



PRESSEMEDDELELSE, 15.03.2021

Virksomheder oplever et stigende krav om samfundsansvar

Små og mellemstore virksomheder (SMV'er) oplever i stigende grad, at bæredygtighed bliver et forbrugerkrav, et lovkrav og et konkurrenceparameter. Det viser en ny stor undersøgelse om SMV'ers samfundsansvar. Virksomhederne kan ikke længere "flyve under radaren" og de vil gerne tage et samfundsansvar og være synlige omkring det. Ifølge virksomheden Privat Pleje & Omsorg ligger det i danske SMV'ers DNA at tage ansvar. Lektor Steen Vallentin fra forskningscenteret CBS Sustainability ser et holdningskred henimod handling og åbenhed.

Hele 64 % af små og mellemstore virksomheder oplever et stigende lovkrav om bæredygtighed. Kun 5 % oplever det ikke. I virksomheden Privat Pleje & Omsorg byder de et stigende krav om samfundsansvar velkommen, fordi det altid har været deres drivkraft at tage et ansvar for samfundet.

"Det, som virkelig er vores drivkraft, er lysten til at kigge på vores personale, borgerne og kommunens pleje og omsorg på en anden måde og være med til at udvikle det. Tage et samfundsansvar. Naturligvis inden for de rammer, kommunerne sætter. Vi er en del af kommunen og ønsker at tage ansvar for faget, fagligheden og fagpersonalet inden for omsorg og pleje," fortæller Hans Jensen, medejer og direktør.

Virksomheden Privat Pleje & Omsorg leverer omsorg, pleje og praktisk hjælp døgnet rundt til over 600 borgere i Ikast-Brande og Herning kommune. Virksomheden har 3 afdelinger og over 100 medarbejdere, som alle er uddannet inden for social- og sundhedsområdet og arbejder tværfagligt med kommunens øvrige personale.

CBS: Virksomheder er etisk og moralsk motiverede

Ifølge lektor Steen Vallentin fra CBS Sustainability viser undersøgelsen, at virksomheder oplever et stigende krav om bæredygtighed samt at virksomhederne er etisk og moralsk motiverede til at integrere et samfundsansvar i alle dele af deres virksomhed.

"Respondenterne i undersøgelsen oplever generelt, at der er øget pres på bæredygtighedsagendaen både markeds- og lovgivningsmæssigt og i det offentlige rum, og at det stiller krav om et højere vidensniveau," fortæller Steen Vallentin og fortsætter:

"Samtidig med at SMV'erne har begrænset tid og begrænsede ressourcer, er det interessant at se, at mange respondenter lægger vægt på vigtigheden af at bæredygtighed og samfundsansvar bliver integreret - ikke kun i produkter, serviceydelser og forretningsmodel, men også i virksomhedens organisation og kultur. Undersøgelsen viser, at det ikke kun er vigtigt af hensyn til virksomhedens brand og bundlinje, men også af etiske og moralske grunde. Samfundssindet synes at stikke dybt blandt undersøgelsens SMV'er. Det bliver interessant at se, om det samfundssind kommer styrket ud af COVID-19-krisen," siger Steen Vallentin fra CBS Sustainability.

... fortsættes på næste side ...



KA: Synlighed om SMV'ers ansvar og værdi er godt

Ifølge arbejdsgiverforeningen KA, som organiserer 1200 små og mellemstore virksomheder, er samfundssindet helt grundlæggende i danske virksomheder.

"Vi oplever det som helt bærende i den danske kultur og den danske model, at virksomheder skaber værdi til deres samfund, løse problemer, skabe arbejdspladser og ønsker at være i balance med både mennesker, naturen og lokalsamfundet. Et fornyet fokus på og krav om samfundsansvar og bæredygtighed vil kun skabe en positiv synlighed om små og mellemstore virksomheders værdifulde rolle for samfundslivet," udtaler Karsten Høgild, direktør i KA.

CBS: Samfundsansvar skal frem i lyset og kommunikeres

Den nye undersøgelse om SMV'ers samfundsansvar viser ifølge Steen Vallentin fra forskningscenteret CBS Sustainability en tendens henimod større åbenhed om virksomheders bæredygtighed og samfundsansvar.

"Det er interessant, at der synes at være en udbredt holdning om at bæredygtighed og samfundsansvar er noget der helst skal kommunikeres. Her kan det virke som om der har været et holdningskred i de senere år. Tidligere har deisen om at 'den, der lever stille, lever godt' været udbredt i dansk erhvervsliv. Hvis man undlod at sige alt meget om sit sociale ansvar, var man mindre eksponeret og sårbar over for kritik. Det er måske ved at ændre sig - i lyset af klimaforandringerne og påtrængende krav om handling og åbenhed. Samtidig viser undersøgelsen også en bevidsthed om, at virksomheders grønne budskaber ofte kan virke som greenwashing. Det peger på de udfordringer, der kan være forbundet med at kommunikere grønne budskaber på en troværdig måde," konstaterer Steen Vallentin fra CBS Sustainability.

