

# Forventninger til virksomheders samfundsansvar – pres og muligheder



# Indhold

<b>Forord</b>	<b>2</b>
<b>Indledning</b>	<b>3</b>
<b>Forventninger til virksomheders samfundsansvar</b>	<b>4</b>
Stigende forventningspres til at udvise samfundsansvar	4
Hvor stammer presset fra?	5
<b>Gevinster ved at udvise samfundsansvar</b>	<b>7</b>
Hvilke gevinster oplever virksomhederne?	7
Klimadagsordenen og de nye forretningsmuligheder	8
<b>Brancheoverblik: Rådgivning</b>	<b>9</b>
<b>Brancheoverblik: Transport</b>	<b>12</b>
<b>Brancheoverblik: Detailhandel</b>	<b>16</b>
<b>Brancheoverblik: Engroshandel</b>	<b>19</b>
<b>Brancheoverblik: IT og tele</b>	<b>22</b>
<b>Bilag</b>	<b>26</b>

# Forord

Velkommen til Dansk Erhvervs analyse af hvordan danske virksomheder oplever et forventningspres om, og gevinster fra, at arbejde med samfundsansvar. Med denne undersøgelse kaster vi lys på, hvordan det går med business casen for CSR: Hvad er virksomhedernes forventninger til at bruge den bæredygtige omstilling og samfundsansvar til at skabe en bedre forretning?

Dansk Erhvervs mission er at skabe konkurrencekraft for vores medlemmer i en globaliseret økonomi. I Dansk Erhvervs mener vi, at strategisk arbejde med bæredygtighed og samfundsansvar kan styrke virksomheders innovationskraft. Det bidrager til, at de kan fastholde og udbygge deres position på et globalt marked, der i stigende grad forventes at efterspørge bæredygtige produkter og services. Dette underbygges af en analyse foretaget for Udenrigsministeriet i januar 2019, der peger på forretningsmuligheder for danske virksomheder til en værdi af 400 mia. kr. frem imod 2030, hvis de bringer Verdensmålene ind i kerneforretningen<sup>1</sup>.

Derfor er det vigtigt at forstå hvilke forventninger, virksomhederne har i forhold til samfundsansvar, og hvordan dette arbejde kan understøttes. Det gælder uanset branche og virksomhedsstørrelse, og uanset om man er godt i gang eller først lige begyndt.

Rapporten indeholder en række branchebaserede indsigter om virksomhedernes forventninger til arbejdet med CSR og samfundsansvar. Dermed kan rapporten her være en guide til, hvordan virksomhederne bedre kan understøttes på brancheniveau i at gribe de nye forretningsmuligheder, som bl.a. et øget arbejde med samfundsansvar og bæredygtighed samt bidrag til FN's Verdensmål kan medføre. Vi håber, at rapporten vil indgå i en diskussion af, hvordan vi får skabt de rette rammebetingelser for bæredygtig forretning i Danmark, hvor alle virksomheder kommer med ombord.

God læselyst!



Malene Thiele  
CSR-chef i Dansk Erhverv

---

<sup>1</sup> *The Sustainable Development Goals - A World of Opportunities for Danish Businesses*. Dalberg for Udenrigsministeriet, 2019.

# Indledning

Samfundsansvar, CSR og bæredygtighed er begreber, som fylder i den offentlige debat, hos forbrugerne og hos politikere og beslutningstagere i ind- og udland. På den baggrund har vi i Dansk Erhverv sat os for at afdække, hvordan de danske virksomheder oplever forventningerne til, og gevinsterne af, arbejdet med samfundsansvar.

I rapporten anvender vi begreberne samfundsansvar, CSR og bæredygtighed synonymt om virksomhedernes arbejde med fx sociale indsatser, tiltag for at nedbringe miljø- og klimamæssige påvirkninger eller etiske forholdsregler i forhold til leverandører og samarbejdspartnere. Vi anser desuden disse tiltag for at være tæt forbundet med et arbejde for at indfri FN's Verdensmål.

Vores analyse viser, at mange virksomheder oplever et stigende pres for at udvise samfundsansvar, men oplevelsen er ikke ens for alle typer af virksomheder. De store virksomheder oplever fx et større pres end de små.

Og hvor kommer forventningspresset så fra? Hvis man ser på tværs af brancher, så oplever virksomhederne entydigt, at presset kommer fra politisk hold. Den andenstørste presbold kommer ifølge virksomhederne fra deres egne bestyrelser og direktioner. Og på en tæt tredjaplads kommer det pres, virksomhederne oplever fra medarbejderne.

Data er indsamlet blandt Dansk Erhvervs medlemmer i oktober 2019, og 779 virksomheder har besvaret undersøgelsen. Dansk Erhverv repræsenterer 15.000 danske virksomheder fordelt på en lang række forskellige brancher med undtagelse af landbrug og fiskeri samt finans. Stikprøven med 779 virksomheder er repræsentativ for Dansk Erhvervs medlemsbase, men resultaterne kan ikke nødvendigvis generaliseres til alle danske virksomheder. Den statistiske usikkerhed i en undersøgelse med 779 respondenter er maksimalt +/- 3,5 pct. point.

I de to første kapitler af rapporten gennemgår vi indsigter i virksomhedernes oplevelse af forventningspres og gevinster i et generelt perspektiv. Herefter er rapporten struktureret i kapitler, som fokuserer på enkelte brancher: Rådgivning, transport, detailhandel, engroshandel samt IT og Tele. I de enkelte kapitler præsenterer vi hovedkonklusioner. Baggrundstabeller med uddybende informationer fremgår af rapportens bilag.

# Forventninger til virksomheders samfundsansvar

I dette kapitel gennemgår vi virksomhedernes svar på spørgsmål om de forventninger, de bliver mødt af i forhold til at udvise samfundsansvar.

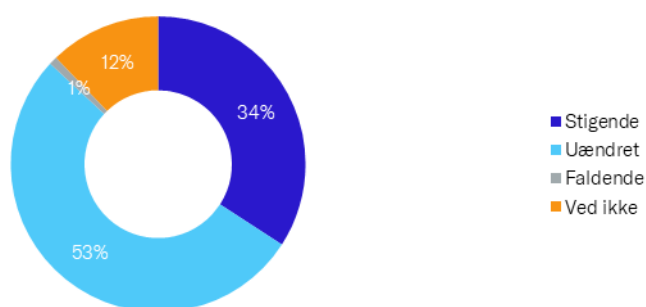
34 pct. af Dansk Erhvervs medlemmer har i 2019 oplevet et stigende forventningspres i forhold til at udvise samfundsansvar.

Forventningspresset opleves særligt fra politikere og ny lovgivning, mens investorer er den aktør, hvor færrest af virksomhederne oplever et pres.

## Stigende forventningspres til at udvise samfundsansvar

Figur 1 viser, hvor mange af Dansk Erhvervs medlemmer, der oplever hhv. et stigende eller et faldende forventningspres til at udvise samfundsansvar.

Figur 1: Andel af virksomheder, der i 2019 oplever stigende hhv. faldende forventningspres i forhold til at udvise samfundsansvar



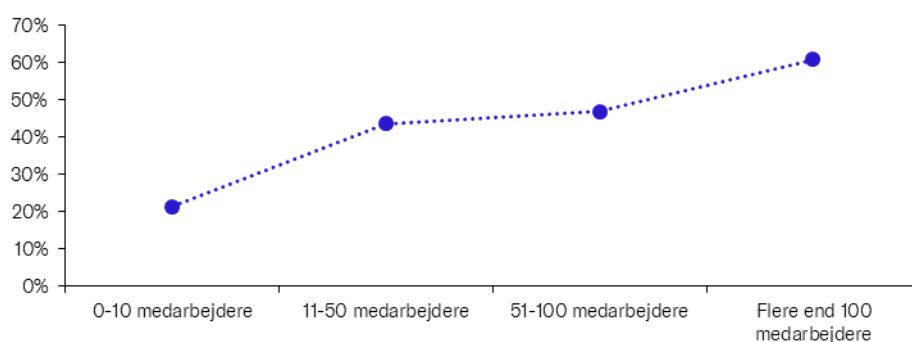
**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Baseret på 779 besvarelser.

87 pct. af virksomhederne oplever et uændret eller stigende forventningspres, mens kun 1 pct. oplever, at det er faldende.

