



# Undersøgelse om SMV'ers samfundsansvar



## Survey / Spørgeskemaundersøgelsen

I samarbejde med CBS Sustainability gennemførte Arbejdsgiverforeningen KA og KA Pleje i november og december 2020 en undersøgelse om små og mellemstore virksomheders (SMV'ers) samfundsansvar. Denne publikation præsenterer resultaterne fra denne kvantitative spørgeskemaundersøgelse (survey) om SMV'ers samfundsansvar.

Spørgeskemaundersøgelsen fokuserer på SMV'ers viden om, holdninger til, erfaringer med, prioriteringer af og udfordringer med samfundsansvar.

Undersøgelsen blev gennemført i november og december 2020 blandt KA og KA Plejes 1200 medlemmer samt blev omtalt på internetmediet CSR.dk, hvor læserne blev opfordret til at deltage i og bidrage med deres viden til undersøgelsen.

Den 19. november 2020 blev den kvantitative spørgeskemaundersøgelse (survey) sendt digitalt til en population (gruppe) på 1103 respondenter. Respondenterne er alle SMV'er, som er medlem af KA og KA Pleje. Den 20. november 2020 blev den kvantitative spørgeskemaundersøgelse (survey) omtalt som tophistorie på internetmediet [CSR.dk](https://www.csr.dk) samt i [CSR.dk](https://www.csr.dk)'s nyhedsbrev udsendt samme dag. [CSR.dk](https://www.csr.dk) har 45.000 unikke besøgende om måneden og nyhedsbrevet sendes til 6.000 modtagere.

I perioden den 19. november til 7. december 2020 valgte 257 af de 1103 respondenter eller 23 % at besvare spørgeskemaundersøgelsen.

Den kvantitative survey består af 21 hovedspørgsmål, og med underspørgsmål er der ialt 100 spørgsmål. Respondenterne blev bedt om at besvare alle spørgsmål, men vælge "Ved ikke/ikke relevant", hvis de ikke kunne svare. I henvendelsen til modtagerne blev det præciseret, at spørgeskemaundersøgelsen udfyldes af virksomhedslederen eller alternativt af en medarbejder, der kan svare repræsentativt for virksomheden. Respondenterne blev endvidere anbefalet at besvare spørgsmålene ud fra deres første umiddelbare indskydelse og forholdsvis hurtigt.

Den kvantitative undersøgelse og spørgeguiden blev udviklet i et samarbejde mellem KA og KA Pleje og CBS Sustainability samt en faglig følgegruppe bestående af en række eksperter. Spørgeundersøgelsen blev kvalificeret i en pilottest med 10 SMV'er.

Resultaterne udgives som denne rapport og publiceres på internetmediet [CSR.dk](https://www.csr.dk).

Undersøgelsen og publikationen er en del af et større strategisk arbejde med samfundsansvar blandt Arbejdsgiverforeningen KA og KA Pleje's 1200 medlemsvirksomheder. Arbejdet udføres i samarbejde med konsulent og forfatter Jonas Norgaard Mortensen.



Vi ønsker at definere og fastlægge principperne for, hvordan små og mellemstore virksomheder er samfundsbevidste og samfundsansvarlige - og på den måde lever op til de forventninger, samfundet med rette har til erhvervslivet, siger Karsten Høgild, direktør i KA og KA Pleje.





# Formålet med undersøgelsen

*I samarbejde med CBS Sustainability har Arbejdsgiverforeningen KA og KA Pleje gennemført en undersøgelse om små og mellemstore virksomheders (SMV'ers) samfundsansvar.*

Spørgeskemaundersøgelsen fokuserede på SMV'ers viden om, holdninger til, erfaringer med, prioriteringer af og udfordringer med samfundsansvar.

Undersøgelsen blev gennemført i november-december 2020 blandt KA og KA Plejes 1200 medlemmer samt blev omtalt på [CSR.dk](https://www.csr.dk), hvor læserne blev opfordret til at deltage i og bidrage med deres viden til undersøgelsen.

Resultaterne udgives som denne rapport og publiceres på internetmediet [CSR.dk](https://www.csr.dk).

Spørgeskemaundersøgelsen kan bidrage med viden, værdi og på flere måder styrke arbejdet med SMV'ernes samfundsansvar.

## **Værdifuld viden**

Undersøgelsen giver værdifuld viden om SMV'ernes viden om, holdninger til, erfaringer med, prioriteringer af og udfordringer med samfundsansvar.

## **Formidle viden**

Ved at forholde sig til spørgeskemaet er over tusinde virksomhedsledere blevet bekendt med initiativer om samfundsansvar og i deres besvarelser har de forholdt sig aktivt og har taget stilling til samfundsansvar.

## **Kvalificere SMV-manifest**

KA og KA Pleje er ved at udarbejde et SMV-manifest om samfundsansvar. Undersøgelsens resultater vil kvalificere SMV-manifestet.

## **Legitimeret manifest**

SMV-manifestet får større kvalitet og troværdighed (legitimitet), når det er forankret i mange SMV'ers viden om, holdninger til, erfaringer med, prioriteringer af og udfordringer med samfundsansvar.

## **Profilere manifest og samfundsansvar**

I arbejdet med at formidle og synliggøre SMV-manifestet og samfundsansvar generelt bliver værktøjskassen større og stærkere med data og resultater fra undersøgelsen.

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.

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





# Eksperter

## Faglig følgegruppe

I arbejdet med et SMV-manifest og denne undersøgelse har Arbejdsgiverforeningen KA og KA Pleje inviteret en række eksperter til et kvalificerende samarbejde.

Eksperterne i den faglige følgegruppe bidrager til at kvalificere undersøgelsen og manifestet. Eksperterne har også fælles interesser i netværk og vidensdeling samt udrulning, praksis og udvikling af bæredygtigt samfundsansvar i danske SMV'er.



Steen Vallentin,  
associate professor, CBS  
Sustainability, tidl. Etisk Råd



Eva Harpøth Skjoldberg,  
CSR.dk, redaktør,  
CSR Quarterly



Stine Junge,  
FN, UNDP,  
SDG Accelerator



Lise-Lotte Schmidt-Kallesøe,  
Seniorprojektleder, Cirkulær  
Økonomi & Ressourcer, Gate 21



Lars Konggaard,  
CSR-rådgivning.dk:



Nette Kirkegaard,  
Founding partner  
and advisor,  
RETHINK

# Hovedresultater

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

## **SMV'er vil samfundsansvar**

Hele 79 % af SMV'erne er enige eller meget enige i, at de er bevidste om deres samfundsansvar. Næsten 60 % vil gerne arbejde mere med samfundsansvar, kun 3 % vil ikke. Og samfundsansvaret skal ifølge SMV'erne integreres i organisationen, kultur og forretningsmodellen. Se side 16-17.

## **Stakeholder tankegang**

SMV'er mener, at virksomheder skal skabe værdi for alle interessenter (ejere, kunder, medarbejdere, leverandører, naturen og samfundet). Se side 11.

## **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 11.

## **Viden om og interesse i bæredygtighed**

SMV'erne vurderer selv, at de har en middel til lille viden om bæredygtighed, og en middel til stor interesse i at vide mere om bæredygtighed. Se side 12.

## **Samfundsansvar: kun for de store?**

Ifølge SMV'erne er samfundsansvar bestemt ikke kun for de store virksomheder. Hele 69 % uenige eller meget uenige i det standpunkt. Se side 13.

## **Mangler tid samt konkrete eksempler og værktøjer**

SMV'ernes største udfordringer og barrierer for et øget samfundsansvar er primært manglende tid. SMV'er vægter hjælp i form af konkrete eksempler og værktøjer, økonomisk støtte og rådgivning højt. Se side 21-22.

