

Kort om Svenskt Näringslivs syn på CSR

Corporate Social Responsibility, eller CSR som är den förkortning man oftare använder sig av, är ett ämne som är föremål för en intensiv global diskussion i en rad politiska organ, allt från FN-systemets institutioner till nationella parlament. Många företag och näringslivsorganisationer arbetar också mycket aktivt med frågan och har utvecklat system för att hantera företagets verksamhet i linje med olika principer och policies. Ämnet väcker också ett mycket stort engagemang inom det s.k. civila samhället. Många organisationer har tagit på sig uppgiften att särskilt granska företags agerande. Dessa organisationer driver också ofta krav på hårdare ”bindande” regler som ytterligare skall reglera företagets verksamhet.

Ämnet CSR är således mycket diskuterat och det finns en betydande spännvidd av åsikter i den pågående debatten. Vissa av dessa kan säkert hänföras till i grunden olika ideologiska inställningar om företags roll i samhället (från tesen om att all produktion bör vara i statlig ägo till tesen om näringsfrihet i liberal mening). Även rensat för grundläggande ideologiska skillnader finns dock oklarheter och olika tolkningar om vad CSR egentligen handlar om. Några exempel:

Den amerikanska synen på CSR är till stor del färgad av den mycket legalistiska miljön i USA. I sak verkar CSR här i stor utsträckning handla om den arbetsrättsliga relationen mellan företaget och dess anställda. Genom den amerikanska välgörenhetstraditionen finns också ett tydligt element av ”social sponsring” som tangerar begreppet CSR. Den europeiska diskussionen om CSR är i och för sig inte enhetlig men utgår ofta från ett omfattande ”hållbarhetsperspektiv” som inkluderar MR-frågor, sociala rättigheter i bred bemärkelse och miljöfrågorna. Måhända är detta breda synsätt en återspeglning av ambitionen att upprätthålla någon slags ”europeisk social modell”. Ser vi på de internationella organisationerna så innehåller FN:s Global Compact ett begränsat antal grundläggande principer medan däremot OECD:s riktlinjer är mer omfattande och täcker in fler aspekter.

Detta är bara ett axplock av exempel på de variationer på samma grundtema som finns om innehållet i begreppet CSR. Olikheterna bekräftas också tydligt i globala opinionsundersökningar där det framgår att olika länder och olika affärskulturer har mycket olika syn på vad som utgör CSR. En artikel i Financial Times 1/6 2005 refererar till en global opinionsundersökning gjord av företaget GlobeScan om allmänhetens inställning till CSR i ett stort antal länder. Några exempel: I Kina lägger konsumenterna störst vikt vid företagets förmåga att producera säkra kvalitativa produkter, i Sydafrika företagets bidrag till hälsovård och utbildning, i USA, Frankrike, Italien, Schweiz m.fl. länder behandlingen av de anställda, i Turkiet välgörenhetsdonationer, i Australien, Kanada, Indonesien och UK miljöskydd. Konsumenter i Argentina lägger idag störst vikt vid att de förväntar sig att företag skapar jobb. Under höginflationstiden på 80-talet var låga priser det största kravet på företagen.

Man pratar om samma begrepp men delvis om olika saker.

Därför det angeläget att försöka bidra till att räta ut så många frågetecken som möjligt och att diskussionerna förs utifrån en något så när gemensam syn på frågeställningen. Svenskt Näringsliv har i olika diskussioner med myndigheter och organisationer samt genom ett antal

skrifter, försökt att bidra till att klargöra vår syn. Kommentarererna i det följande baserar sig i hög grad på skriften "Företagens roll i samhället – frågor och svar om företagens roll i samhället" (kan laddas ner från Svenskt Näringslivs hemsida) och är ett led i fortsättningen på denna process.

2. Bakgrund

Svenskt Näringsliv förespråkar – till skillnad från många andra röster i CSR-debatten, inte minst i den europeiska – en tämligen smal och avgränsad syn på begreppet Corporate Social Responsibility. Vi tror, av en rad skäl som utvecklas närmare nedan, att detta är viktigt. För att få förståelse, och förhoppningsvis gehör för detta synsätt, är det nödvändigt att vi kan utveckla skälen till vårt ställningstagande.

