

# DANMARK I DEN GLOBALE ØKONOMI

## SEKRETARIATET FOR MINISTERUDVALGET

Prins Jørgens Gård 11, 1218 København K

Telefon 33 92 33 00 - Fax 33 11 16 65

8. februar 2006

## Notat om Corporate Social Responsibility<sup>1</sup>

Corporate Social Responsibility (CSR) er en bred samlebetegnelse, som dækker over en lang række miljømæssige og sociale<sup>2</sup> aspekter ved virksomhedsdriften. CSR begrebet er ikke et statisk begreb. Derfor vil de elementer, som virksomhederne fokuserer på, variere over tid, samt mellem brancher og lande.

### Eksempler på CSR-aktiviteter

CSR er primært knyttet til de miljømæssige og sociale<sup>3</sup> aspekter ved at drive virksomhed såvel i Danmark som i udlandet. Begge rummer en lang række forskelligartede temaer.

Eksempler på sociale temaer	Eksempler på miljømæssige temaer
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Overholde menneskerettigheder og sikre arbejdstagerrettigheder</li><li>▪ Sikre et godt arbejdsmiljø og undgå arbejdsulykker</li><li>▪ Uddanne og oplære medarbejdere</li><li>▪ Integrere marginaliserede grupper</li><li>▪ Indgå i partnerskaber eller yde finansiel støtte til kunst, sport og uddannelse</li><li>▪ Tage hensyn til oprindelig folks kulturer</li><li>▪ Sikre gode arbejdsforhold hos leverandørerne</li><li>▪ Tage virksomhedsetiske hensyn ift. ansvarlig markedsføring, korrupsion og pengevask</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Implementere miljøledelsessystem</li><li>▪ Minimere brugen af affald og bortskaffe det på en miljømæssig forsvarlig måde</li><li>▪ Minimere brugen af ressourcer og råstoffer, herunder energi og vand</li><li>▪ Anvende alternative energikilder</li><li>▪ Minimere anvendelsen af farlige kemikalier</li><li>▪ Drage omsorg for dyrs velfærd</li><li>▪ Sikre miljømæssige forhold hos leverandørerne</li><li>▪ Producere og efterspørge miljørigtige produkter og ydelser</li></ul>

### 1.1 Virksomheders sociale og miljømæssige tiltag som markedsvilkår

Forbrugernes interesse for virksomhedernes adfærd er bl.a. søgt opgjort i en undersøgelse<sup>4</sup> fra 2000 af 12.000 europæiske forbrugeres forhold til virksomhedernes CSR. 70 % af de adspurgte forbrugere svarede, at virksomhedens engagement i CSR har betydning for deres køb af produkter eller services. 44 % svarede endvidere, at de var villige til at betale mere for produkter eller service, som var socialt eller miljømæssige ansvarlige. I Danmark var 64 pct. af de adspurgte forbrugere positive overfor at betale mere for produkter eller service, som var socialt eller miljømæs-

<sup>1</sup> Notatet er udarbejdet af Sekretariatet for ministerudvalget for Danmark i den globale økonomi. Notatet er sendt til Globaliseringsrådet som faktuel baggrund for Globaliseringsrådets diskussioner. Globaliseringsrådet kan ikke tages til indtægt for notatet.

<sup>2</sup> Det engelske begreb "social" i CSR dækker over langt flere temaer end det danske begreb "social", idet førstnævnte henviser til det samfundsmæssige generelt set.

<sup>3</sup> Det engelske begreb "social" i CSR dækker over langt flere temaer end det danske begreb "social", idet førstnævnte henviser til det samfundsmæssige generelt set.

<sup>4</sup> Jf. CSR Europe: "The first European survey of consumers' attitude towards Corporate Social Responsibility", 2000