## **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 9 % er uenige. Se side 11 og 19.





# Undersøgelses resultater ifølge CBS



*Ifølge lektor Steen Vallentin fra CBS Sustainability viser undersøgelsen, at der er en høj grad af bevidsthed om bæredygtighed og eget sociale og miljømæssige ansvar blandt SMVerne.*

"Der synes at være det rette mindset og den rette indstilling til, at det med bæredygtighed ikke kun hører til på de store virksomheders bord. Det er et fælles ansvar. Undersøgelsen viser dog også, at SMVerne i mange tilfælde mangler tid, ressourcer og viden om bæredygtige løsninger. Det er derfor vigtigt at finde nye måder at understøtte deres arbejde med bæredygtige løsninger på," siger Steen Vallentin fra CBS Sustainability.

## **Samfundsansvar skal frem i lyset og kommunikeres**

"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 devisen 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 siger Steen Vallentin.

## **Virksomheder vil tage samfundsansvar, men har svært ved FNs Verdensmål**

"Det kan måske virke overraskende, at respondenternes viden om (og behov for mere viden om) FN's Verdensmål er ret begrænset. Det kan afspejle en grundlæggende svaghed ved Verdensmålene. Desuagtet deres øvrige kvaliteter og generelle vigtighed, er de ikke særligt konkrete og operationelle. De er yderst brugbare til at sætte, understøtte og kommunikere en bæredygtighedsdagsorden, men kan være svære at omsætte til konkret handling eller integrere strategisk, ikke mindst for SMVer. Det er en udfordring, som også store virksomheder kæmper med," ifølge Steen Vallentin.



# Undersøgelses resultater ifølge CBS



## **Virksomheder ser regulering som et tveægget svær**

"Undersøgelsen viser, at regulering er et springende punkt. På den ene side lægger mange respondenter vægt på frihed til selv at kunne handle og finde på de bedste løsninger - og på, sådan kan det tolkes, frihed fra omstændeligt bureaukrati og reglers snærende bånd. På den anden side er der også mange der anerkender stigende lovkrav som en vigtig drivkraft for bæredygtig udvikling. Det korte af det lange er, at der er brug for begge dele: både for lovgivning (herunder ikke mindst EU-regulering), som kan være med til at sikre gunstige rammevilkår, økonomiske incitamenter og fælles standarder m.m. og for innovative virksomheder, som kan rykke selv (og i samarbejde med andre)," udtaler Steen Vallentin fra CBS Sustainability.

## **Virksomheder oplever stigende krav om bæredygtighed**

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. Samtidig med at SMVerne 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/forretningsmodel, men også i virksomhedens organisation og kultur. Og 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.

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



# INDHOLDSOVERSIGT



## Side 12 Hovedresultater

Undersøgelsens hovedresultater.



## Side 27 Baggrundsspørgsmål

Om alder, sektor, størrelse, region og ledelsen i virksomheden.



## Side 33 Viden om samfundsansvar

Viden om og interesse for bæredygtighed, samfundsansvar og FNs Verdensmål.



## Side 38 Holdninger til samfundsansvar

Holdninger til forskellige forhold omkring samfundsansvar.



## Side 43 Kritik af samfundsansvar

Om glaser i markedsføring, tomme ord, handling, politikernes ansvar mm.



## Side 48 Regulering og lovgivning

Om regulering, lov og regler, det internationale og balancen mellem stat, marked og civilsamfund.



Side 53  
**Konkrete initiativer**

SMV'ers konkrete initiativer med bæredygtighed og samfundsansvarlighed.



Side 68  
**Interessentansvar**

Ansvar for ejere, medarbejdere, kunder, leverandører, naturen og samfundet.



Side 56  
**Indstilling til samfundsansvar**

Hvad er SMV'ernes indstilling til samfundsansvar?



Side 71  
**Udfordringer og barrierer**

Hvad bremser? Er det tid, penge, viden, interesse, manglende opbakning eller?



Side 59  
**Erfaringer med samfundsansvar**

SMV'ernes erfaringer med arbejdet.



Side 74  
**Hjælp til samfundsansvar**

Hvad kan hjælpe SMV'er med at tage et større samfundsansvar?



Side 62  
**Motivation for samfundsansvar**

Etik, brand, bundlinje, kunder og penge er i spil.



Side 77  
**Manifest om SMV'ers samfundsansvar**

Hvordan kan et manifest skabe værdi for SMV'er.



Side 65  
**Bæredygtighed**

Bæredygtighed som lovkrav, konkurrenceparameter, krav og forretningsmodel.



Side 80  
**BILAG: Spørgeskema**

Spørgeskemaet til den kvantitative survey om SMV'ers samfundsansvar.



# Hovedresultater

Undersøgelse  
om SMV'ers samfundsansvar



# 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.

### **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.

### **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.

### **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.

### **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.





# Hovedresultater

## Viden og interesse

*Undersøgelsen viser en middel til lille viden om, men middel til stor interesse i at vide mere om emnerne bæredygtighed, samfundsansvar og FNs Verdensmål. Se siderne 33-37.*

### **Viden om og interesse i bæredygtighed**

SMV'erne vurderer selv, at de har en middel til lille viden om bæredygtighed, og en middel til stor interesse i at vide mere om bæredygtighed. Se side 34.

### **Viden om og interesse i interessenters samfundsansvar**

SMV'erne har selv vurderet en middel viden om interessenters samfundsansvar, og en middel til stor interesse i at vide mere om interessenters samfundsansvar. Se side 35.

### **Viden om og interesse i FNs Verdensmål**

SMV'erne har en middel til meget lille viden om FNs Verdensmål, og en middel til lille interesse i at vide mere om FNs Verdensmål. Se side 36.

### **Kilder til viden**

SMV'erne henter primært deres viden om samfundsansvar fra Nyhederne: 79 %, Internettet: 56 %, Erhvervsnetværk: 39 %, Tidsskrifter: 38 %, Kollegaer: 27 %, Arbejdsgiverforening: 24 %, Familiemedlemmer: 13 %, Bestyrelsen: 10 % og Rapporter: 10%. Se side 37.





# Hovedresultater

## Kritik af samfundsansvar

*Hvor enig eller uenig er lederne af de små og mellemstore virksomheder i forskellige kritiske udsagn om virksomheders samfundsansvar?*

*I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tilkendegive deres enighed eller uenighed i en række kritiske udsagn om virksomheders samfundsansvar, herunder at samfundsansvar er glasur i markedsføring, tomme ord uden handling, eller kun et ansvar kun for industrivirksomheder med mere. Se siderne 43-47.*

### **Samfundsansvar som glasur i markedsføring?**

Lidt over halvdelen (57 %) af respondenter er enige eller meget enige i at samfundsansvar ofte bliver brugt som glasur i markedsføringen.