Svarene viser, at der er en klar sammenhæng mellem virksomhedsstørrelse og oplevelsen af forventningspresset, se figur 2.

Figur 2: **Andel af virksomheder, der i løbet af 2019 har oplevet et stigende forventningspres til at udvise samfundsansvar**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** 0-10 medarbejdere, n=394. 11-50 medarbejdere, n=252. 51-100 medarbejdere, n=64. Flere end 100 medarbejdere, n=69.

Mens kun 21 pct. af virksomheder med 0-10 medarbejdere oplever et stigende forventningspres, er tallet 61 pct. blandt virksomheder med flere end 100 medarbejdere.

Oplevelsen af forventningspresset varierer desuden alt efter hvilken branche, der er tale om, hvilket fremgår af de senere kapitler om brancheoverblik og bilagstabel 1. Det er særligt detailhandlen, som mærker forventningspresset. Her oplever hele 51 pct. presset som stigende. Transportbranchen er derimod dem, der i højest grad oplever presset som uændret med 65 pct.

### **Hvor stammer presset fra?**

Virksomhederne har svaret på, hvorvidt de oplever et forventningspres til at udvise samfundsansvar fra en række forskellige aktører.

Politikere og ny lovgivning er den aktør, som placerer sig højest på listen. Herfra oplever hele 72 pct. af virksomhederne et forventningspres, se figur 3.

Figur 3: **Andel af virksomheder, der oplever et forventningspres fra forskellige aktører**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende aktør angives af respondenterne til at være relevant. I det vægtede gennemsnit er der taget højde for, at der er forskellige antal besvarelser for de forskellige aktører.

Det næststørste pres kommer ifølge virksomhederne fra deres egne bestyrelser og direktioner, hvorfra 64 pct. oplever et forventningspres. Det tyder med andre ord på, at virksomhedsledere og bestyrelsesmedlemmer på tværs af brancher i høj grad stiller krav til deres organisationer om at udvise samfundsansvar. Dette er en positiv indikator på, at arbejdet med bæredygtighed tages seriøst på højeste niveau i virksomhederne. Tendensen kan formodentlig kobles sammen med verdensmålenes behandling på bl.a. VL-døgnet på Folkemødet 2019 og på et væld af konferencer i 2019, bl.a. Dansk Erhvervs #CSRdag2019.

På en tæt tredjeplads kommer det forventningspres, som virksomhederne oplever fra medarbejderne. Det harmonerer godt med flere analyser, der peger på, at især de yngre generationer viser nogle klare præferencer, når det kommer til deres fremtidige arbejdsgiver. De går bl.a. op i mangfoldighed, om der er tale om en familievenlig arbejdsplads mv.<sup>2</sup>

Overraskende nok er det fra investorer, virksomhederne oplever det mindste pres. I den finansielle sektor rapporterer man på de såkaldte ESG-kriterier (Economic-, Social- og Governance-kriterier), og sektoren screener virksomheder og aktiviteter i relation til disse. Der er desuden en række internationale og europæiske initiativer på flere andre områder, fx EU's taxonomi-arbejde, TCFD - Task Force on Climate-related Financial Disclosure m.fl. Udviklingen vil sandsynligvis føre til mange flere spørgsmål til de erhverv, der investeres i, og det kan betyde, at det oplevede pres fra investorer vil vokse i de kommende år.

<sup>2</sup> <https://www.bcg.com/publications/2017/people-organization-behavior-culture-how-millennial-men-can-help-break-glass-ceiling.aspx>, <https://www.conecomm.com/research-blog/2016-millennial-employee-engagement-study#download-the-research>

# Gevinster ved at udvise samfundsansvar

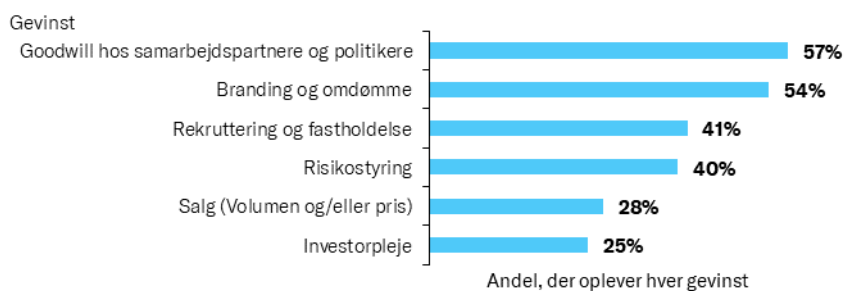
I dette kapitel præsenterer vi virksomhedernes svar på spørgsmål om, hvilke gevinster de oplever ved at udvise samfundsansvar.

Undersøgelsen viser, at topscorerne her er de mindst konkrete gevinster vedrørende bl.a. goodwill og branding, mens der ikke er ligeså store forventninger til de mere direkte økonomiske gevinster. Over halvdelen af virksomhederne vurderer dog, at klimadagsordenen kan give anledning til nye forretningsmuligheder.

## Hvilke gevinster oplever virksomhederne?

Figuren nedenfor viser hvor stor en andel af virksomhederne i undersøgelsen, der oplever en række forskellige gevinster ved at udvise samfundsansvar.

Figur 4: **Andel, der oplever forskellige gevinster ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende gevinst angives af respondenterne til at være relevant.

Kun 28 pct. af virksomhederne forventer at kunne opnå direkte økonomiske gevinster vedrørende salg som følge af at være en ansvarlig virksomhed.

Det er derimod gevinster vedrørende goodwill hos samarbejdspartnere og politikere, som virksomhederne mest hyppigt oplever, når det kommer til at udvise samfundsansvar. Her er andelen 57 pct.

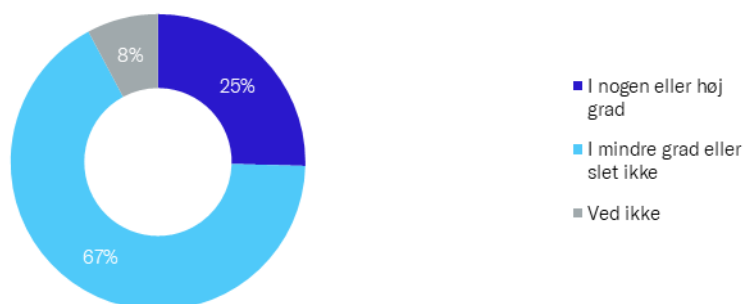


En tæt andenplads går til gevinster vedrørende branding og omdømme (54 pct.). En udfordring ved dette kan dog være, at branding ofte ikke er tilstrækkeligt kvantificerbart eller dokumenterbart til at indgå i business casen for en indsats. Risikoen er, at virksomhederne overser mulige gevinster, og dermed måske ikke får udnyttet det fulde potentiale ved at arbejde med deres samfundsansvar. En anden udfordring opstår, hvis branding er det eneste formål med en given indsats. Det er dog kun 5 af den samlede svarpopulation på 779 virksomheder, der angiver branding som den eneste gevinst, de oplever.

## Klimadagsordenen og de nye forretningsmuligheder

Virksomhederne har svaret på, i hvilket omfang klimadagsordenen giver anledning til nye forretningsmuligheder. Blandt Dansk Erhvervs medlemmer forventer 25 pct. i nogen eller høj grad nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen.

Figur 5: **I hvilket omfang giver klimadagsordenen din virksomhed nye forretningsmuligheder?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

Blandt de forskellige brancher er det særligt engroshandlen og rådgivningsvirksomheder, der forventer nye forretningsmuligheder pga. klimadagsordenen med en andel på 31 pct., se bilagsfigur 1. For de resterende brancher ligger andelen mellem 23 og 25 pct.

