profil, har sammen med virksomhedens konkrete CSR-aktiviteter, givet en markant fremgang i målinger af trivsel og ledelseskvaliteten internt i virksomheden. Det viser netop, at det kan betale sig at gøre en forskel til daglig.

## Lav en kommunikationsplan

- ➔ Tegn et landskab over jeres interessenter og udvælg de primære til at høre om jeres CSR-indsats
- ➔ Husk den interne kommunikation. Virksomhedens medarbejdere er utrolig vigtige i både udviklingen og kommunikationen af jeres CSR-strategi.
- ➔ Indled en dialog med interessenterne og hør om deres forventninger og krav. Formentlig vil jeres erhvervskunder prioritere én type information, hvor jeres leverandører vægter noget andet. Investorer ønsker måske at vide noget om risici og fremtid, mens de private forbrugere måske hellere vil vide, om jeres arbejde påvirker deres dagligdag.
- ➔ Overvej, hvilke kanaler I vil benytte jer af over for de forskellige interessenter. Skal det være virksomhedens egne medier (hjemmeside, årsberetning, nyhedsbreve, reklamer) eller ønsker I at komme ud til en bredere kreds, f.eks. via landsdækkende medier eller medier i jeres lokalområde.
- ➔ Benyt jer af jeres samarbejdspartnere ved at lade dem fortælle og bakke op om jeres initiativer. Det giver øget troværdighed, hvis andre støtter jeres budskaber ved at udtale sig positivt om jeres CSR-indsats.
- ➔ Stil op, når I bliver spurgt. Vær beredte på, at I kan møde spørgsmål, kritik eller i det hele taget blive mere synlige. Har I dokumentation for jeres arbejde, er der ikke noget at frygte. Tværtimod kan I være med til at synliggøre handelserhvervets indsats med CSR og jeres virksomhed i særdeleshed.
- ➔ Vurder effekten af jeres kommunikation. Evaluer løbende jeres kommunikationsindsats for at afklare, om det virker efter hensigten.



## DI Handels 10 gode råd om CSR

- ① **Gør CSR til en del af virksomhedens forretningsstrategi**  
Hvis ikke I selv kan se en sammenhæng mellem jeres CSR-aktivitet og den daglige drift, kan jeres medarbejdere og kunder heller ikke se det.
- ② **Sørg for opbakning i ledelsen**  
Hvis ikke ledelsen føler et ansvar for CSR-projektet, så bliver det svært for medarbejderne at prioritere det i deres hverdag.
- ③ **Inddrag medarbejderne**  
Sørg for at engagere medarbejderne i virksomhedens CSR-strategi. Medarbejdere, deres familie og venner kan vise sig at være virksomhedens bedste ambassadører.
- ④ **Tænk utraditionelt**  
Brug jeres CSR-strategi til at få løst et konkret problem i virksomheden. CSR handler også om at tænke nyt og udvikle sin forretning.
- ⑤ **Find jeres fokus**  
Det kan være fristende at sprede indsatsen ud over mange aktiviteter, men en fokuseret indsats giver et bedre internt engagement og en mere slagkraftig profil udadtil.
- ⑥ **Tag snakken med de relevante parter**  
Indled en dialog med de aktører, der har betydning for jeres forretning – også konkurrenter og dem I ikke nødvendigvis er enige med.
- ⑦ **Formuler en klar og konkret CSR-politik**  
En formel virksomhedspolitik forpligter virksomheden til at påtage sig et reelt ansvar, men gør det også nemmere for virksomhedens omgivelser at forholde sig til.
- ⑧ **Lov ikke mere end I kan holde**  
Lad vær med at fortælle om en CSR-indsats, der endnu ikke er sat i værk. Sørg for altid at kunne dokumentere jeres påstande.
- ⑨ **Vær ærlig omkring virksomhedens problemer**  
Det virker upålideligt at fortælle om jeres positive CSR-aktiviteter, hvis ikke I også er parate til at omtale virksomhedens udfordringer. Sørg for samtidigt at omtale jeres løsningsforslag.
- ⑩ **Få andre til at fortælle om virksomhedens CSR-indsats**  
Det virker altid mere troværdigt, at lade tilfredse kunder og samarbejdspartnere fortælle om jeres virksomhed, end hvis I selv gør det.

## Få mere information

### ➔ **CSRkompasset.dk**

DI har i samarbejde med Økonomi- og Erhvervsministeriet og Institut for Menneskerettigheder lavet et konkret værktøj til leverandørstyring på hjemmesiden [www.csrkompasset.dk](http://www.csrkompasset.dk).

### ➔ **Klimakompasset.dk**

Få hjælp til at udvikle jeres egen klimastrategi og opstille klimaregnskab på hjemmesiden [www.klimakompasset.dk](http://www.klimakompasset.dk). Her kan du også finde masser af nyttig information, links o.a.

### ➔ **Overskud med omtanke**

På hjemmesiden kan du finde kursusmateriale, forskellige CSR-publikationer og konkrete værktøjer til at komme i gang med jeres projekt: [www.overskudmedomtanke.dk](http://www.overskudmedomtanke.dk).

### ➔ **FN's Global Compact**

FNs Global Compact er verdens største initiativ for virksomheders samfundsmæssige ansvar. På hjemmesiden kan du få information om, hvordan jeres virksomhed tilslutter sig og hvad de 10 principper indeholder: [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org).

### ➔ **Regeringens handlingsplan**

Du kan læse hele regeringens handlingsplan for samfundsansvar på hjemmesiden: [www.samfundsansvar.dk](http://www.samfundsansvar.dk).

### ➔ **Hvem kan hjælpe os undervejs?**

Hvis din virksomhed planlægger et nyt CSR-projekt eller vil udbygge det I allerede har sat i værk, så kan du ringe til DI Handel og få råd og vejledning. Ring til 3377 3377 og få fat i en CSR-medarbejder. Du kan også læse mere om de virksomheder, der har medvirket i pjecen, på DI Handels hjemmeside: [handel.di.dk](http://handel.di.dk).



Danske handelsvirksomheder står ofte i forreste linie, når det gælder omverdenens krav til etik og samfundsansvar. Erhvervs-kunder, private forbrugere og offentlige indkøbere stiller stadig større krav til samfundsansvar og bæredygtighed. De voksende etiske krav gælder såvel de enkelte produkter som adfærden i den enkelte virksomhed. Kundernes forventninger til handelsvirksomhedernes samfundsansvar strækker sig altså langt ud over det produkt eller den service, som virksomhederne leverer.

DI Handel har derfor udarbejdet denne vejledning til, hvordan man kan få sat sine overvejelser om egen CSR-indsats i system, hvordan man kommer i gang med et CSR-projekt og endelig hvordan man fortæller omverdenen om indsatsen.