### **Samfundsansvar som tomme ord?**

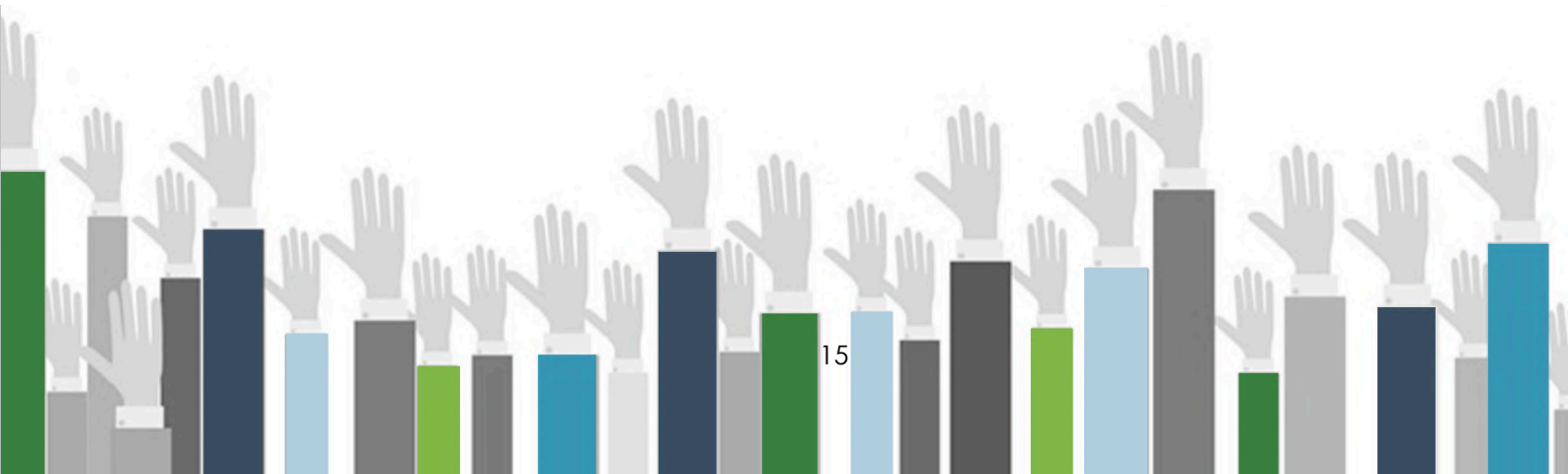
Cirka en tredjedel er enige i, cirka en tredjedel uenige i og cirka en tredjedel "Hverken/eller" på at samfundsansvar ofte er tomme ord uden handling.

### **Samfundsansvar: kun for de store?**

Ifølge SMV'erne er samfundsansvar bestemt ikke kun for de store virksomheder og industrier. Hele 69 % uenige eller meget uenige i det standpunkt.

### **Samfundsansvar er ikke SMV'er ansvar?**

Ifølge SMV'erne er samfundsansvar helt entydigt også deres ansvar. Hele 72 % uenige eller meget uenige i det standpunkt, at det ikke er deres ansvar.







# Hovedresultater

## Regulering af SMV'er

*Undersøgelsen viser, at SMV'erne ønsker frihed og en begrænsning af bureaukrati samt dels erkender et behov for regulering og dels ser det internationalt. Se mere side 48-52.*

### **Frihed og minimum af bureaukrati**

60 % af SMV'er er enige eller meget enige i, at virksomheder skal have stor grad af frihed og at staten skal minimere regulering og lovgivning. Kun 12 % er uenige.

### **Stat, marked og civilsamfund**

60 % er enige eller meget enige i, at det gode liv i Danmark er skabt i en fin balance mellem stat, marked og civilsamfund. Kun 11 % er uenige.

### **Regulering skal være internationalt**

51 % er enige eller meget enige i, at reguleringen af erhvervslivet skal være internationalt. Kun 10 % er uenige.

### **Regulering er nødvendigt?**

SMV'erne er delt på spørgsmålet om det ligefrem er godt, at erhvervslivet er reguleret. 33 % er enige eller meget enige i, 22 % uenige eller meget uenige.

### **Regulering sikrer ordentlighed?**

SMV'erne er delt på spørgsmålet om det først og fremmest er regulering der sikrer ordentlighed. 35 % er enige eller meget enige i, 35 % uenige eller meget uenige.



# 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.

	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

# 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.

	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

## SMV'ers erfaringer

Hvordan er små og mellemstore virksomheders erfaringer med bæredygtighed og samfundsansvar? I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tage stilling til hvor enig eller uenig de er i en række udsagn om det konkrete arbejde med samfundsansvar.

Ifølge SMV'erne er samfundsansvar og bæredygtighed svært i konkrete handlinger og det skal integreres i forretningen og virksomhedens organisation og kultur. Se mere side 59-61.

	Helt uenig	Uenig	Hverken / Eller	Enig	Meget enig	Ved ikke/ ikke relevant	Vægtet snit
Samfundsansvar og bæredygtighed skal integreres i vores organisation og kultur.	1 %	2 %	27 %	50 %	11 %	10 %	3,40
Samfundsansvar og bæredygtighed skal integreres i vores forretning (produkter og services) og ikke bare være et vedhæng.	0 %	2 %	33 %	46 %	10 %	9 %	3,36
Samfundsansvar og bæredygtighed er flot og rigtigt i ord, men svært i konkret handling.	2 %	13 %	33 %	39 %	9 %	5 %	3,25
Det er ret ukompliceret at arbejde med samfundsansvar og bæredygtighed i praksis.	5 %	17 %	41 %	25 %	4 %	9 %	2,79
Samfundsansvar og bæredygtighed har kostet os på bundlinjen.	5 %	18 %	36 %	25 %	5 %	11 %	2,76

# 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.

	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

## 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.

	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

## Interessentansvar

Hvor stort et ansvar har SMV'er for deres interessenter; ejerne, kunderne, medarbejderne, leverandørerne, naturen og samfundet? I undersøgelsen blev SMV'erne bedt om at vurdere deres ansvar fra 1 til 6, hvor 1 er "Intet ansvar" og 6 er "Meget stort ansvar". Se siderne 68-70.

Resultaterne er signifikante og viser, at SMV'er vurderer, at deres ansvar er meget stort for alle interessengrupper, dog størst for ejerne og naturen herefter kunderne, medarbejderne og samfundet og sidst leverandørerne.

	1 Intet ansvar	2	3	4	5	6 Meget stort ansvar	Ved ikke/ikke relevant	Vægtet snit
Ejerne	2 %	0 %	4 %	16 %	23 %	38 %	15 %	5,06
Naturen	2 %	2 %	9 %	19 %	27 %	32 %	10 %	4,82
Medarbejderne	1 %	5 %	11 %	23 %	26 %	24 %	10 %	4,56
Kunderne	3 %	4 %	9 %	24 %	24 %	25 %	11 %	4,55
Samfundet	2 %	1 %	17 %	26 %	22 %	24 %	9 %	4,53
Leverandørerne	6 %	11 %	27 %	20 %	15 %	10 %	12 %	3,65





# Hovedresultater

## Udfordringer og barrierer

Undersøgelsen viser, at SMV'ernes største udfordringer og barrierer for et øget samfundsansvar primært er manglende tid. SMV'erne er mere delte på, om fx manglende økonomi, viden, personale og offentlig støtte spiller en rolle.

De fleste SMV'erne oplever ikke manglende opbakning til samfundsansvar fra ejerne som en stor udfordring eller barriere. Se mere side 71-73.

	Meget lidt	Lidt	Noget	Meget	Rigtigt meget	Ved ikke/ ikke relevant	Vægtet snit
Manglende tid	4 %	9 %	35 %	35 %	13 %	5 %	3,29
Manglende økonomi	8 %	24 %	31 %	18 %	11 %	9 %	2,74
Manglende viden	7 %	19 %	50 %	14 %	4 %	6 %	2,69
Manglende personale	12 %	20 %	36 %	16 %	6 %	9 %	2,58
Manglende mål for og dokumentation af resultaterne	8 %	14 %	30 %	21 %	9 %	18 %	2,54
Manglende støtte fra det offentlige	8 %	19 %	27 %	16 %	11 %	18 %	2,48
Manglende interesse	18 %	27 %	36 %	9 %	3 %	6 %	2,33
Manglende opbakning fra medarbejderne	18 %	30 %	29 %	6 %	1 %	17 %	1,90
Manglende opbakning fra ejerne	33 %	22 %	16 %	4 %	1 %	24 %	1,45

# Hovedresultater

## Hjælp til samfundsansvar

Hvad kunne hjælpe SMV'er i arbejdet med bæredygtighed og samfundsansvar? I undersøgelsen blev SMV'erne bedt om at vurdere hvilken forskel en række mulige hjælp kunne gøre fra 1 til 6, hvor 1 er "Ingen hjælp" og 6 er "Afgørende hjælp".