Info & kontakt

For yderligere information og interviewkontakt:

- Steen Vallentin, lektor, CBS Sustainability, mobil 60 37 29 19, mail sv.msc@cbs.dk
- Karsten Høgild, direktør Arbejdsgiverforeningen KA & KA Pleje, mobil 40 40 33 56, mail karsten@ka.dk
- Hans Jensen, direktør, Privat Pleje & Omsorg, mobil 27 75 79 61, mail hcj@ppoadmin.dk

Bilag

For yderligere information se rapporten om undersøgelsen samt nedenstående bilag:

- Baggrund om undersøgelsen.
- Baggrund om samarbejdspartnerne CBS Sustainability, CSR.dm og Arbejdsgiverforeningen KA & KA Pleje.
- Data fra undersøgelsen: Data og grafer om SMV'erne syn på og motivation for samfundsansvar og bæredygtighed.

BAGGRUND

Baggrund om undersøgelsen

I samarbejde med forskningscenteret CBS Sustainability og internetmediet CSR.dk har Arbejdsgiverforeningen KA og KA Pleje undersøgt små og mellemstore virksomheders (SMV'ers) viden om, holdninger til, erfaringer med, prioriteringer af og udfordringer med samfundsansvar. Undersøgelsen blev gennemført blandt KA og KA Plejes 1200 medlemmer samt blandt læserne på internetmediet CSR.dk.

Undersøgelsen er udviklet i et samarbejde mellem KA, CBS Sustainability og CSR.dk samt en faglig følgegruppe bestående af en række eksperter. Undersøgelsen er en del af et større strategisk arbejde og samarbejde om SMV'ers samfundsansvar.

Baggrund om CBS Sustainability

CBS Sustainability er et tværfagligt forskningscenter på Copenhagen Business School. Centret er anerkendt som et af de førende af sin art i Europa.

CSR.dk

CSR.dk – forum for bæredygtig forretning er et erhvervsmedie og community med fokus på forretningsdrevet CSR. CSR.dk bidrager med indhold, erfaring og vidensressource om udvikling af CSR. CSR udkommer dagligt på CSR.dk, ugentligt med nyhedsbreve samt fire gange om året med magasinet CSR Quarterly.

Baggrund om strategisk arbejde med SMV'ers samfundsansvar

Arbejdsgiverforeningen KA og KA Pleje's 1200 medlemsvirksomheder arbejder i disse år med små og mellemstore virksomheders (SMV'ers) samfundsansvar. Et ansvar, der omfatter og ifølge KA skal være bæredygtigt for både mennesker, natur, økonomien, ejerne, leverandører og samfundet.

I KAs arbejde med samfundsansvar indgår blandt andet en faglig ekspertgruppe, et samarbejde med CBS og CSR.dk, en undersøgelse af SMV'ers samfundsansvar samt udviklingen af et SMV Manifest om Samfundsansvar.

Det er KAs håb, at SMV Manifestet vil finde opbakning bredt blandt SMV'er og dermed samle, inspirere og profilere SMV'ers værdifulde rolle i og ansvar for samfundet. SMV Manifestet vil få sin egen videns- og resourceportal, hvorfra virksomheder kan bakke op om samt finde inspiration og konkrete redskaber til arbejdet med samfundsansvar og bæredygtighed.

Baggrund om arbejdsgiverforeningen KA

KA og KA Pleje er arbejdsgiverforening for 1200 små og mellemstore virksomheder. Siden oprettelsen i 1899 har KA's formål været at beskytte og fremme medlemmernes faglige og økonomiske interesser, samt medvirke til et gensidigt positivt samarbejde mellem arbejdsgivere og lønmodtagere. KA indgår blandt andet kollektive overenskomster, varetager medlemmernes interesser, løser konflikter og samarbejder med andre arbejdsmarkedsorganisationer og politiske partier



Undersøgelsen har sigtet mod at afdække SMV'ers viden om, holdninger til, erfaringer med, prioriteringer af og udfordringer med samfundsansvar. Undersøgelsen har også spurgt ind til principper, som indgår i udkastet til KA og KA Plejes kommende SMV-manifest om samfundsansvar.

| | | |
|---|---|--|
| Viden Hvilken viden har og mangler SMV'er om samfundsansvar? | Holdning Hvad er SMV'ers holdninger til samfundsansvar? | Erfaring Hvilke erfaringer har SMV'er med samfundsansvar? |
| Prioritering Hvilke indsatser prioriterer SMV'er indenfor samfundsansvar? | Udfordringer Hvad kan hindre eller støtte SMV'ers arbejde med samfundsansvar? | Manifest Spørgsmål til principperne i udkastet til SMV-manifest om samfundsansvar. |