Det är viktigt att redan inledningsvis tydligt understryka att det finns en rad skäl för företag att på olika sätt engagera sig i de samhällen de verkar. Resonemangen i det följande skall inte tolkas som ett avståndstagande eller ifrågasättande av detta.

Företagens samhällsengagemang utgår från företagets egna behov, prioriteringar och inte sällan rent affärsmässiga skäl. Detta engagemang kan i någon mening betraktas som ett eget val från företagets sida. Vi menar att begreppet CSR delvis sammanfaller med detta engagemang men med ett tillägg. CSR definieras i stor utsträckning också utifrån andra samhällsaktörers krav och förväntningar på företagets agerande (det är ju som bekant alltid lätt att ha synpunkter och krav på andras agerande). I den bästa av världar sammanfaller det företagsdrivna engagemanget med omvärldens förväntningar och krav men inte alltid.

Begreppet CSR bygger m a o delvis på att andra aktörer än företaget självt anser att företaget har ett (särskilt?) ansvar i samhället som går utöver lagstiftningens krav.

Några rimliga allmänna utgångspunkter måste då vara:

- att det måste handla om en tydlig och väldefinierad materia. Hur skall företagen annars veta vad som förväntas av dem? Som följer av den fortsatta framställningen finns det ett antal tolkningar av CSR-begreppet
- att den som har ansvaret också har rådighet över det som ansvaret gäller. Som följer av nedanstående finns det delar av det som allmänt anses utgöra CSR som de facto företag har mycket liten möjlighet att råda över.
- att detta inte leder till att man urholkar grundläggande samhällsprinciper, t ex att stater som har ett tydligt ansvar och också rådighet över området låter bli att ta sitt ansvar. Även på denna punkt finns det behov av att diskutera CSR-begreppets tolkningar och omfattning.

Mot bakgrund av att CSR i de allra flesta sammanhang ändå beskrivs som ett frivilligt åtagande från företagets sida kan man fråga sig; varför över huvud taget ödsla något krut på hur frågan definieras och hanteras, spelar det någon roll om man ändå kan välja att göra eller inte göra?

Vårt svar är – kanske inte så förvånande - jakande, det spelar roll. För det första är det rent allmänt sett otillfredsställande att viktiga frågor har otydliga och oklara svar. Om CSR alltmer är ett begrepp som används för att kategorisera företag som mer eller mindre ansvarstagande, mer eller mindre bra, ja, då har det definitivt betydelse. Redan idag finns det en uppsjö av

rankingar och olika former av index som listar företag utifrån CSR-kriterier och denna utveckling tycks inte mattas. Det är dock viktigt att komma ihåg att CSR är en av flera faktorer för att bedöma företagets bidrag till samhället. I sammanhanget gäller det också att hålla isär stort och smått. Företagens kärnuppgift är att inom ramen för gällande regelverk leverera varor och tjänster. Företag skapar på detta sätt nyttigheter som kommer hela samhället till del i form av arbetstillfällen, skattebaser och innovationer. Ingen annan funktion i samhället är lika effektiv som företagen i detta avseende och företagandet är därför helt avgörande för samhällets utveckling. Detta är företagets viktigaste – och i debatten nästan alltid underskattade - bidrag till samhället.

Den kanske viktigaste anledningen att resa frågeställningen om innehållet i CSR är dock att man redan i dagsläget måste sätta vissa frågetecken för om CSR är frivilligt. Dels har vi marknadens egna krav (se nedan), dels finns det redan idag exempel på att CSR håller på att regleras i olika former. I Holland kopplas CSR-krav som villkor för att kunna få offentliga exportkrediter och liknande förslag förekommer också i Sverige. I flera länder finns en diskussion om att göra motsvarande villkorskoppling mellan CSR och offentlig upphandling och man behöver inte så mycket fantasi för att se ytterligare möjligheter att göra fler sådana kopplingar (FoU-stöd, utsläppsrättigheter etc). I Sverige diskuteras sedan länge möjligheterna att bredda kraven på företagets rapportering enligt årsredovisningslagen vad gäller s.k. icke-finansiella faktorer (dvs miljö- och sociala faktorer).