SMV'er vurderer hjælp som konkrete eksempler og værktøjer, økonomisk støtte og rådgivning højt. Derimod er der mindst interesse for teoretisk viden, kurser og konferencer. Se mere side 74-76.

	1 Intet ansvar	2	3	4	5	6 Meget stort ansvar	Ved ikke/ikke relevant	Vægtet snit
Konkrete eksempler fra SMV'er	2 %	5 %	15 %	27 %	28 %	11 %	10 %	4,21
Økonomisk støtte til samfundsansvar	5 %	9 %	12 %	25 %	21 %	18 %	10 %	4,13
Værktøjer til samfundsansvar	2 %	7 %	20 %	33 %	19 %	8 %	10 %	3,94
Inspiration og rådgivning fra konsulent	6 %	6 %	21 %	25 %	20 %	12 %	10 %	3,94
Lokal tilgang til rådgivning	3 %	10 %	21 %	28 %	20 %	9 %	9 %	3,88
Praktisk viden om samfundsansvar	3 %	10 %	22 %	36 %	15 %	3 %	10 %	3,66
Erfarings-grupper om samfundsansvar	5 %	11 %	22 %	25 %	16 %	7 %	13 %	3,66
Ledelsessparring om samfundsansvar	3 %	11 %	25 %	30 %	13 %	5 %	13 %	3,60
Teoretisk viden om samfundsansvar	5 %	13 %	32 %	23 %	12 %	3 %	11 %	3,39
Kurser om samfundsansvar	10 %	13 %	26 %	20 %	17 %	3 %	10 %	3,32
Konferencer om samfundsansvar	12 %	20 %	23 %	19 %	12 %	3 %	10 %	3,10



# Hovedresultater

## Manifest om samfundsansvar

KA og KA Pleje har besluttet at udarbejde et fælles SMV-manifest om samfundsansvar, som kan inspirere samt beskrive principperne for samfundsansvar. Hvordan kan et SMV-manifest om samfundsansvar skabe værdi for virksomheder?

I spørgeundersøgelsen blev respondenterne afslutningsvis spurgt til, hvordan et SMV-manifest om samfundsansvar kan være godt og positivt for deres virksomhed. Se mere side 77-79.

	Helt uenig	Uenig	Hverken / Eller	Enig	Helt enig	Ved ikke/ ikke relevant	Vægtet snit
Profilere SMV'er som gode virksomheder	0 %	1 %	17 %	49 %	23 %	10 %	3,65
Styrke virksomhedens brand overfor kunder	1 %	1 %	25 %	44 %	19 %	9 %	3,51
Inspirere vores virksomhed til et større og bedre samfundsansvar	0 %	3 %	22 %	52 %	14 %	9 %	3,49
Fremme stoltheden blandt virksomhedens medarbejdere	1 %	2 %	21 %	48 %	17 %	11 %	3,46
Styrke virksomhedens image i lokalsamfundet	1 %	1 %	27 %	46 %	16 %	10 %	3,45
Styrke virksomhedens rekruttering af kvalificerede medarbejdere	1 %	4 %	32 %	37 %	11 %	15 %	3,09





# Hovedresultater

## Validitet, data og bias

*Undersøgelsen har størt data og validitet blandt de små, de interesserede, de etablerede, dem fra Jylland og dem med chefer mellem 31 og 69 år.*

*De små:* Undersøgelsen blev gennemført blandt Arbejdsgiverforeningen KA og KA Plejes 1200 små og mellemstore medlemsvirksomheder (SMV'er). Danmarks Statistik inddeler SMV'er i "Mikrovirksomheder = 0-9 årsværk, små virksomheder = 10-49 årsværk, mellemstore virksomheder = 50-249 årsværk, store virksomheder = 250+ årsværk." Undersøgelsens besvarelser fordeler sig på 64 % mikrovirksomheder, 26 % små virksomheder og 10 % mellemstore virksomheder. Undersøgelsens besvarelser kommer derfor primært fra mikro og små virksomheder. Se siderne 27-32.

*De interesserede:* Det kan formodes, men ikke påvises, at virksomheder med positiv interesse i samfundsansvar har større motivation for at besvare spørgeundersøgelsen. Resultaterne kan derfor have en bias af virksomheder med en positiv interesse i bæredygtighed og samfundsansvar.

*De etablerede:* Af de SMV'er, der har besvaret undersøgelsen, er 12 % fra virksomheder som er 0-5 år gammel, 12 % er 6-10 år, 21 % er 11-20 år, 23 % er 21-30 år og 33 % er over 30 år gammel. Undersøgelsens besvarelser kommer derfor primært fra etablerede virksomheder.

*Chefer mellem 31 og 69 år:* Blandt respondenterne er ingen øverste chefer under 30 år, 9 % er 31-39 år, 23 % er 40-49 år, 41 % er 50-59 år, 22 % er mellem 60 og 69 år, 4 % er mellem 70 og 79 år og 1 % er mellem 80 og 89 år. SMV'ernes øverste chef er altså altovervejende mellem 31 og 69 år.

Undersøgelsen har en overrepræsentation af virksomheder fra Midtjylland (45 %), Syddanmark (23 %) og Nordjylland (13 %), mens Sjælland er repræsenteret med 9 % og Hovedstaden med 10 %.

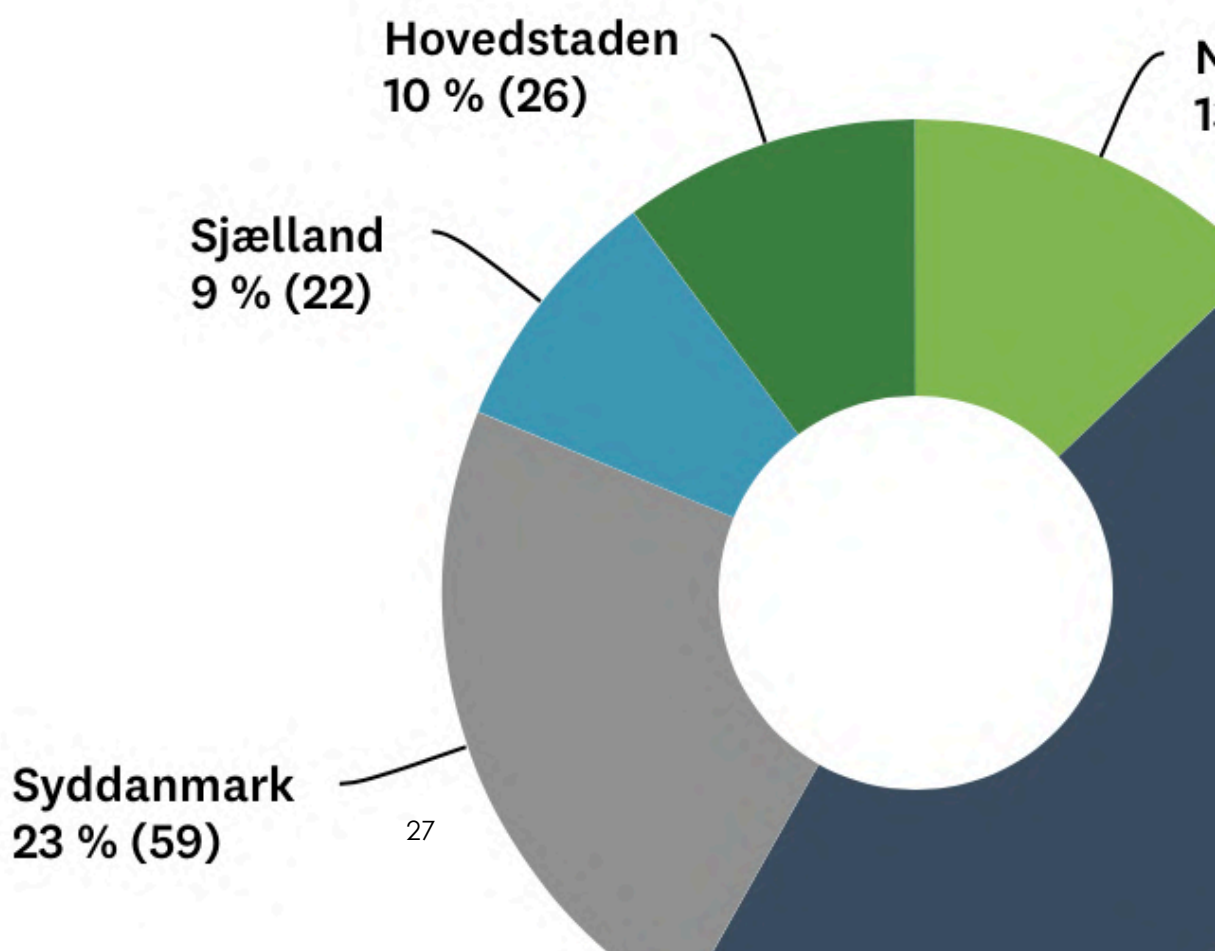
Undersøgelsen har en overrepræsentation af virksomheder indenfor sektorerne Landbrug, gartneri og skovbrug (28 %), Serviceerhverv (18 %), Transport (14 %), Byggeri og Anlæg (13 %) og Industri (11 %).