## Brancheoverblik: Rådgivning

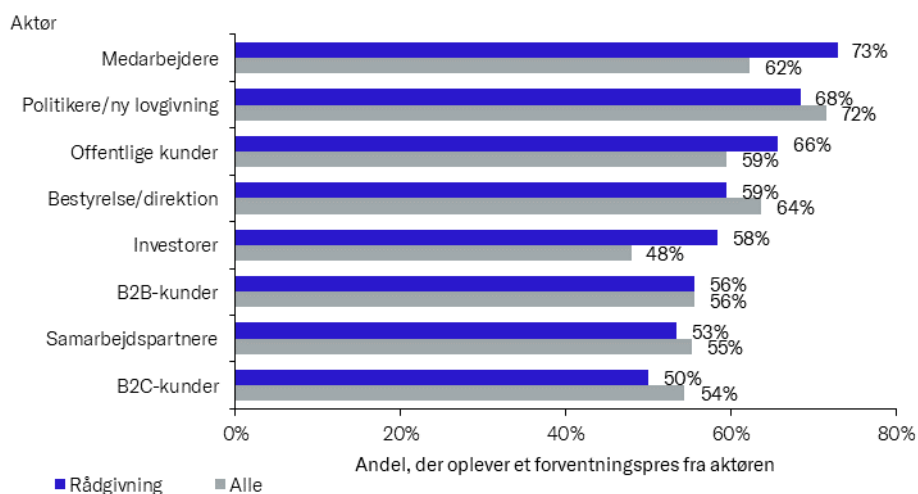
I dette afsnit fokuserer vi alene på rådgivningsvirksomheders besvarelser. Det drejer sig om 49 besvarelser (ud af 779 i alt). Vi sammenligner resultaterne for rådgiverbranchen med resultaterne for alle brancher under et.

### Forventningspres til at udvise samfundsansvar

Blandt rådgivningsvirksomhederne har 37 pct. i 2019 oplevet et stigende forventningspres i forhold til at udvise samfundsansvar. Det er lidt højere end blandt alle brancher, hvor andelen er 34 pct.

Rådgivningsvirksomhederne er desuden blevet spurgt, hvordan de oplever forventningspreset til at udvise samfundsansvar fra en række forskellige aktører. Resultaterne er vist i figuren nedenfor.

Figur 6: **Andel, der oplever et forventningspres fra forskellige aktører**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende aktør angives af respondenterne til at være relevant.

Rådgiverbranchen oplever det største forventningspres til at udvise samfundsansvar fra medarbejderne. Her angiver 73 pct. af rådgivningsvirksomhederne, at de oplever et forventningspres. Dette er en større andel end blandt alle virksomheder, hvor tallet er 62 pct.

Det kan hænge sammen med, at rådgivningsvirksomhedernes ansatte i høj grad er højt specialiseret arbejdskraft, der ofte stiller store krav til arbejdsgiverne – også når det gælder samfundsansvar.

Vi har desuden beregnet et vægtet gennemsnit over forventningspresset fra de forskellige aktører<sup>3</sup>. Her er der i gennemsnit 61 pct. af rådgivningsvirksomhederne, der oplever et forventningspres. Det er en smule over niveauet for alle virksomheder, hvor tallet er 60 pct.

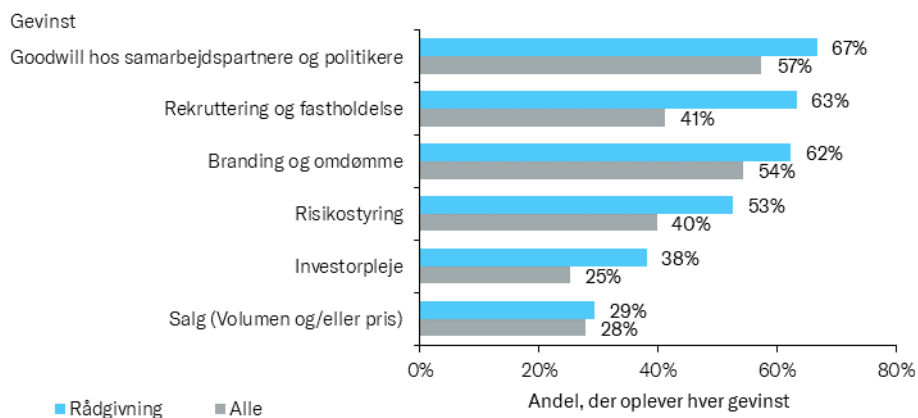
Forventningspresset skal bl.a. ses i sammenhæng med, at rådgivningsvirksomhedernes ydelser i høj grad bliver set som en del af løsningen på udfordringer vedrørende CSR og bæredygtighed.

### Gevinster ved at udvise samfundsansvar

Virksomhederne er blevet spurgt, hvilke gevinster de oplever ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar.

Den gevinst, som flest af rådgivningsvirksomhederne oplever, er goodwill hos samarbejdspartnere og politikere, se figur 7.

Figur 7: **Andel, der oplever forskellige gevinster ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende gevinst angives af respondenterne til at være relevant.

Rådgiverbranchen ligger i sin vurdering af de forventede gevinster over gennemsnittet på samtlige parametre, og sammenlignet med de andre brancher i denne analyse er rådgiverbranchen desuden den branche, der forventer flest fordele ved at udvise samfundsansvar.

<sup>3</sup> I det vægtede gennemsnit er der taget højde for, at der er forskellige antal besvarelser for de forskellige aktører.

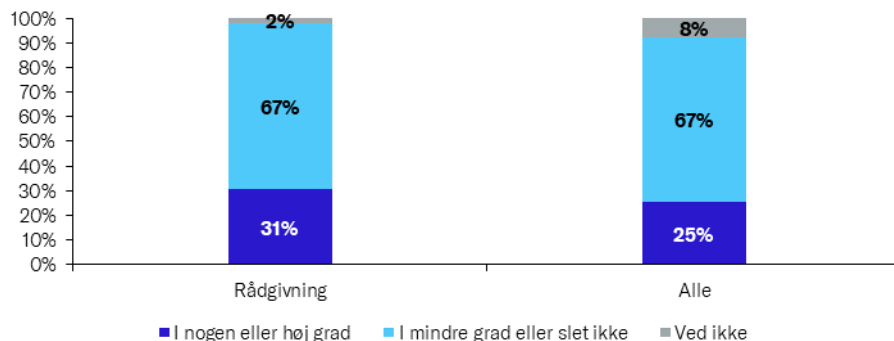
Særligt vedrørende rekruttering og fastholdelse oplever rådgiverbranchen gevinster i højere grad end gennemsnittet. Dette hænger godt sammen med, at figur 6 tidligere i kapitlet viste, at rådgiverbranchen oplever et stort forventningspres fra deres medarbejdere til at udvise samfundsansvar.

Eftersom rådgiverbranchen vil være leverandør af specialiserede rådgivningsydelser indenfor bl.a. ansvarlighed, er det logisk, at de forventede gevinster vil være mere udtalte og tidligere forekommende blandt rådgivningsvirksomheder end hos gennemsnittet af virksomheder. Man kan på den måde betragte rådgiverbranchen som en tidlig indikator på tendenserne i de øvrige erhverv.

### Nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen

Rådgivningsvirksomhederne har svaret på, i hvilket omfang klimadagsordenen giver anledning til nye forretningsmuligheder. Figur 8 nedenfor viser svarene for rådgiverbranchen sammenlignet med alle.

Figur 8: **I hvilket omfang giver klimadagsordenen din virksomhed nye forretningsmuligheder?**



Kilde: Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

Figuren viser, at 31 pct. af virksomhederne i rådgiverbranchen i nogen eller høj grad kan se nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen. Det er højere end gennemsnittet blandt alle virksomheder, hvor tallet er 25 pct.

Rådgiverbranchen er generelt ikke en emissionstung branche, så besvarelsen afspejler igen, at rådgivningsvirksomhederne kan bidrage til deres kunders grønne omstilling gennem specialiseret rådgivning og derfor oplever nye forretningsmuligheder fra klimadagsordenen.

## Brancheoverblik: Transport

I dette afsnit fokuserer vi på de besvarelser, hvor virksomheden tilhører transportbranchen. Det drejer sig om 153 besvarelser (ud af 779 i alt). Vi sammenligner resultaterne for transportbranchen med resultaterne for alle brancherne under et.

### Forventningspres til at udvise samfundsansvar

Blandt virksomhederne i transportbranchen har 15 pct. i 2019 oplevet et stigende forventningspres i forhold til at udvise samfundsansvar. Det er lavere end blandt alle brancher, hvor andelen er 34 pct.

Ser man på et vægtet gennemsnit over forventningspresset fra de forskellige aktører<sup>4</sup>, er det i gennemsnit 48 pct. af virksomhederne i transportbranchen, der oplever et forventningspres. Det er betydeligt under niveauet for alle virksomheder, hvor tallet er 60 pct. Blandt alle de brancher, vi ser på i denne analyse, er transportbranchen den, der oplever det mindste forventningspres.