Under överskådlig tid kommer den dominerande modellen globalt vara att varje nationalstat reglerar de villkor som gäller för företagande inom dess territorium och att dessa därför kommer att variera i betydande grad från land till land. Samtidigt driver många, inte minst inom företagsamheten, behovet av mer samordnade och harmoniserade regelverk internationellt för att underlätta företagande och minska onödiga och ekonomiskt kostsamma anpassningar. Motsvarande argumentering används också av dom som driver kravet om en bindande internationell reglering av CSR. Det vore oklokt att inte ta dessa signaler på allvar och förbereda sig för möjligheten att CSR kommer att bli reglerat i fastare former i nationella regelverk och eventuellt också internationellt.

3. CSR – vad, varför, vem och hur?

En mycket enkel metod för att bena upp frågeställningar är att utgå från frågorna:

- **Vad** (handlar det om)?
- **Varför** (är det viktigt)?
- **Vem/vilka** (gäller det för)?
- **Hur** (gör man)?

Huvudfrågan är ”vad-frågan” eftersom frågorna varför, vem/vilka och hur är beroende av vad sakfrågan gäller. I det följande går vi igenom begreppet CSR enligt denna mall. Innan vi behandlar ”vad-frågan”, några ord om de andra frågeställningarna.

Varför (är det viktigt)

Det finns, åtminstone på ytan, en ganska stor grad av samsyn i debatten att CSR är viktigt (vilket är en smula paradoxalt eftersom vi menar att det finns ganska stor spännvidd i synen på vad frågeställningen handlar om). Argumenten till varför frågan är viktig varierar dock något, från moralfilosofiska till rent kommersiella argument.

Ett sätt att besvara varför-frågan är att utgå från fyra **M-ord; marknad, misstag, möjligheter och moral**, som fångar upp många av de argument som brukar framföras.

- **Marknad.** Det är åtminstone ur ett svenskt perspektiv uppenbart att marknaden fäster vikt vid CSR. Så kallade etiska placeringar utgör i och för sig en liten del av den totala finansmarknaden men samtliga (?) finansiella aktörer av någon betydelse har idag någon form av etisk "screening" av sina placeringar och kräver i ökande grad också rapportering från företag i CSR-frågor. Ser vi på marknaden i bredare bemärkelse visar många undersökningar av konsumenters attityder att de lägger stor vikt vid företagens "etik" (även om detta ännu så länge inte på allvar återspeglar sig i det faktiska köpbeteendet där pris fortfarande är den dominerande faktorn). En idag mycket aktiv kraft på marknaden utgörs också av den mängd organisationer som har som huvudsaklig uppgift att skapa opinion i olika frågor. Många av dessa är aktiva i att granska företag i CSR-hänseende, inte bara i Sverige utan globalt.
- **Misstag.** Nära knutet till föregående punkt är behovet för företag att minimera riskexponering och undvika misstag. De företag som inte har koll på sin egen verksamhet och omvärldens förväntningar och krav löper stor risk att hamna i blåsväder. Bara under de senaste åren finns det flera exempel på företag, såväl i Sverige som globalt, som av olika skäl misslyckats med att hantera etik/CSR-frågor och som därför hamnat i betydande svårigheter, i vissa fall så långtgående att företagen gått under.
- **Möjligheter.** Allt långsiktigt företagande bygger på förtroendefulla relationer till en lång rad intressenter runt företaget; anställda, kunder, leverantörer osv. Företag som har "koll på sin verksamhet" skapar, förutom att minska riskexponeringen, ofta också nya affärsmöjligheter. En intressant aspekt som många företag lyfter fram som svar på frågan varför ett engagemang i CSR-frågor är viktigt handlar om möjligheten att rekrytera kompetenta medarbetare.
- **Moral.** Under senare år har affärslivets moral varit ganska omdebatterad och nästan alltid tar diskussionen utgångspunkt i någon uppmärksam skandal eller "affär" för att därefter landa i generaliserande slutsatser. Detta ger en helt felaktig bild av företagandet. Företagande bygger på att varje dag skapa och bevara förtroende i förhållande till ett stort antal aktörer. Dessa har i princip alltid möjlighet att "rösta med plånboken" och välja någon annan leverantör eller samarbetspartner. Företag som av en eller annan anledning inte upplevs som seriösa blir därför sällan långlivade. Generaliseringar från politiskt håll om "affärslivets dåliga moral" klingar därför ihåligt (i synnerhet som politiska systemet bygger på principen en dags förtroende, x antal års mandat). Företag har i sig ingen personlighet (inte att förväxla med begreppet juridisk person) utan företags agerande bestäms av människor av kött och blod som liksom folk i allmänhet har ganska bestämda uppfattningar om vad som är rätt och fel. För de allra flesta är det fullständigt självklart att dessa uppfattningar också tillämpas i yrkesrollen.