# Kvantitative interviews

## Baggrundsspørgsmål

Alle respondenter blev stillet en række baggrundsspørgsmål om deres virksomhed, herunder om:

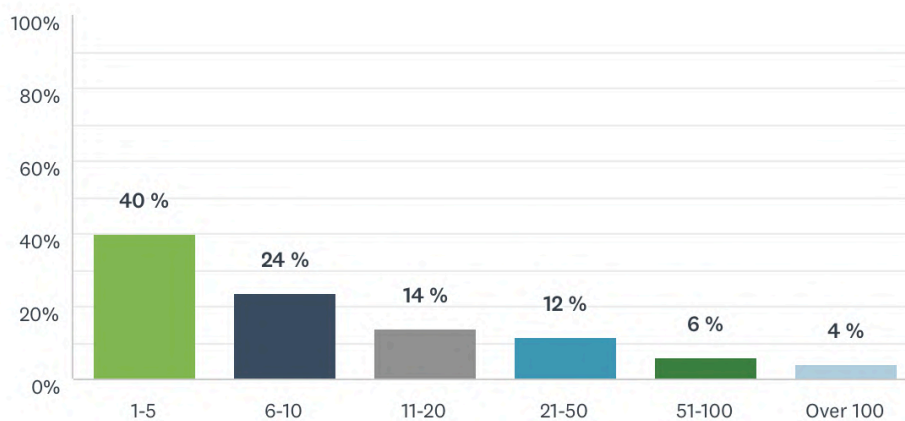
- antal medarbejdere
- alder på virksomhed
- virksomhedens sektor
- alder på øverste chef
- geografisk region



## Baggrundsspørgsmål

# Antal medarbejdere

1. Hvor mange medarbejdere er ansat i din virksomhed?

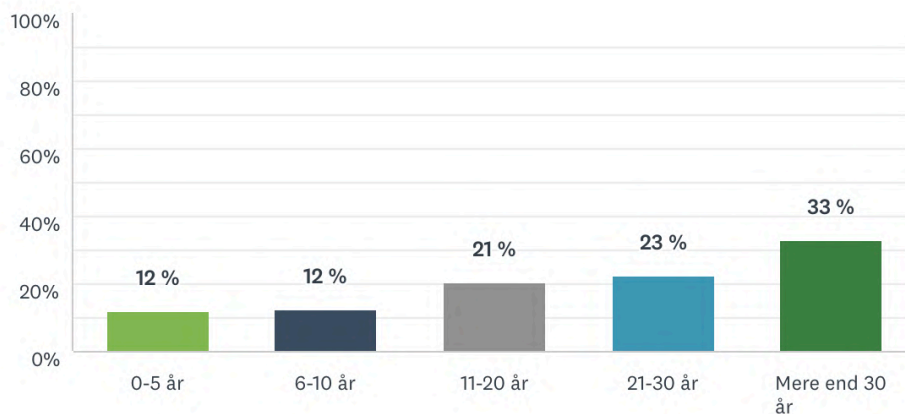


SVARVALG	BESVARELSER
▼ 1-5	40 % 103
▼ 6-10	24 % 61
▼ 11-20	14 % 36
▼ 21-50	12 % 30
▼ 51-100	6 % 16
▼ Over 100	4 % 11

Respondenter i alt: 257

# Alder på virksomhed

## 2. Hvor gammel er din virksomhed?



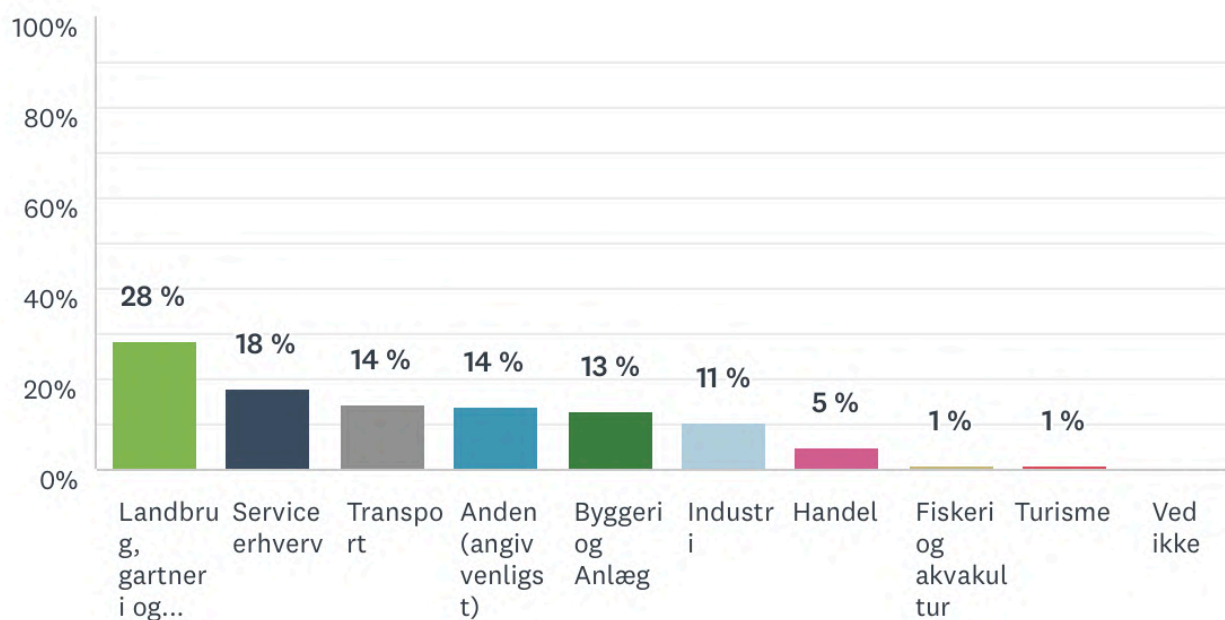
SVARVALG	BESVARELSER
▼ 0-5 år	12 % 31
▼ 6-10 år	12 % 32
▼ 11-20 år	21 % 53
▼ 21-30 år	23 % 58
▼ Mere end 30 år	33 % 85
Respondenter i alt: 257	