Hovedresultater

Undersøgelse
om SMV'ers samfundsansvar

Hovedresultater

Syn på bæredygtighed

Ifølge SMV'ernes besvarelser i undersøgelsen oplever de, at bæredygtighed bliver et lovkrav og at bæredygtighed kan integreres i forretningsmodellen. SMV'erne oplever også at bæredygtighed i stigende grad bliver et konkurrenceparameter og at det vigtigt at indgå partnerskaber samt synliggøre arbejdet med bæredygtighed. Til gengæld oplever kun halvdelen af SMV'erne, at de kan "flyve under radaren". Se mere side 65-67 i rapporten med resultaterne fra undersøgelsen.

| | Helt uenig | Uenig | Hverken / Eller | Enig | Helt enig | Ved ikke/ ikke relevant | Vægtet snit |
|---|------------|-------|-----------------|------|-----------|-------------------------|-------------|
| Vi oplever, at bæredygtighed i stigende grad bliver et lovkrav. | 3 % | 2 % | 24 % | 49 % | 15 % | 7 % | 3,51 |
| Vi vurderer, at det er muligt at integrere bæredygtighed i vores forretningsmodel. | 1 % | 3 % | 33 % | 45 % | 11 % | 8 % | 3,39 |
| Vi oplever, at bæredygtighed i stigende grad bliver en konkurrenceparameter på vores markeder. | 4 % | 9 % | 25 % | 44 % | 12 % | 6 % | 3,32 |
| Vi vurderer, at det er vigtigt at vi bliver bedre til at kommunikere og tydeliggøre vores arbejde med bæredygtighed. | 1 % | 6 % | 30 % | 42 % | 12 % | 9 % | 3,30 |
| Vi vurderer, at det er vigtigt, at vi bliver bedre til at samarbejde og indgå i partnerskaber om bæredygtighed med aktører inden for og uden for vores branche. | 1 % | 7 % | 36 % | 37 % | 9 % | 10 % | 3,15 |
| Vi oplever, at medarbejdere i stigende grad lægger vægt på, at virksomheden er bæredygtig. | 6 % | 15 % | 48 % | 21 % | 3 % | 7 % | 2,78 |
| Vi vurderer, at vi i vidt omfang kan 'flyve under radaren' i forhold til nye krav om bæredygtighed. | 10 % | 29 % | 37 % | 11 % | 1 % | 12 % | 2,28 |



Hovedresultater

Motivation for ansvar

Undersøgelsen viser, at SMV'ernes motivation for at tage initiativer til bæredygtighed og samfundsansvar i stor grad handler om omdømme, etik, bundlinje, rekruttering og krav og forventninger fra kunderne. Og i mindre grad handler om medarbejderforslag, krav fra ejerne, tilskudsmuligheder og krav fra leverandører. Se mere side 62-64 i rapporten.

| | Slet ikke | Lidt | Noget | Meget | Rigtigt meget | Ved ikke/ ikke relevant | Vægtet snit |
|---|-----------|------|-------|-------|---------------|----------------------------|----------------|
| Virksomhedens brand og omdømme | 2 % | 7 % | 32 % | 41 % | 14 % | 4 % | 3,45 |
| Etiske og moralske grunde | 1 % | 8 % | 34 % | 39 % | 12 % | 5 % | 3,37 |
| Mulighed for at styrke bundlinjen | 5 % | 9 % | 30 % | 32 % | 15 % | 7 % | 3,20 |
| Mulighed for at rekruttere dygtige medarbejdere | 6 % | 12 % | 26 % | 33 % | 14 % | 8 % | 3,12 |
| Krav eller forventninger fra kunder | 6 % | 14 % | 30 % | 32 % | 11 % | 7 % | 3,04 |
| Forslag fra medarbejderne | 7 % | 15 % | 35 % | 26 % | 7 % | 9 % | 2,85 |
| Krav eller forventninger fra ejerne | 8 % | 11 % | 33 % | 26 % | 6 % | 16 % | 2,62 |
| Offentlige tilskud og initiativer | 17 % | 14 % | 29 % | 22 % | 8 % | 11 % | 2,56 |
| Krav eller forventninger fra leverandører | 16 % | 27 % | 27 % | 16 % | 4 % | 11 % | 2,34 |





Hovedresultater

SMV'ers indstilling

Hvordan er små og mellemstore virksomheders egen indstilling til bæredygtighed og samfundsansvar? I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tilkendegive deres virksomheds indstilling til bæredygtighed og samfundsansvar. Resultatet er markant: SMV'erne er bevidste om og vil gerne arbejde mere med og praktisere samfundsansvar. Se mere på side 56-58 i rapporten med resultaterne fra undersøgelsen.