Det lave oplevede forventningspres kan måske overraske, da transportsektoren bl.a. var i politikernes søgelys i arbejdet hen imod en klimalov – et fokus som skyldes branchens ikke ubetydelige CO<sub>2</sub>-fodaftryk. Transportsektoren står for 29 procent af de danske udledninger af drivhusgasser, og det forventes at stige til 34 procent, hvis der ikke gøres noget.<sup>5</sup> En forklaring kan i dette tilfælde være, at besvarelserne fra transportbranchen i høj grad kommer fra mindre virksomheder med i gennemsnit 24 årsværk, hvilket er lavt sammenlignet med de andre brancher. Figur 2 tidligere i rapporten viste, at mindre virksomheder oplever mindre forventningspres.

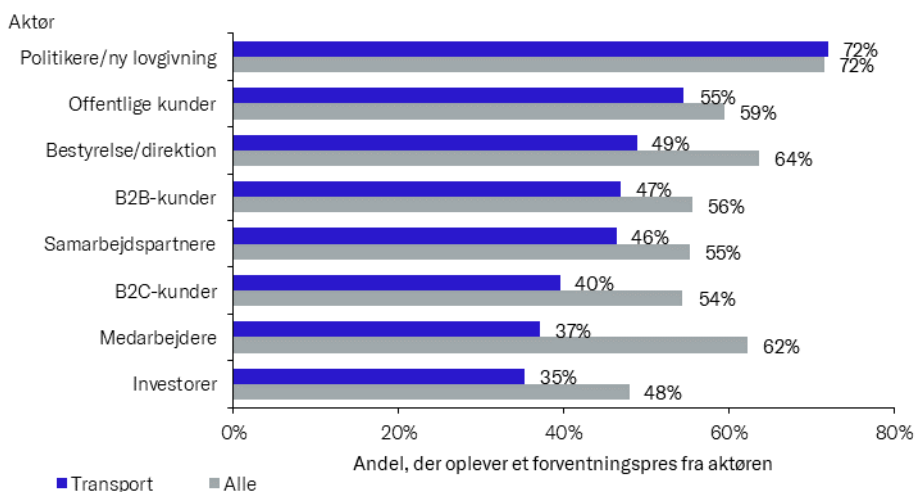
Virksomhederne er desuden blevet spurgt, hvordan de oplever forventningspresset til at udvise samfundsansvar fra en række forskellige aktører. Resultaterne er vist i figur 9.

---

<sup>4</sup> I det vægtede gennemsnit er der taget højde for, at der er forskellige antal besvarelser for de forskellige aktører.

<sup>5</sup> <https://www.trm.dk/nyheder/2019/nyt-klimapartnerskab-skal-sikre-en-mere-klimavenlig-landtransport/>.

Figur 9: **Andel, der oplever et forventningspres fra forskellige aktører**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende aktør angives af respondenterne til at være relevant.

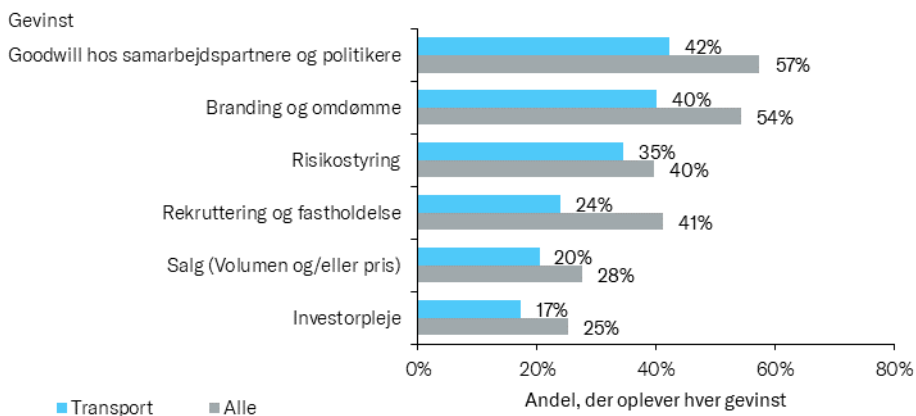
Transportbranchen oplever det største forventningspres til at udvise samfundsansvar fra politikere og lovgivning. Her angiver 72 pct. af virksomhederne i transportbranchen, at de oplever et forventningspres. Dette er samme andel, som når alle brancher betragtes under et.

#### **Gevinster ved at udvise samfundsansvar**

Virksomhederne er blevet spurgt, hvilke gevinster de oplever ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar.

Den gevinst, som flest af virksomhederne i transportbranchen oplever, er goodwill hos samarbejdspartnere og politikere, se figur 10. Dette kan hænge sammen med, at transportsektoren i sin bæredygtige omstilling er meget afhængig af langsigtede politiske beslutninger. Branchens omstilling afhænger nemlig af store investeringer i grønne køretøjer, og der er derfor brug for sikkerhed om den politiske linje.

Figur 10: **Andel, der oplever forskellige gevinster ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende gevinst angives af respondenterne til at være relevant.

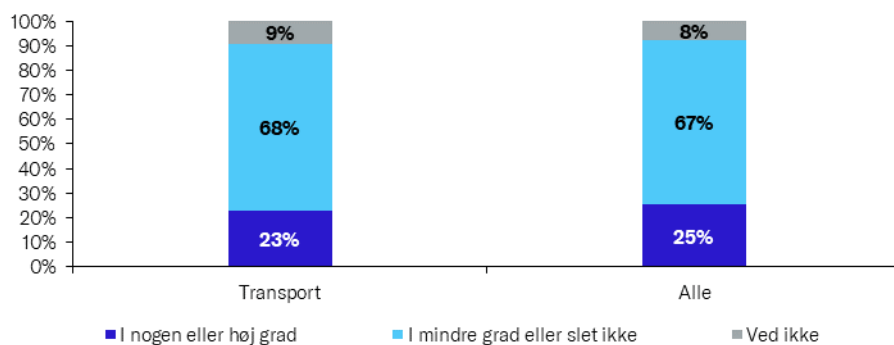
Det er en generel tendens, at transportbranchen ligger under gennemsnittet på samtlige parametre i sin vurdering af de forventede gevinster ved at udvise samfundsansvar. Sammenlignet med de andre brancher i denne analyse er transport desuden den branche, der oplever færrest gevinster ved at udvise samfundsansvar.

Helt generelt er transportbranchen i høj grad præget af virksomhedskunder, og derfor fylder forbrugerkrav ikke særlig meget. Det er derfor primært virksomhedskunder og politikere, der kan påvirke transportsektoren i en mere bæredygtig retning.

#### **Nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen**

Virksomhederne har svaret på, i hvilket omfang klimadagsordenen giver anledning til nye forretningsmuligheder. Figur 11 viser svarene for transportbranchen sammenlignet med alle.

Figur 11: **I hvilket omfang giver klimadagsordenen din virksomhed nye forretningsmuligheder?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

Figuren viser, at 23 pct. af virksomhederne i transportbranchen kan se nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen. Det er lidt lavere end gennemsnittet blandt alle virksomheder, hvor tallet er 25 pct.

Ligesom transportvirksomhederne er dem, der forventer færrest gevinster ved at udvise samfundsansvar, er det også den branche, der i lavest omfang oplever nye forretningsmuligheder fra klimadagsordenen.



## Brancheoverblik: Detailhandel

I dette afsnit fokuserer vi på de besvarelser, hvor virksomheden tilhører branchen "Detailhandel". Det drejer sig om 136 besvarelser (ud af 779 i alt). Vi sammenligner resultaterne for detailhandelsvirksomheder med resultaterne for alle brancherne under et.