## Baggrundsspørgsmål

# Sektor for virksomhed

## 3. Hvilken sektor er din virksomhed i?



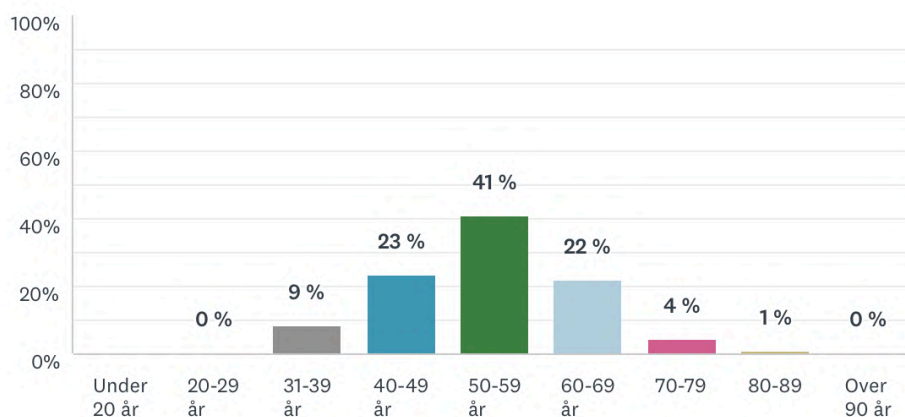
SVARVALG	BESVARELSER
Landbrug, gartneri og skovbrug	28 % 73
Serviceerhverv	18 % 46
Transport	14 % 37
Anden (angiv venligst)	14 % 36
Byggeri og Anlæg	13 % 34
Industri	11 % 27
Handel	5 % 13
Fiskeri og akvakultur	1 % 2
Turisme	1 % 2
Ved ikke	0 % 0

Respondenter i alt: 257

## Baggrundsspørgsmål

# Alder på øverste chef

## 4. Alder på øverste chef.

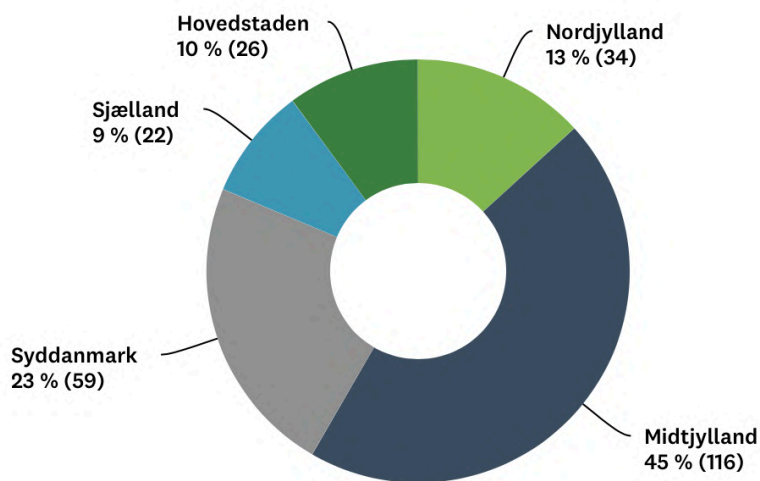


SVARVALG	BESVARELSER
Under 20 år	0 % 0
20-29 år	0 % 1
31-39 år	9 % 22
40-49 år	23 % 60
50-59 år	41 % 105
60-69 år	22 % 56
70-79	4 % 11
80-89	1 % 2
Over 90 år	0 % 1

Respondenter i alt: 257

# Geografisk region

## 5. Hvilken region ligger din virksomhed i?



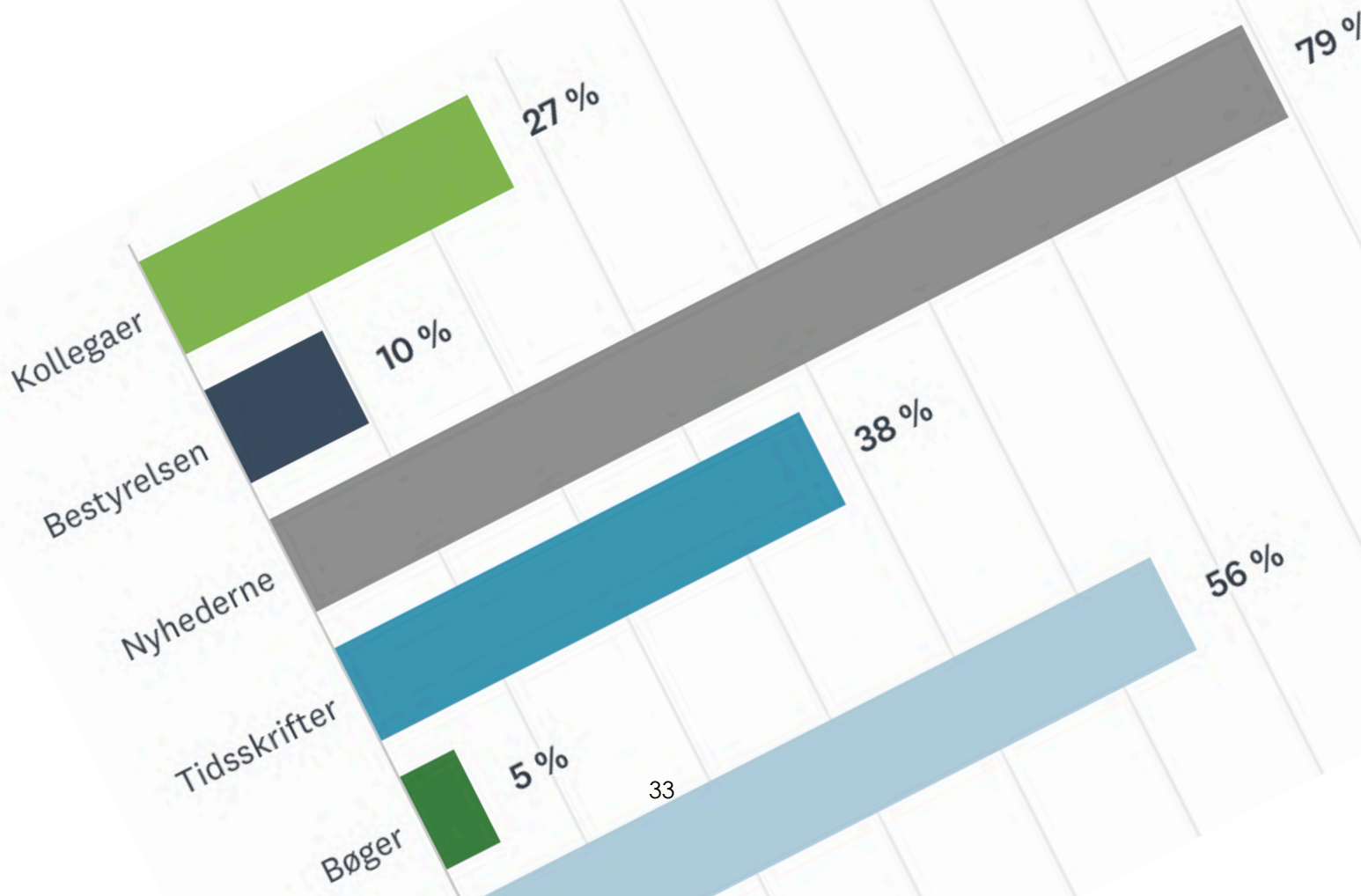
SVARVALG	BESVARELSER
▼ Nordjylland	13 % 34
▼ Midtjylland	45 % 116
▼ Syddanmark	23 % 59
▼ Sjælland	9 % 22
▼ Hovedstaden	10 % 26
<b>I ALT</b>	<b>257</b>