Vem/vilka (gäller det för)?

Det följer av själva begreppet CSR att det handlar om en kravbild som är riktad mot företag. Vi menar dock, i likhet med t.ex. den pågående CSR-diskussionen inom ISO, att det inte finns någon rimlig anledning att avgränsa CSR enbart till företag. Såväl myndigheter och andra offentliga organ som politiska föreningar, fackföreningar och andra delar av det sk. civila samhället spelar viktiga roller i samhället. Vi menar att det finns anledning att ha samma förväntningar på ett ansvarsfullt agerande från dessa aktörer som på företag.

Hur (gör man)?

På denna punkt kan man konstatera att det finns en rikhaltig flora av såväl rådgivning (CSR-konsulter, revisionsfirmor, näringslivsorganisationer m.fl.) som regelverk (t.ex. SA 8000 och GRI) som företag kan ta till hjälp för att hantera frågan hur man kan implementera CSR i företagets verksamhet och rapportera/redovisa vad man gör. Eftersom förutsättningar och utgångspunkter varierar mycket mellan olika branscher och typer av företag varierar också formerna för hur företag hanterar CSR. Det finns inte någon ”one size fits all-lösning”. I sinom tid kommer säkerligen mer eller mindre standardiserade förhållningssätt att växa fram för hur företag hanterar CSR men detta kommer i sin tur i åtminstone viss omfattning vara beroende av vad man lägger i begreppet CSR.

4. Aspekter att fundera över vad gäller Vad-frågan

Vår grundsyn är att företag - var än i världen de verkar – i sin verksamhet förväntas respektera ett antal väletablerade och allmänt erkända internationella principer och värden, en slags global anständighetsnivå. CSR blir med denna utgångspunkt ett globalt begrepp som måste kunna fungera i alla länder, i alla kulturer och i alla typer av rättsliga system och för alla typer av organisationer. Detta innebär en betydande utmaning och ställer krav på både tydlighet och flexibilitet, allmängiltighet men samtidigt avgränsningar och precision. I det följande behandlas ett antal frågeställningar som vi menar bör tas med i beräkningen i en diskussion vad CSR är.

Utgångspunkt 1: Begreppet CSR som sådant fordrar några preciseringar

Som beskrivits ovan ser vi ingen anledning till att begränsa CSR till ”enbart” företag. Ansvarsfullt agerande måste kunna förväntas av samhällets alla aktörer.

Ordet ”Social” kräver också viss precisering. På engelska har ordet ”social” en bred betydelse, översatt på svenska närmast samhällelig. Med detta perspektiv kan CSR sägas handla om strävan att förena lönsamhet och social- och miljömässig utveckling och att skapa en rimlig balans mellan dessa mål:

- Om lönsamheten åsidosätts blir det svårt att i ett längre perspektiv finansiera miljöförbättringar och socialt ansvarstagande.
- Om miljön åsidosätts riskerar företaget att få dåligt anseende, förlora kunder och affärsmöjligheter, vilket får effekt på lönsamheten.
- Om företag åsidosätter de sociala frågorna – exempelvis i personalpolitiken – kan de tappa kompetens, vilket också inverkar på lönsamheten.