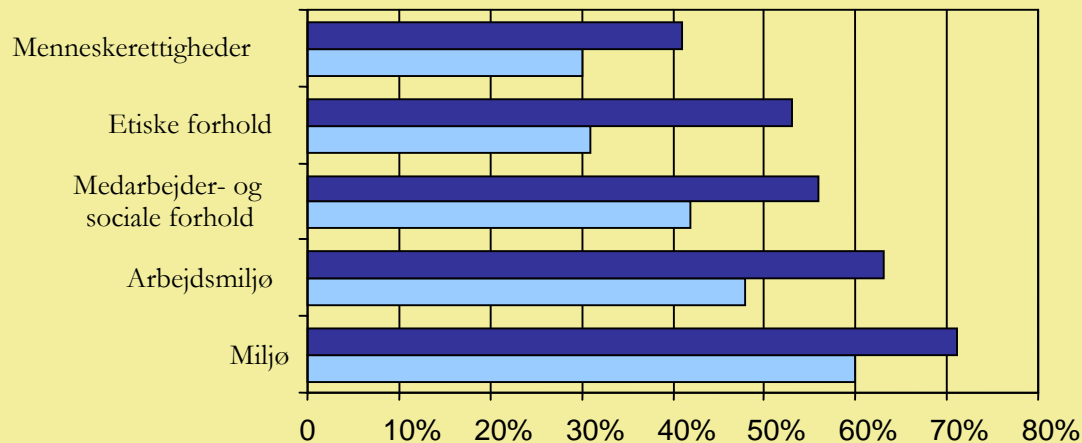
sige ansvarlige og Danmark er derved det europæiske land, hvor den største andel af forbrugerne var villige til at betale mere.<sup>5</sup>

En dansk undersøgelse af CSR-kravene i leverandørkæden viser, at etik, miljø og sociale forhold vinder indpas som markedskrav på linje med kvalitet, pris og levering, jf. nedenstående boks.

#### Erhvervskunder stiller CSR-krav<sup>6</sup>

Oxford Research har i 2004 lavet en undersøgelse blandt 533 danske topledere af CSR kravene i leverandørkæden. Undersøgelsen viser, at 6 ud af 10 danske virksomheder bliver i dag mødt af CSR-krav fra deres erhvervskunder. Over halvdelen af de adspurgte topledere vurderer, at kravene vil stige.

Områder der bliver stillet krav til:



■ Markedspress – Andelen af erhvervskunder, der tillægger det afgørende/stor nogen betydning [Spm: ”Inden for hvilke områder og i hvilken grad (afgørende/stor – nogen - mindre/uden betydning) oplever I, at jeres erhvervskunder kunder stiller krav i dag?”]

□ Dokumentationskrav – Andelen af erhvervskunder der stiller dokumentationskrav [Viser andelen af virksomheder, der oplever krav om dokumentation fra deres erhvervskunder]

Undersøgelsen viser endvidere, at der ikke er store forskelle i markedspresset for CSR mellem forskellige brancher. Der er heller ikke umiddelbart tale om, at bestemte brancher presses inden for særlige CSR temaer. Derimod peger undersøgelsen på, at virksomhederne i alle brancher oplever, at etiske, sociale og miljømæssige forhold indgår som en del af de generelle markedskrav.

I en undersøgelse blandt 175 indkøbere i danske virksomheder<sup>7</sup> mente godt 40 % af de adspurgte indkøbere, at CSR forholdene hos leverandørerne vil få stor eller afgørende betydning for virksomhedernes omdømme i fremtiden. Samme undersøgelse viser desuden, at 13 % af de adspurgte virksomheder har afbrudt samarbejdet med leverandører på grund af manglende efterlevelse af CSR-krav, og 56 % har overvejet det.

<sup>5</sup> Undersøgelserne er ikke udtryk for hvordan forbrugerne reelt handler. Noget tyder dog på, at en del forbrugere fører deres holdninger ud i livet. I en undersøgelse blandt 25.000 borgere i 23 lande svarede 23 %, at de inden for det seneste år havde undladt at købe produkter fra en virksomhed, som de ikke mente levede op til sit samfundsansvar, jf. Environics International: “The millennium poll on Corporate Social Responsibility”, 1999.

<sup>6</sup> Jf. Oxford Research for Dansk Industri: ”Etik, miljø og sociale forhold i supply-chain”, 2004.

<sup>7</sup> Jf. PricewaterhouseCoopers: ”Corporate social responsibility i forsyningskæden”, 2004.

Virksomheder er forskellige i forhold til f.eks. produkter, strategi, geografisk tilknytning og interesser. Det medfører, at ikke alle CSR-aktiviteter er lige relevante for alle virksomheder. En række undersøgelser peger dog på, at CSR kan have en positiv effekt på virksomhedernes økonomiske indtjening, jf. nedenstående boks. Ud af 95 studier af sammenhængen mellem CSR og virksomhedernes økonomiske indtjening, viser over halvdelen en positiv sammenhæng, og kun fire viser en negativ sammenhæng.