# Kvantitative interviews

## Virksomhedernes viden

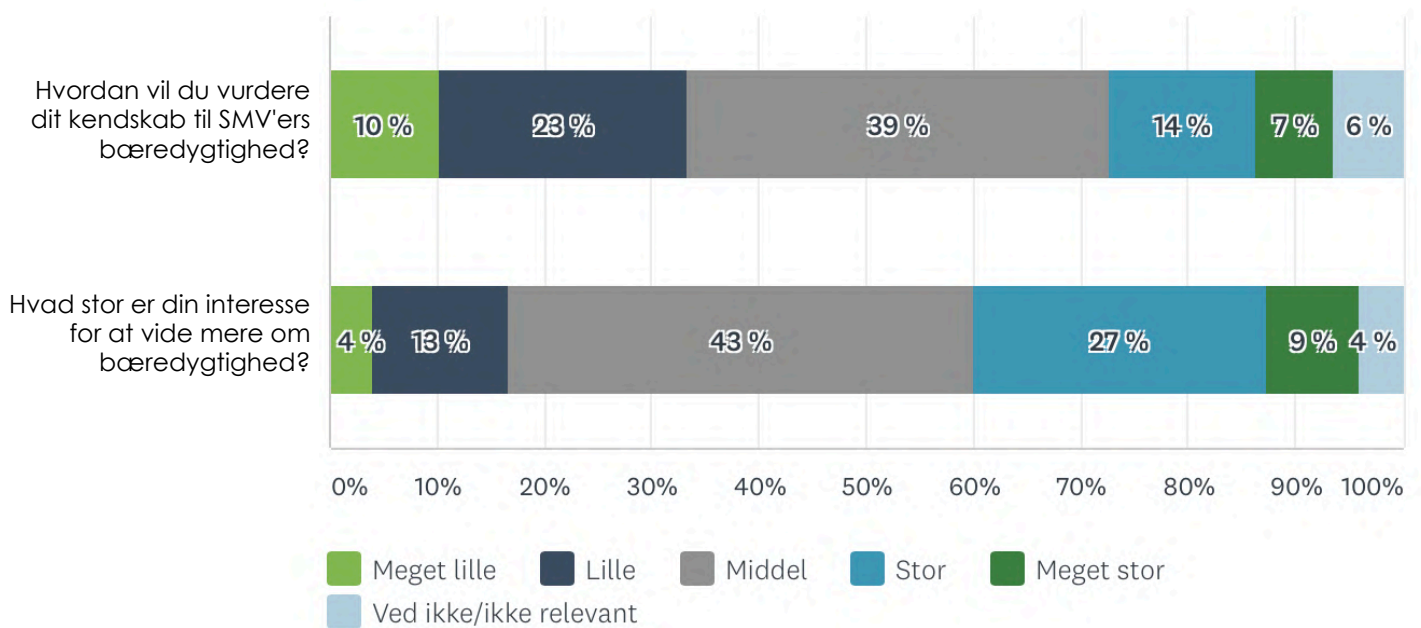
Hvilken viden har og mangler virksomhederne om samfundsansvar?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at oplyse deres kilder til viden om samfundsansvar samt vurdere deres kendskab til og interesse i forhold som bæredygtighed, interesser og FNs Verdensmål.



# Bæredygtighed

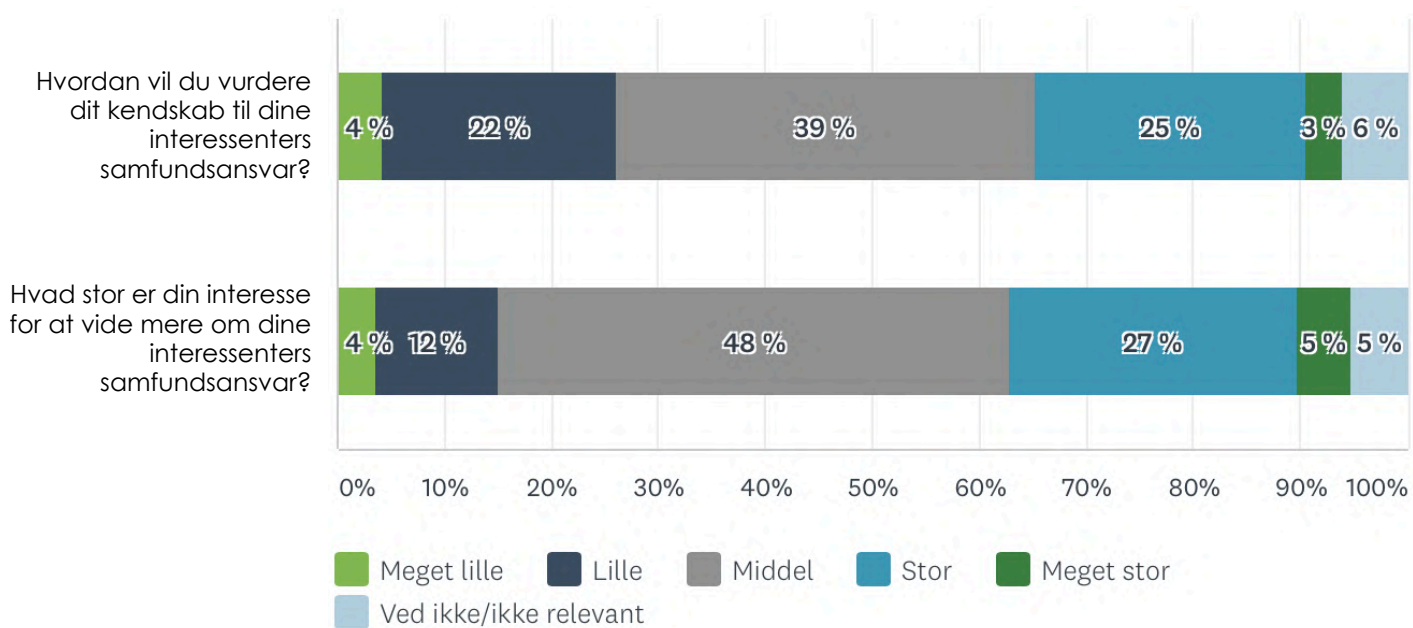
6. Bæredygtighed er princippet om ikke at tage mere, end du giver. En bæredygtig virksomhed bestræber sig på at minimere aftrykket på miljøet og på at styrke samfundet socialt og økonomisk.