Lite tillspetsat: Lönsamhet är företagandets mest grundläggande ”hållbarhetskriterium” och därför också en förutsättning för CSR.

När det gäller det tredje ordet, ”Responsibility”, eller ansvar på svenska, kan detta ha olika betydelse. Ansvar kan man ha i såväl allmän moralisk mening (bör) som i meningen juridisk skyldighet (skall). Än så länge handlar CSR om den förstnämnda betydelsen, om ”frivillighet” i någon mening. Som vi berört ovan finns dock skäl att ifrågasätta frivilligheten och en utveckling mot mer bindande regleringar av CSR är inte osannolik.

I någon mening finns det också en anomali i frivilligheten sett i förhållande till det vi menar är kärnan i CSR. Ur ett mer moralfilosofiskt perspektiv kan frågan ställas om efterlevnad av de mest fundamentala MR-normerna verkligen kan betecknas som frivilligt i avsaknad av rimlig

nationell lagstiftning. Få, om någon i dagens samhälle skulle tänka sig argumentera mot förbudet mot slaveri och att förbudet också gäller företag. Betydligt fler skulle ha invändningar mot argumentet att det är företagans ansvar att sponsra det lokala kulturlivet. Återigen, en avgörande fråga är vilket innehåll man lägger i begreppet CSR.

Utgångspunkt 2: Koncentrera CSR till det som är mest viktigt och allmängiltigt. Håll det enkelt och begränsat.

Vår utgångspunkt är att människor som arbetar i och leder företag vill "göra rätt för sig". Ju fler förpliktelser och ju fler roller och uppgifter de förväntas fylla som går utöver företagandets "kärnverksamhet", desto svårare att leva upp till krav och förväntningar. Den bärande tanken bakom CSR – såsom vi uppfattar det – är att det finns en slags universell värdegrund som i princip bör kunna ligga till grund för all mänsklig interaktion (detta synsätt bottenar i naturrätten och finns uttryckt bl.a i de mänskliga rättigheterna). Som komplement när andra regelverk brister, eller är obefintliga, bör denna värdegrund kunna ligga till grund för alla aktörers agerande, därmed också företags.

Styrkan i det naturrättsligt grundade synsättet ligger i stor utsträckning just i att de "universella rättigheterna" är få och uppfattas som allmängiltiga och därmed tillämpliga i olika religiösa, kulturella och politiska miljöer. Breddas definitionen tenderar allmängiltigheten att urholkas och rättigheten upplevs sannolikt inte som lika självklar och legitim (jfr t.ex rätten till liv med "rätten till åtta timmars arbetsdag").

Utgångspunkt 3: CSR är en global fråga men behovet av CSR är inte globalt. I många länder är företag överreglerade snarare än underreglerade

I många länder fungerar den gällande lagstiftningen – som ju är utgångspunkten för alla diskussioner om vad företag måste leva upp till – så att denna "anständighetsnivå" med råge säkerställs. Från praktiska utgångspunkter har vi därför konstaterat att CSR i första hand är relevant där den inhemska lagstiftningen är outvecklad, otillräcklig eller obefintlig. En vanligare situation i praktiken är förmodligen att det finns adekvata regelverk men att den praktiska tillämpningen av dessa av olika skäl fallerar. I praktiken handlar detta om utvecklingsländer och nyindustrialiserade länder. Det är i dessa fall CSR primärt är relevant enligt vårt synsätt. Här fyller CSR en funktion.

Utgångspunkt 4: Att känna till vad som förväntas av en är en rättssäkerhetsfråga

Att CSR-begreppet inte är tydligt definierat innebär i sin tur att företagen inte alla gånger vet vad som förväntas av dem. En luddig kravbild leder inte sällan till en mängd informella krav. Att inte känna till den existerande kravbilden är ur rättssäkerhetssynpunkt helt otillständigt. Såsom privatpersoner vill vi gärna veta vad som förväntas av oss i olika situationer och det finns inget som säger att inte företagen eller snarare dess företrädare resonerar på motsvarande sätt.