| | Helt uenig | Uenig | Hverken / Eller | Enig | Meget enig | Ved ikke/ ikke relevant | Vægtet snit |
|---|------------|-------|--------------------|------|---------------|-------------------------------|----------------|
| Vores virksomhed er bevidst om vores samfundsansvar. | 1 % | 1 % | 16 % | 64 % | 15 % | 3 % | 3,84 |
| Vores virksomhed vil gerne arbejde mere med samfundsansvar. | 1 % | 2 % | 36 % | 46 % | 12 % | 3 % | 3,58 |
| Vores virksomhed vil gerne praktisere mere samfundsansvar og blive bedre til det. | 1 % | 5 % | 40 % | 42 % | 9 % | 4 % | 3,40 |
| Vores virksomhed har konkrete initiativer med samfundsansvar. | 3 % | 9 % | 45 % | 31 % | 7 % | 5 % | 3,16 |
| Vores virksomhed har en vedtaget strategi for samfundsansvar. | 10 % | 18 % | 47 % | 16 % | 3 % | 8 % | 2,60 |





Hovedresultater

Holdninger blandt SMV'er

Undersøgelsen viser en markant bevidsthed om og vilje til bæredygtighed og samfundsansvar blandt danske små og mellemstore virksomheder (SMV'er).

Stakeholder tankegang

Hele 84 % af SMV'erne er enige eller meget enige i at virksomheder skal skabe værdi for alle interessenter (ejere, kunder, medarbejdere, leverandører, naturen og samfundet). Kun 1 % er uenig. Se side 38-42 i rapporten.

Helhed og bæredygtighed

Hele 74 % af SMV'erne er enige eller meget enige i at virksomheder skal tænke og handle i helheder og bæredygtighed. Se side 38-42 i rapporten.

Samfundssind er godt

Hele 69 % af SMV'erne er enige eller meget enige i at virksomheder er bedst, hvis de drives af mennesker med samfundssind. Kun 3 % er uenige. Se side 38-42 i rapporten.

Samfundsansvar skal profileres

Hele 70 % af SMV'erne er enige eller meget enige i at det er vigtigt, at SMV'ernes samfundsansvar bliver kommunikeret. Kun 2 % er uenige. Se side 38-42 i rapporten.

Fokus stiger

Hele 65 % af SMV'erne er enige eller meget enige i at de oplever et stigende behov for at kende til og arbejde med samfundsansvar. Kun 8 % er uenige. Se side 38-42 i rapporten.



Hovedresultater

Konkrete initiativer

Undersøgelsen viser, at SMV'ernes arbejde med samfundsansvar fokuserer på områder som medarbejdertrivsel, social rummelighed og livsbalancer. SMV'erne arbejder mindre konkret med at oplyse kunder om bæredygtighed, kulturelle initiativer og miljøkrav til deres leverandører. Se mere side 53-55 i rapporten.

| | Meget lidt | Lidt | Middel | Meget | Rigtigt meget | Ved ikke/ ikke relevant | Vægtet snit |
|---|------------|------|--------|-------|---------------|----------------------------|-------------|
| Styrke medarbejdertrivsel | 1 % | 4 % | 22 % | 47 % | 20 % | 6 % | 3,87 |
| Være en social rummelig arbejdsplads | 3 % | 6 % | 22 % | 41 % | 26 % | 3 % | 3,85 |
| Skabe balance mellem arbejds- og familietid | 2 % | 7 % | 27 % | 38 % | 21 % | 5 % | 3,73 |
| Minimere fysisk nedslidning | 2 % | 5 % | 28 % | 40 % | 18 % | 7 % | 3,72 |
| Opkvalificere medarbejdere | 4 % | 8 % | 34 % | 36 % | 12 % | 7 % | 3,48 |
| Minimere energiforbrug | 3 % | 16 % | 34 % | 30 % | 12 % | 5 % | 3,33 |
| Støtte lokalsamfundet | 7 % | 12 % | 32 % | 29 % | 14 % | 6 % | 3,33 |
| Fremme genbrug | 5 % | 12 % | 35 % | 28 % | 12 % | 9 % | 3,33 |
| Ansætte elever | 19 % | 11 % | 14 % | 19 % | 19 % | 18 % | 3,08 |
| Oplyse kunder om bæredygtighed | 17 % | 15 % | 27 % | 17 % | 10 % | 14 % | 2,88 |
| Tage kulturelle initiativer | 13 % | 20 % | 32 % | 15 % | 6 % | 14 % | 2,79 |
| Stille miljøkrav til leverandører | 18 % | 20 % | 29 % | 18 % | 5 % | 10 % | 2,69 |