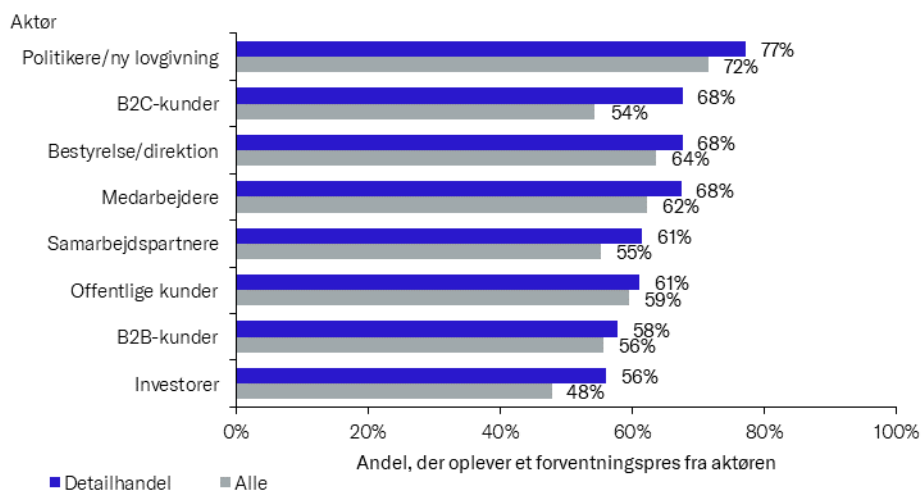
### Forventningspres til at udvise samfundsansvar

Blandt virksomhederne i detailhandlen har 51 pct. i 2019 oplevet et stigende forventningspres i forhold til at udvise samfundsansvar. Det er højere end gennemsnittet blandt alle brancher, hvor andelen er 34 pct. Sammenlignet med de andre brancher, vi ser på i denne rapport, er det detailvirksomhederne, der i højest grad har oplevet et stigende forventningspres.

Detailvirksomhederne henvender sig primært til forbrugerne. Den voksende folkelige bevidsthed om samfundsansvar, herunder ikke mindst i forhold til klimaet<sup>6</sup>, er formodentlig årsagen til det markant større pres for at udvise samfundsansvar blandt disse virksomheder.

Virksomhederne er desuden blevet spurgt, hvordan de oplever forventningspreset til at udvise samfundsansvar fra en række forskellige aktører. Resultaterne er vist i figuren nedenfor.

Figur 12: **Andel, der oplever et forventningspres fra forskellige aktører**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende aktør angives af respondenterne til at være relevant.

<sup>6</sup> Klimabarometeret 2018. Concito, juni 2018.

Detailhandlen oplever det største forventningspres til at udvise samfundsansvar fra politikere og lovgivning. Her angiver 77 pct. af virksomhederne i detailhandlen, at de oplever et forventningspres. Dette er en større andel end blandt alle virksomheder, hvor tallet er 72 pct.

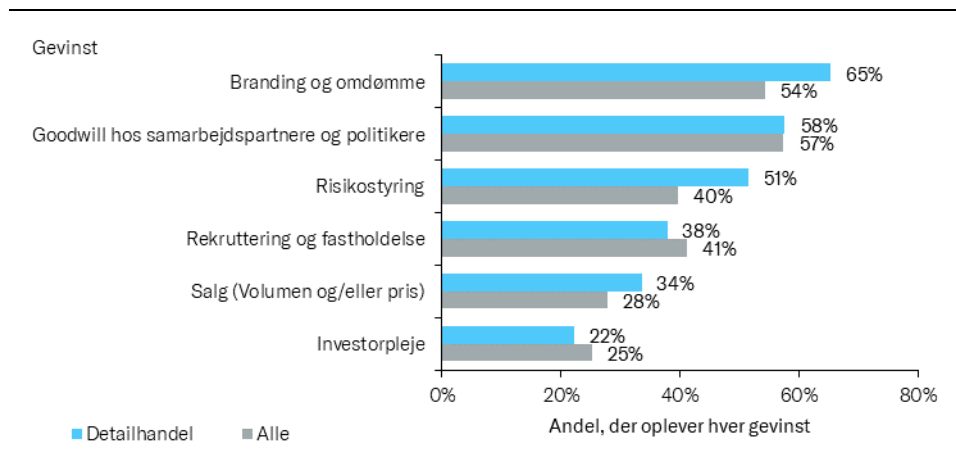
Ikke overraskende oplever detailvirksomhederne også presset fra forbrugerne (B2C) markant stærkere end gennemsnittet. Ifølge Advice Bæredygtighedsbarometer fra 2019 er 72,8 pct. af danskerne villige til at betale mere for produkter og ydelser, hvis virksomheden bag bidrager til en bæredygtig udvikling.<sup>7</sup> Man skal dog være opmærksom på, at forbrugeres faktiske købsadfærd ikke altid stemmer helt overens med de svar, der angives i denne type undersøgelser.

Vi har desuden beregnet et vægtet gennemsnit over forventningspresset fra de forskellige aktører<sup>8</sup>. Her er der i gennemsnit 65 pct. af virksomhederne i detailhandlen, der oplever et forventningspres. Det er over niveauet for alle virksomheder, hvor tallet er 60 pct. Blandt alle de brancher, vi ser på i denne analyse, er detailhandlen den, der oplever det største forventningspres. Detailbranchen er et knudepunkt for danskernes hverdag og binder tusindvis af virksomheder og forbrugere sammen. Det er derfor naturligt, at mange fokuserer på detailhandlen, når danskernes bæredygtige adfærd kommer på tale.

### Gevinster ved at udvise samfundsansvar

Virksomhederne er blevet spurgt, hvilke gevinster de oplever ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar, se figur 13.

Figur 13: **Andel, der oplever forskellige gevinster ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende gevinst angives af respondenterne til at være relevant.

<sup>7</sup> <https://adviceas.dk/nyheder/advice-baeredygtighedsbarometer-2019/>

<sup>8</sup> I det vægtede gennemsnit er der taget højde for, at der er forskellige antal besvarelser for de forskellige aktører.

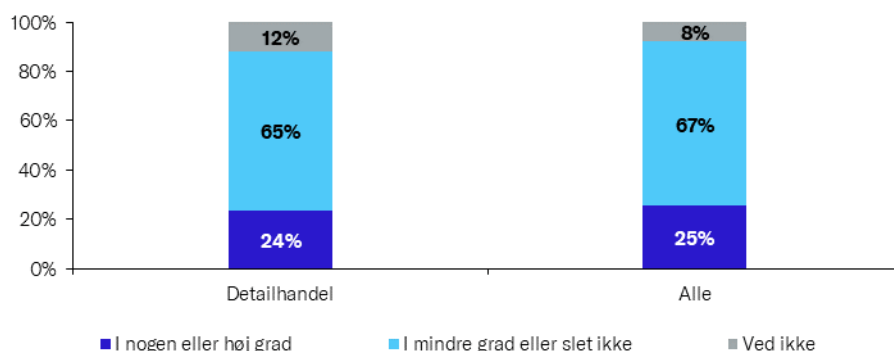
Den gevinst, som flest af virksomhederne i detailhandlen oplever, vedrører branding og omdømme. Detailhandelsvirksomhederne ligger i sin vurdering af de forventede gevinster over gennemsnittet på alle parametre med undtagelse af gevinster vedrørende rekruttering og fastholdelse og investordreje.

Detailhandlen er en af de brancher, hvor risikostyring vægter tungest som mulig gevinst. Det hænger sammen med de mange forskellige varegrupper, som branchen indkøber og videre-sælger til forbrugerne. Her er risikostyring vedrørende fx miljø, fødevarer, produktsikkerhed og arbejdsforhold i produktionslande centralt for virksomhedens omdømme blandt forbrugere og politikere.

### Nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen

Virksomhederne har svaret på, i hvilket omfang klimadagsordenen giver anledning til nye forretningsmuligheder. Figur 14 nedenfor viser svarene for detailhandelsvirksomhederne sammenlignet med alle brancher.

Figur 14: **I hvilket omfang giver klimadagsordenen din virksomhed nye forretningsmuligheder?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

Figuren viser, at 24 pct. af virksomhederne i detailhandlen i nogen eller høj grad kan se nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen, hvilket er tæt på samme andel som blandt alle virksomheder.

Detailvirksomheder er generelt allerede nået langt i forhold til at investere i køle- og energi-forbedrende tiltag. Derfor skal deres bidrag til klimareduktionen snarere hentes i de produkter, de sælger.