<b>95 internationale studier af sammenhængen mellem CSR og økonomisk præstation i perioden 1972-2000<sup>8</sup></b>	
	Antal studier med angiven resultat
Positiv sammenhæng	55
Negativ sammenhæng	4
Ingen sammenhæng	22
Uklar sammenhæng	18
Antal resultater i alt	99

En undersøgelse<sup>9</sup>, som Økonomi- og Erhvervsministeriet har fået foretaget blandt danske små og mellemstore virksomheder i 2005 og som er udarbejdet af Harvard University og Foundation Strategy Group (FSG), peger også på en positiv sammenhæng mellem CSR og den økonomiske indtjening.

<b>Økonomiske effekter af danske små og mellemstore virksomheders CSR-indsats<sup>10</sup></b>
Harvard University har i 2005 gennemført et studie af de økonomiske effekter af CSR-aktiviteter i danske små og mellemstore virksomheder. Virksomhederne, der indgik i undersøgelsen, er alle kendt for at være engagerede i CSR. Forskerne peger på, at der kan være positive økonomiske effekter ved særligt fire typer af CSR-aktiviteter:
1. Aktiviteter rettet mod at inddrage CSR i virksomhedens produktudvikling. 22 ud af de 45 af de undersøgte virksomheder havde produkter med en CSR-profil i deres portefølje. Dette er ikke udtryk for den generelle tendens i de danske virksomheder, men for de virksomheder, der har produkter med en CSR-profil i deres portefølje, udgør disse produkter over halvdelen af deres omsætningsgrundlag.
2. Aktiviteter, der forbedrer medarbejdernes vilkår. Disse aktiviteter har en kvantificerbar positiv økonomisk effekt på virksomhedernes økonomiske indtjening på langt sigt, bl.a. ved at reducere omkostningerne i forbindelse med fravær og opsigelse og ved at give virksomhederne bedre mulighed for at tiltrække relevant arbejdskraft.
3. Miljøaktiviteter. Miljøaktiviteter har en kvantificerbar positiv økonomisk effekt på virksomhedernes bundlinje allerede på kort sigt, fx. besparelser på ressourceforbruget.
4. Aktiviteter, der påvirker virksomhedernes rammebetingelser. Som et eksempel kan nævnes støtte til de uddannelsesinstitutioner, hvorfra virksomheden henter sine medarbejdere, eller deltagelse i udviklingen af en regional erhvervsstrategi, der har til formål at skabe et innovativt regionalt miljø inden for den branche, som virksomheden er en del af.

<sup>8</sup> Jf. Margolis. og Walsh: "Social enterprise series no. 19 – misery loves companies: whither social initiatives by business?", 2001. Undersøgelserne varierer i forhold til metode, operationalisering og dataindsamling. Det gør det vanskeligt at drage en endelig konklusion om sammenhængen mellem CSR og den økonomiske bundlinje.

<sup>9</sup> Jf. Harvard og Foundation Strategy Group (2005).

<sup>10</sup> Kilde: Harvard University og Foundation Strategy Group: "Competitive social responsibility: Uncovering the Economic Rationale for Corporate Social Responsibility among Danish Small- and Medium-Sized Enterprises", 2005.

Mange af erhvervslivets topledere mener også, at CSR kan betale sig. I en verdensomspændende undersøgelse<sup>11</sup> blandt administrerende direktører i 43 lande udtalte 41 %, at de var meget enige i, at CSR har en afgørende betydning for enhver virksomheds lønsomhed.

## **1.2 Danske virksomheders CSR-niveau**

Der er ikke et klart billede af, hvordan danske virksomheder placerer sig i varetagelsen af sociale og miljømæssige hensyn. Flere undersøgelser tyder imidlertid på, at danske virksomheder, sammenlignet med andre lande, har en tradition for at varetage sociale og miljømæssige hensyn. Danmark har bl.a. gennem de sidste 5 år ligget på toppen i den internationale erhvervsskole IMDs målinger af virksomheders sociale, miljømæssige og etiske niveau.<sup>12</sup>

***For evt. faktuelle spørgsmål: Kontorchef Mette Kaae Hansen, Økonomi- og erhvervsministeriet, telefon 3392 8343***

---

<sup>11</sup> Jf. PricewaterhouseCoopers: "CEO survey – 6th annual global CEO survey", 2003.

<sup>12</sup> For yderligere undersøgelser henvises til Økonomi og Erhvervsministeriet: "Vækstredøgelse 05".