Utgångspunkt 5: Det är staterna som har huvudansvaret för mänskliga rättigheter

De värden och rättigheter CSR – enligt vårt synsätt - handlar om har formulerats, förhandlats och antagits av stater. Det är vidare stater som har makt och rättsliga medel att säkerställa att värdena och rättigheterna upprätthålls. Det är i första hand ett lands regering som har skyldigheten att tillse att rättigheterna omsätts i praktiken genom exempelvis ett fungerande rättsväsende, lagstiftning och andra åtgärder. Skulle en privat aktör göra sig skyldig till ett

övergrepp så är detta i sig inte ett brott mot mänskliga rättigheter utan ett brott mot landets nationella lagstiftning.

Det stora problemet i dag är inte att företagen inte följer gällande lagstiftning utan att stater inte ratificerat exempelvis centrala ILO-konventioner. Har en stat väl ratificerat en konvention är detta i sig inte en garant för att man också implementerat rättigheterna/kraven i det egna nationella regelverket. Historiskt sett och än i dag är det framför allt stater som begår de största kränkningarna mot de värden som CSR avser att värna.

Detta sagt innebär inte att vi menar att företagen inte har något ansvar alls för de mänskliga rättigheterna. Vi anser att den principiella utgångspunkten måste vara att företaget har ansvar för den egna verksamheten och de egna anställda. Företagen har med andra ord ett ansvar över förhållanden som är starkt relaterade till verksamheten och som ligger inom företagens kontroll. Kopplingen mellan möjligheten till kontroll och möjligheten att ta ansvar är fundamental ur både ett moraliskt och rättsligt perspektiv.

Utgångspunkt 6: Företag är temporära medan stater är ”permanenta”

Företagen har i grunden inte som sin uppgift att lösa samhällsproblem. Företag startas och läggs ner medan flera av samhällets grundläggande institutioner, till exempel rättsskipning, polisväsende och försvar är permanenta funktioner som många medborgare inte vill ska vara avhängiga av kommersiella överväganden.

En principiell utgångspunkt är att företag varken kan eller bör ersätta staternas ansvar för att säkerställa att grundläggande värden och rättigheter respekteras. Det får inte vara så att i länder där regeringarna inte klarar av sitt ansvar förväntas företagen träda in i dess roll och därmed ges ansvar för sådant som inte är deras. Ett sådant förfarande vore mycket olämpligt. Regeringarna får inte använda CSR för att delegera sitt eget ansvar. Å andra sidan får inte företag utnyttja svaga regeringar.

Utgångspunkt 7: Förmågan att upprätthålla medborgerliga rättigheter har ofta koppling till nivån på den ekonomiska utvecklingen i landet

Som redan påpekats har företagen i grunden inte som sin uppgift att lösa samhällsproblem. Däremot spelar företagen indirekt – genom sitt värdeskapande – en central roll för att samhället ska kunna upprätthålla medborgerliga rättigheter. Det finns tydliga samband mellan nivån av ekonomisk utveckling och den demokratiska utvecklingsnivån, skyddet av miljö och de sociala förhållandena. Företagens verksamhet möjliggör alltså indirekt de offentliga samhällsstrukturer som i fungerande rättsstater utgör garantier för den enskildes medborgerliga rättigheter.

Utgångspunkt 8: Företagen skall inte behöva betala två gånger för samma sak

Sverige har genom politiska beslut valt att ha en stor offentlig sektor med exempelvis gemensamt finansierad skola, sjukvård och socialförsäkringar. Till detta kommer de gemensamma utgifterna för försvaret, polisen och domstolarna, liksom utgifterna för exempelvis barnomsorg, högskola, forskning, vägar, järnvägar och kriminalvård. Vårt val av denna stora offentliga sektor har lett till att vi i Sverige i dag har världens högsta skattetryck. En stor del av den offentliga sektorns skatteintäkter kommer från bolagsskatten, avkastningsskatten, arbetsgivaravgifterna med mera, d v s från företagen..