## Brancheoverblik: Engroshandel

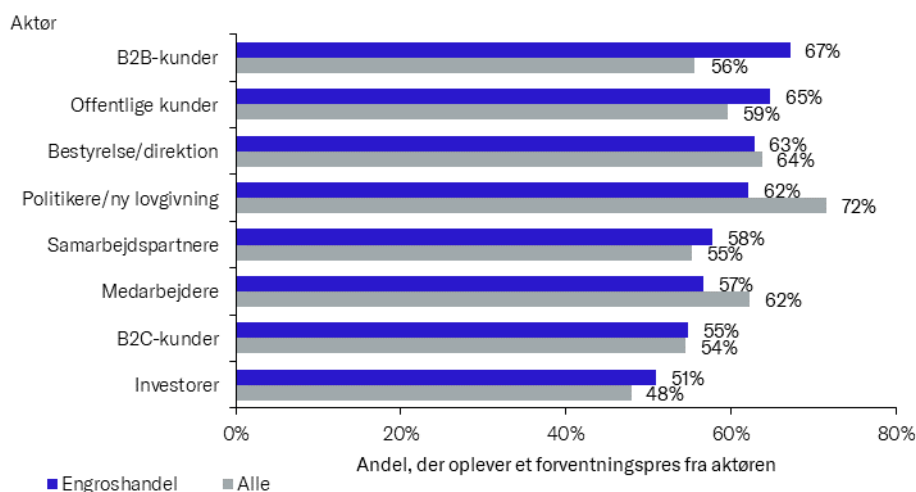
I dette afsnit fokuserer vi på de besvarelser, hvor virksomheden tilhører engrosbranchen, det vil sige virksomheder, der sælger varer i store mængder til fx detailhandlere, industrivirksomheder og andre virksomheder. Det drejer sig om 83 besvarelser (ud af 779 i alt). Vi sammenligner resultaterne for engrosvirksomhederne med resultaterne for alle brancherne under et.

### Forventningspres til at udvise samfundsansvar

Blandt virksomhederne i engroshandlen har 34 pct. i 2019 oplevet et stigende forventningspres i forhold til at udvise samfundsansvar. Det er samme andel som gennemsnittet blandt alle brancher.

Virksomhederne er desuden blevet spurgt, hvordan de oplever forventningspresset til at udvise samfundsansvar fra en række forskellige aktører. Resultaterne er vist i figuren nedenfor.

Figur 15: **Andel, der oplever et forventningspres fra forskellige aktører**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende aktør angives af respondenterne til at være relevant.

Når det kommer til engrosbranchen, fylder presset fra politisk hold ikke nær så meget, som i de øvrige brancher. Forklaringen kan være, at mange engrosvirksomheder lever i kulissen – uden for mediernes og den generelle offentligheds opmærksomhed.

Til gengæld er engrosvirksomhederne placeret centralt i værdikæden som bindeled mellem sektorer og på tværs af brancher. Dette stemmer godt overens med, at engroshandlen oplever det største forventningspres til at udvise samfundsansvar fra sine B2B-kunder, tæt fulgt af offentlige kunder. Her angiver hhv. 67 og 65 pct. af virksomhederne i engroshandlen, at de oplever et forventningspres, hvilket er højere end blandt alle virksomheder. Det tyder altså på, at der er et stort fokus på samfundsansvar blandt engrosvirksomhedernes kunder.

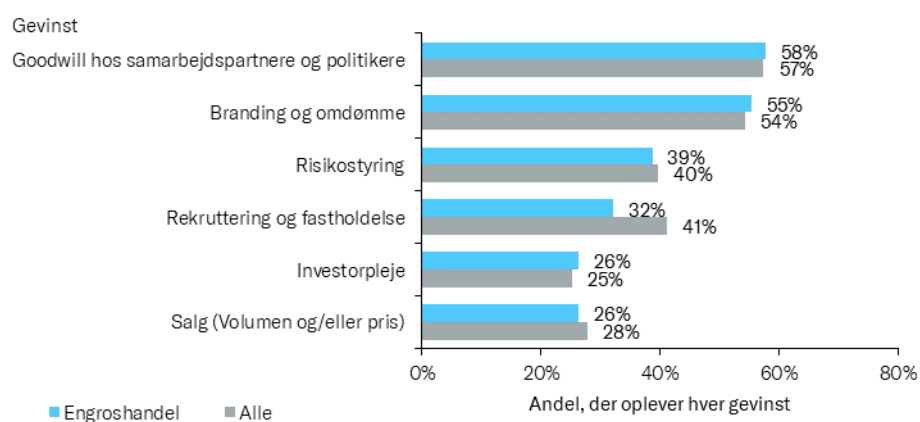
Vi har desuden beregnet et vægtet gennemsnit over forventningspresset fra de forskellige aktører<sup>9</sup>. Her er der i gennemsnit 61 pct. af virksomhederne i engroshandlen, der oplever et forventningspres. Det er en smule over niveauet for alle virksomheder, hvor tallet er 60 pct.

### Gevinster ved at udvise samfundsansvar

Virksomhederne er blevet spurgt, hvilke gevinster de oplever ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar.

Den gevinst, som flest af engrosvirksomhederne oplever, er goodwill hos samarbejdspartnere og politikere, se figur 16.

Figur 16: **Andel, der oplever forskellige gevinster ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende gevinst angives af respondenterne til at være relevant.

Engroshandlen ligger i sin vurdering af de forventede gevinster tæt på gennemsnittet på næsten alle parametre.

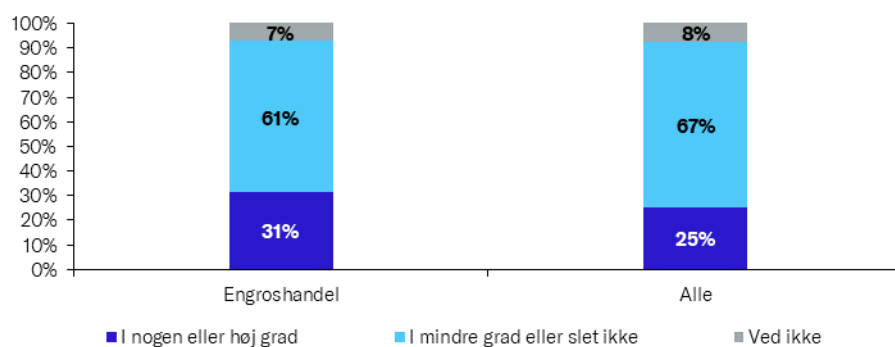
<sup>9</sup> I det vægtede gennemsnit er der taget højde for, at der er forskellige antal besvarelser for de forskellige aktører.

Den største forskel vedrører rekruttering og fastholdelse. Her forventer kun 32 pct. af engrosvirksomhederne gevinster sammenlignet med 41 pct. blandt alle. Det kan muligvis igen forklares med virksomhedernes lidt usynlige placering i værdikæden, hvilket stiller branchen svagere, når det kommer til konkurrence om og fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft.

### Nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen

Virksomhederne har svaret på, i hvilket omfang klimadagsordenen giver anledning til nye forretningsmuligheder. Figur 17 nedenfor viser svarene for engrosvirksomhederne sammenlignet med alle.

Figur 17: **I hvilket omfang giver klimadagsordenen din virksomhed nye forretningsmuligheder?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

Figuren viser, at 31 pct. af engrosvirksomhederne i høj eller nogen grad kan se nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen, hvilket er højere end blandt alle virksomheder. Blandt alle de brancher, vi ser på i denne analyse, er det engroshandelsvirksomhederne, som i højest grad forventer nye forretningsmuligheder fra klimadagsordenen.

Engrosvirksomheder leverer produkter og løsninger til andre virksomheder. Når disse virksomheder efterspørger mere klimavenlige services og ydelser, vil det ofte være engrosvirksomheden, der faciliterer dette gennem deres markedskendskab, produkttilpasning, specialisering, kvalitetssikring m.m. Deri ligger én af forklaringerne på engrosvirksomhedernes positive specifikke forventninger til klimadagsordenen.

Så når engrosvirksomhederne ligger ret gennemsnitligt vedrørende gevinster ved at udvise samfundsansvar, men højest, når det kommer til klimadagsordenen, hænger det sammen med at branchen ofte 'flyver under radaren' i den offentlige debat, i medierne og i politikernes bevidsthed – men at branchen som leverandør til mange virksomheder samtidig kan være med til at levere på den konkrete grønne omstilling.

## Brancheoverblik: IT og tele

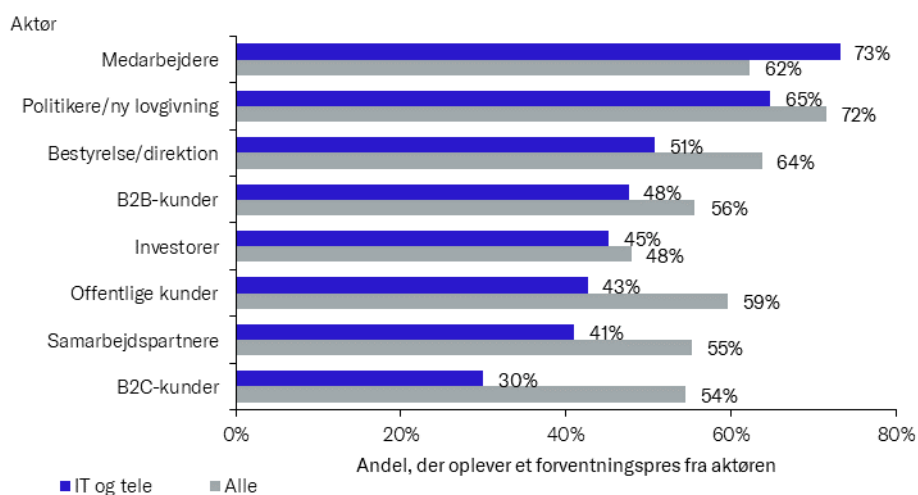
I dette afsnit fokuserer vi på de besvarelser, hvor virksomheden tilhører "IT- og telebranchen". Det drejer sig om 84 besvarelser (ud af 779 i alt). Vi sammenligner resultaterne for IT og tele med resultaterne for alle brancherne under et.

### Forventningspres til at udvise samfundsansvar

Blandt IT- og televirksomhederne har 30 pct. i 2019 oplevet et stigende forventningspres i forhold til at udvise samfundsansvar. Det er lidt lavere end gennemsnittet blandt alle brancher, hvor andelen er 34 pct.

Virksomhederne er desuden blevet spurgt, hvordan de oplever forventningspreset til at udvise samfundsansvar fra en række forskellige aktører. Resultaterne er vist i figuren nedenfor.

Figur 18: **Andel, der oplever et forventningspres fra forskellige aktører**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende aktør angives af respondenterne til at være relevant.

IT- og televirksomhederne oplever, at det største forventningspres til at udvise samfundsansvar kommer fra deres medarbejdere. Her angiver 73 pct. af virksomhederne i IT eller tele, at de oplever et forventningspres, hvilket er højere end blandt alle virksomheder, hvor andelen er 62 pct.

Dette hænger godt sammen med, at IT- og televirksomheder benytter sig af højt specialiseret og efterspurgt arbejdskraft, der har mulighed for at stille krav til arbejdsgiverne. I takt med den stigende digitalisering af samfundet stiger efterspørgslen på IT-specialister i erhvervslivet generelt, og det sætter ikke mindst IT-virksomhederne under pres. Udfordringerne med rekruttering opleves som en barriere for yderligere vækst<sup>10</sup>. Flere virksomheder går derfor nye veje i rekrutteringen. Det kan fx inkludere en dusør til medarbejdere, der skaffer en ny kollega, eller det kan være at markere sig som en rar og fleksibel arbejdsplads, der tilgodeser medarbejdernes forskellige livsfaser.

Initiativer, der demonstrerer samfundsansvar, kan differentiere en virksomhed som arbejdsgiver og bidrage til at fremme medarbejdertilfredsheden og -loyaliteten, og figur 18 viser, at de er i særligt høj kurs i denne branche.

Fra alle andre aktører oplever IT- og televirksomhederne et lavere forventningspres end gennemsnittet. Vi har desuden beregnet et vægtet gennemsnit over forventningspresset fra de forskellige aktører<sup>11</sup>. Her er det i gennemsnit 52 pct. af IT- og televirksomhederne, der oplever et forventningspres. Det er noget under niveauet for alle virksomheder, hvor tallet er 60 pct.

#### **Gevinster ved at udvise samfundsansvar**

Virksomhederne er blevet spurgt, hvilke gevinster de oplever ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar.

Den gevinst, som flest af virksomhederne i IT eller tele oplever, er vedrørende rekruttering og fastholdelse, se figur 19.

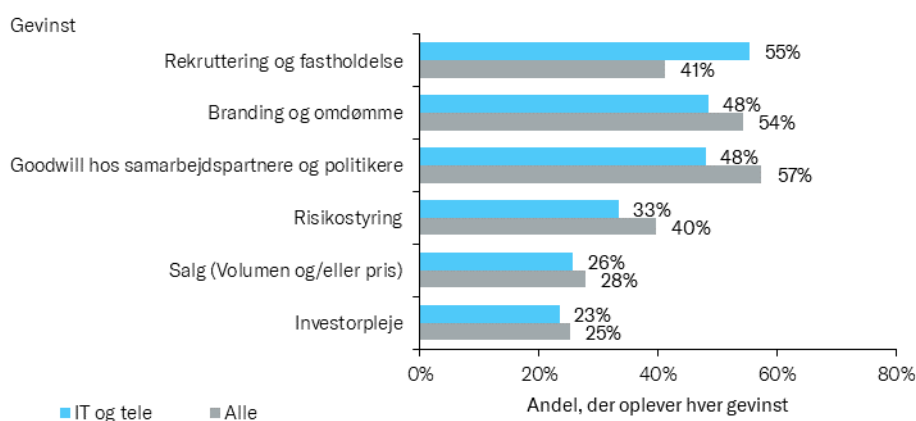
---

<sup>10</sup> <https://itb.dk/maerkesager/kapital-til-vaekst/her-er-it-branchens-stoerste-vaekstbarriere/>

<sup>11</sup> I det vægtede gennemsnit er der taget højde for, at der er forskellige antal besvarelser for de forskellige aktører.



Figur 19: **Andel, der oplever forskellige gevinster ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende gevinst angives af respondenterne til at være relevant.

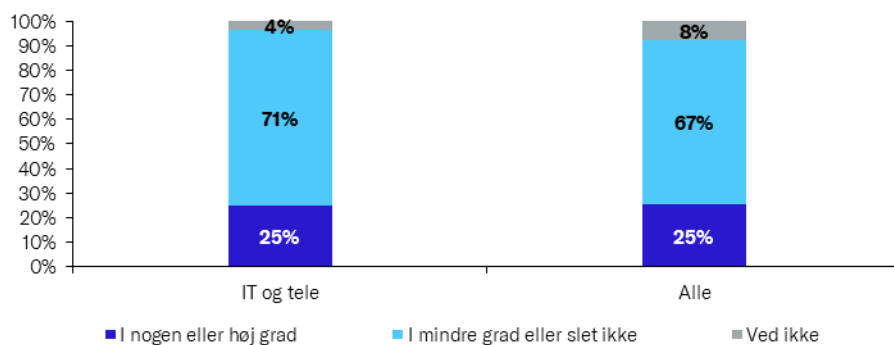
IT eller tele ligger i sin vurdering af de forventede gevinster under gennemsnittet på næsten alle parametre. Den eneste undtagelse er vedrørende rekruttering og fastholdelse, hvor 55 pct. af IT- eller televirksomhederne forventer gevinster, sammenlignet med 41 pct. blandt alle virksomheder. Dette hænger godt sammen med, at figur 18 tidligere i kapitlet viste, at IT eller tele oplever et stort forventningspres fra deres medarbejdere til at udvise samfundsansvar.

I de seneste år har der været meget fokus på digitale virksomheders ansvarlighed, fx i forhold til datamisbrug, overvågning osv., og det kan derfor undre, at IT eller tele generelt forventer lave gevinster ved at udvise samfundsansvar. Mange IT- og televirksomheder leverer dog et for kunden usynligt produkt. Man bemærker ofte først IT- og teleinfrastruktur og -services, når de ikke virker, fx i forbindelse med driftsforstyrrelser eller nedbrud. Denne grad af usynlighed kan være en del af forklaringen på de lave forventninger til gevinster fra at udvise samfundsansvar.

### **Nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen**

Virksomhederne har svaret på, i hvilket omfang klimadagsordenen giver anledning til nye forretningsmuligheder. Figur 20 nedenfor viser svarene for IT- og telebranchen sammenlignet med alle.