I CSR-debatten påstås det från vissa håll att företagen måste börja ge något tillbaka till samhället. Vad betyder i detta sammanhang att ”ge något tillbaka” eller att ”företagen måste börja göra gott”? Vad menas egentligen med det? Menar man att företagen borde avsätta medel för uppbyggnad av skolor, sjukhus eller andra offentliga inrättningar?

Räcker det inte med att företagen levererar varor och tjänster, att de fullgör sin skattskyldighet och i bästa fall ger sina ägare en god avkastning? Som konstaterats står företagen redan i dag för en stor del av den offentliga sektorns skatteintäkter. Är det då rimligt att förvänta sig att företagen skall leverera sociala tjänster en gång till?

Utgångspunkt 9: Faktisk prestanda är viktigare än form

I våra privata relationer bedöms vi till syvende och sist efter våra handlingar. Det är vad vi gör eller inte gör som räknas, inte fagert tal och löften. På samma sätt bör i grunden företagets hantering av CSR-frågor ses. Det är bättre att lova tunt och hålla runt än att lova runt och hålla tunt.

Svenskt Näringsliv har medvetet valt att inte förespråka någon särskild modell för företagets CSR-arbete. Dels varierar förutsättningarna kraftigt mellan olika företag (storlek på företag, vilken verksamhet man sysslar med osv), dels är CSR per (nuvarande) definition ett frivilligt åtagande utöver lagstiftningens krav. Sammantaget måste det därför vara upp till varje företag att välja i vilken form man hanterar CSR-frågorna.

Utgångspunkt 10: Ett, två eller tre r – håller CSR på att byråkratiseras?

Från början handlade CSR-frågan till helt övervägande del om vilka regler företag förväntades leva upp till. Allteftersom har frågan breddats och ytterligare ”r” har tillkommit; hur företag förväntas rapportera/redovisa sina ansträngningar och frågan om det behövs en oberoende revision av dessa redovisningar (det lär t o m finnas framväxande standarder om hur revisionen av sådana rapporter skall gå till). En inte obetydlig flora av konsultföretag har vuxit fram som erbjuder sina tjänster inom dessa områden.

För en del företag innebär denna formalisering av CSR säkerligen en välkommen struktur som underlättar deras arbete med frågan. För andra företag framstår de kostnader och den tid som denna hantering medför som betydande och nyttan begränsad. Som angetts ovan måste det vara upp till varje företag att göra sin bedömning av för- och nackdelar. Det kan dock vara värt att erinra om att:

- Det som binder företag är lagstiftningens krav. I allt väsentligt är CSR och olika aspekter på detta fortfarande ett frivilligt åtagande från företagen.
- En viktig aspekt på näringslivets reformagenda är regelförenkling, inte minst för att underlätta för SME-företag. Regeringen har satt som mål att reducera den administrativa belastning som följer av lagstiftningen med 25% för att underlätta för fler företag att startas, växa och utvecklas. Med detta för ögonen finns det anledning att inte okritiskt acceptera olika påtryckargrupperns icke-legalt grundade krav på administrativa/byråkratiska pålagor på företagen. Vilka andra samhällsaktörer måste årligen rapportera sin oskuld? Är företag verkligen upphov till misshälligheter i sådan omfattning att detta är motiverat?
- Den finns en rad olika skäl för företag att vilja kommunicera sitt ansvarstagande och engagemang. Det gäller dock att kunna backa upp sin kommunikation, att kunna

”walk the talk”. Även den mest professionellt utformade kommunikation inom CSR-området är totalt utan värde om man misslyckas med de grundläggande bakomliggande sakfrågorna (t ex barnarbete, miljöskandaler). Företaget Enron lär exempelvis ha vunnit pris för sin CSR-redovisning året innan den stora skandalen briserade...

Mer info:

www.svensktnaringsliv.se/csr