Figur 20: **I hvilket omfang giver klimadagsordenen din virksomhed nye forretningsmuligheder?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

Figuren viser, at 71 pct. af IT- og televirksomhederne i mindre grad eller slet ikke kan se nye forretningsmuligheder som følge af klimadagsordenen, hvilket er højere end blandt alle virksomheder, hvor tallet er 67 pct. Andelen, der i nogen eller høj grad kan se nye forretningsmuligheder, er på niveau med gennemsnittet – nemlig 25 pct.

Dette forhold kan måske ved første øjekast undre. Fx har det været bredt drøftet i medierne hvad de store IT-virksomheders datacentre koster på den grønne omstilling<sup>12</sup>. En forklaring kan dog være, at mange af branchens aktører er leverandører af en service i stedet for af et produkt, og derfor i sig selv ikke er en stor CO<sub>2</sub>- udleder.

Selvom den enkelte IT- eller televirksomheds eget aftryk er begrænset til fx kontorfaciliteter, kantinedrift og strømforbrug, kan branchen spille en central rolle for den grønne omstilling i andre virksomheder og sektorer, fordi digitale teknologier gør det muligt at arbejde på nye og mere klimavenlige måder. Dette sættes der bl.a. fokus på igennem regeringens klimapartnerskab om "Service, IT og Rådgivning"<sup>13</sup>. Fx kan centrale datacentre typisk drives mere energieffektivt end decentral it-drift hos den enkelte bruger, og kunstig intelligens kan være med til et nedbringe energiforbruget i alt fra datacentre til transportsektoren.

Endelig ser vi, at store IT-leverandører sætter mål om CO<sub>2</sub>-neutral drift og investerer i vedvarende energi. Google investerer fx massivt i solcelleteknologi i disse år, og alene i Danmark opføres fem solcelleparker<sup>14</sup>

<sup>12</sup> [https://borsen.dk/nyheder/virksomheder/artikel/1/379874/itgiganters\\_datacentre\\_risikerer\\_at\\_bremse\\_groen\\_omstilling.html](https://borsen.dk/nyheder/virksomheder/artikel/1/379874/itgiganters_datacentre_risikerer_at_bremse_groen_omstilling.html)

<sup>13</sup> <https://www.danskerhverv.dk/presse-og-nyheder/nyheder/klimapartnerskaber-er-i-luften/>

<sup>14</sup> <https://ing.dk/artikel/google-bliver-danmarks-stoerste-ejer-solceller-bygger-fem-nye-parker-228936>

# Bilag

## Bilagstabel 1

Tabel 1: **Andel, der i 2019 oplever stigende hhv. faldende forventningspres i forhold til at udvise samfundsansvar**

	Alle	Detailhandel	Engros-handel	Transport	Rådgivning	IT og tele
Antal respondenter	779	136	83	153	49	84
Stigende	34%	51%	34%	15%	37%	30%
Uændret	53%	35%	53%	65%	59%	60%
Faldende	1%	1%	0%	2%	0%	0%
Ved ikke	12%	14%	13%	18%	4%	11%

**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** I tabellen vises svarene for de fem største brancher i undersøgelsen samt for "Alle". "Alle" inkluderer desuden svar fra brancherne "Hotel, restauration, turisme eller underholdning" (n=36), "Fremstilling" (n=32), "Manuel service" (n=34), "Socialøkonomisk virksomhed eller forening" (n=37), "Brancheforening" (n=20) eller "Andet" (n=115).

## Bilagstabel 2

Tabel 2: **Andel, der oplever et forventningspres fra forskellige aktører**

Aktør	Alle	Detailhandel	Engros-handel	Transport	Rådgivning	IT og tele
Bestyrelse/direktion	64%	68%	63%	49%	59%	51%
Investorer	48%	56%	51%	35%	58%	45%
Medarbejdere	62%	68%	57%	37%	73%	73%
Politikere/ny lovgivning	72%	77%	62%	72%	68%	65%
Samarbejdspartnere	55%	61%	58%	46%	53%	41%
B2C-kunder	54%	68%	55%	40%	50%	30%
B2B-kunder	56%	58%	67%	47%	56%	48%
Offentlige kunder	59%	61%	65%	55%	66%	43%
Vægtet gennemsnit	60%	65%	61%	48%	61%	52%
Forskel ift. alle (%)	-	+10%	+2%	-19%	+2%	-13%

**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelene er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende aktør angives til at være relevant. I det vægtede gennemsnit er der taget højde for, at der er forskellige antal besvarelser for de forskellige aktører.

### Bilagstabel 3

Tabel 3: **Andel, der oplever forskellige gevinster ved at være en virksomhed, der udviser samfundsansvar**

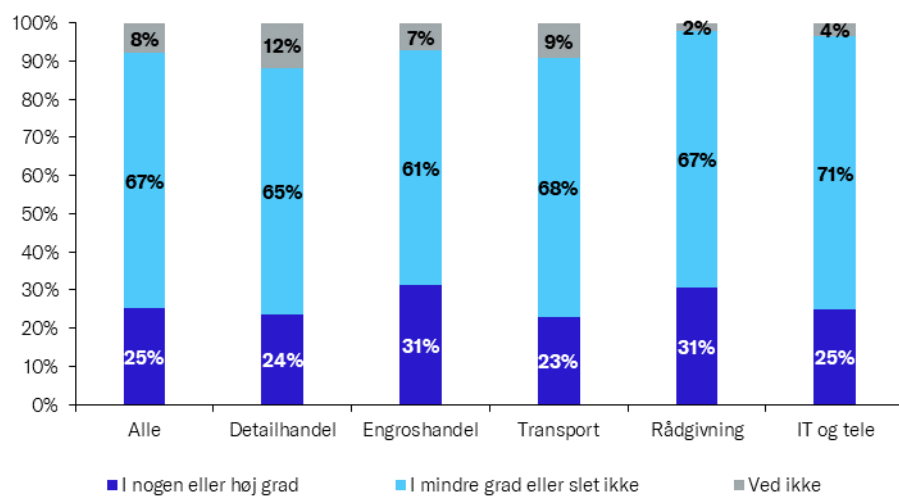
Gevinst	Alle	Detail-handel	Engros-handel	Transport	Rådgivning	IT og tele
Salg (volumen og/eller pris)	28%	34%	26%	20%	29%	26%
Rekruttering og fastholdelse	41%	39%	32%	24%	63%	55%
Goodwill hos samarbejdspartnere og politikere	57%	58%	58%	42%	67%	48%
Branding og omdømme	54%	65%	55%	40%	62%	48%
Investorpleje	25%	22%	26%	17%	38%	23%
Risikostyring	40%	51%	39%	35%	53%	33%
Gns. andel, der oplever gevinster (vægtet)	42%	46%	39%	30%	53%	41%
Forskel ift. alle (%)	-	+9%	-7%	-28%	+26%	-2%

**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**Anm:** Andelen er beregnet blandt besvarelser, hvor den pågældende gevinst angives til at være relevant. I det vægtede gennemsnit er der taget højde for, at der er forskellige antal besvarelser for de forskellige gevinster.

## Bilagsfigur 1

Figur 21: I hvilket omfang giver klimadagsordenen din virksomhed nye forretningsmuligheder?



Kilde: Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, oktober 2019.

**DANSK ERHVERV**  
Børsen  
1217 København K

[www.danskerhverv.dk](http://www.danskerhverv.dk)  
[info@danskerhverv.dk](mailto:info@danskerhverv.dk)  
T. + 45 3374 6000

Dansk Erhverv er erhvervsorganisation og arbejdsgiverforening for fremtidens erhvervsliv.

Vi repræsenterer et bredt udsnit af virksomheder og brancheforeninger. Vores mission er at fremme konkurrencekraft hos vores medlemmer i en globaliseret økonomi.

## Kontakt

Henvendelser angående analysen kan ske til Seniorøkonom Agnete Nielsen på [anie@danskerhverv.dk](mailto:anie@danskerhverv.dk) eller på tlf. 3374 6179.

Henvendelser angående virksomhedernes arbejde med CSR kan ske til CSR-chef Malene Thiele på [mth@danskerhverv.dk](mailto:mth@danskerhverv.dk) eller tlf. 3374 6059.

**DANSK  
ERHVERV**