	MEGET LILLE	LILLE	MIDDEL	STOR	MEGET STOR	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSNIT
Hvordan vil du vurdere dit kendskab til SMV'ers bæredygtighed?	10 % 24	23 % 54	39 % 92	14 % 32	7 % 17	6 % 15	234	2,96
Hvad stor er din interesse for at vide mere om bæredygtighed?	4 % 9	13 % 29	43 % 99	27 % 62	9 % 20	4 % 9	228	2,64

# Interessenter

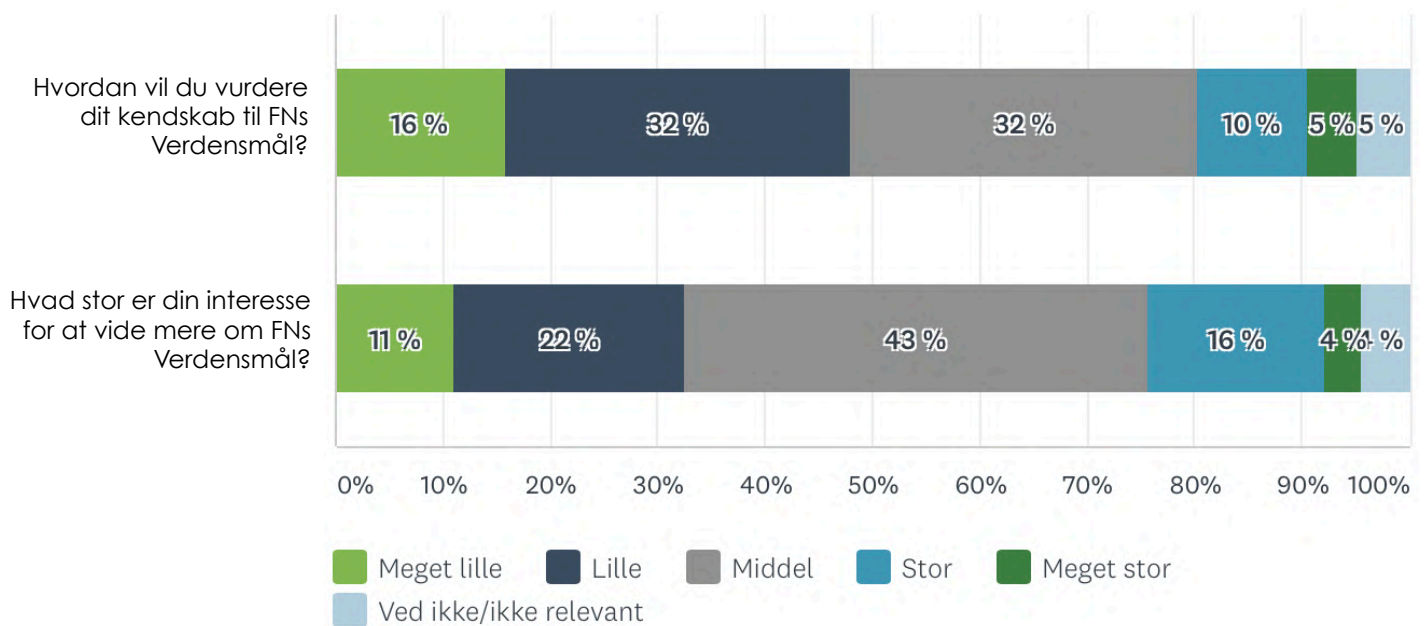
7. Samfundsansvarlige virksomheder tænker og handler i helheder. Ansvaret omfatter en række såkaldte interessenter og ikke kun ejerne. Interessenter er enhver, der enten påvirkes af eller selv påvirker virksomhedens handlinger (fx ejere, kunder, medarbejdere, naturen, leverandører og samfundet). Virksomheders samfundsansvar omfatter, at de når deres forretningsmål på en bæredygtig måde, og handler ansvarligt i forhold til deres interessenter.



	MEGET LILLE	LILLE	MIDDEL	STOR	MEGET STOR	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSNIT
▼ Hvordan vil du vurdere dit kendskab til dine interessenters samfundsansvar?	4 % 10	22 % 51	39 % 91	25 % 59	3 % 8	6 % 14	233	2,80
▼ Hvor stor er din interesse for at vide mere om dine interessenters samfundsansvar?	4 % 8	12 % 26	48 % 108	27 % 61	5 % 11	5 % 12	226	2,66

# FNs Verdensmål

8. FNs Verdensmål blev vedtaget i 2015 som et svar på jordens økonomiske, sociale og miljømæssige udfordringer. Verdens 193 lande blev enige om 17 Verdensmål og 169 delmål for bæredygtig udvikling.



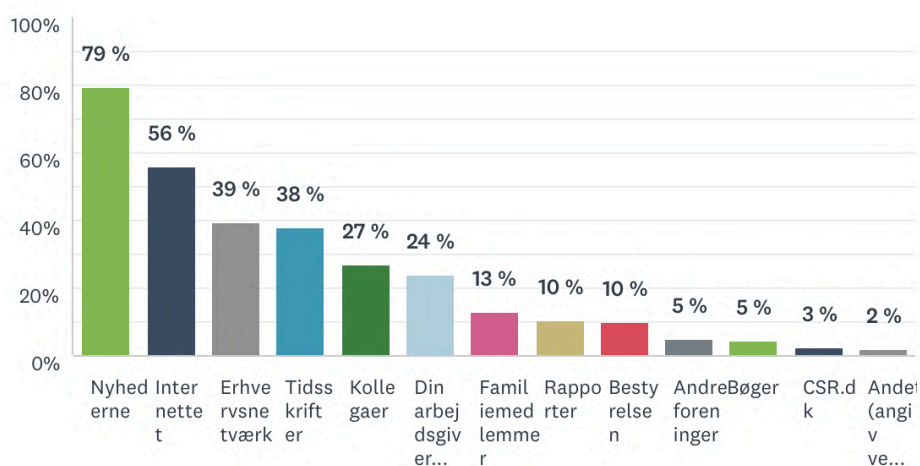
	MEGET LILLE	LILLE	MIDDEL	STOR	MEGET STOR	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSNIT
▼ Hvordan vil du vurdere dit kendskab til FNs Verdensmål?	16 % 37	32 % 75	32 % 75	10 % 24	5 % 11	5 % 11	233	3,30
▼ Hvor stor er din interesse for at vide mere om FNs Verdensmål?	11 % 25	22 % 49	43 % 98	16 % 37	4 % 8	4 % 10	227	3,07



# Viden

## Kilder til viden

9. Hvor får du din viden om samfundsansvar fra? Sæt gerne flere krydser.



SVARVALG	BESVARELSER
▼ Nyhederne	79 % 186
▼ Internettet	56 % 131
▼ Erhvervsnetværk	39 % 92
▼ Tidsskrifter	38 % 89
▼ Kollegaer	27 % 63
▼ Din arbejdsgiverforening	24 % 56
▼ Familienemedlemmer	13 % 30
▼ Rapporter	10 % 24
▼ Bestyrelsen	10 % 23
▼ Andre foreninger	5 % 12
▼ Bøger	5 % 11
▼ CSR.dk	3 % 6
▼ Andet (angiv venligst)	Besvarelser 2 % 5

Respondenter i alt: 234

# Kvantitative interviews

## Holdninger til samfundsansvar

Hvad er de små og mellemstore virksomheders holdninger til samfundsansvar?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tilkendegive deres holdninger til bæredygtighed, interessenter, kommunikation, behov, prioriteringer, kritik og meget andet om virksomheders samfundsansvar.

	HELT UENIG	UENIG	HVERKEN / ELLER	ENIG	MEGET ENIG	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSNIT
Virksomheder skal skabe værdi for alle interessenter (ejere, kunder, medarbejdere, leverandører og samfundet).	1% 2	0% 1	11% 23	51% 109				
En god virksomhed tænker og handler i helheder og bæredygtighed.	1% 2	1% 3	20% 43	56% 119	33% 69	4% 8	212	4,03
En virksomhed er bedst, hvis den drives af mennesker med samfundssind.	2% 5	1% 3	23% 49	47% 100	18% 39	3% 6	212	3,81
Det er vigtigt, at SMV'ers samfundsansvar bliver kommunikeret.	2% 4	1% 3	21% 44	53% 111	19% 39	3% 7	212	3,81
Vi oplever et stigende behov for at kende til og arbejde med samfundsansvar.	1% 3	7% 15	21% 45	48% 100	19% 39	3% 7	212	3,81
Virksomheder vil kun prioritere samfundsansvar, hvis det kommer dem til gode.	2% 4	21% 45	48% 100	19% 39				

## Holdninger

# Samfundsansvar

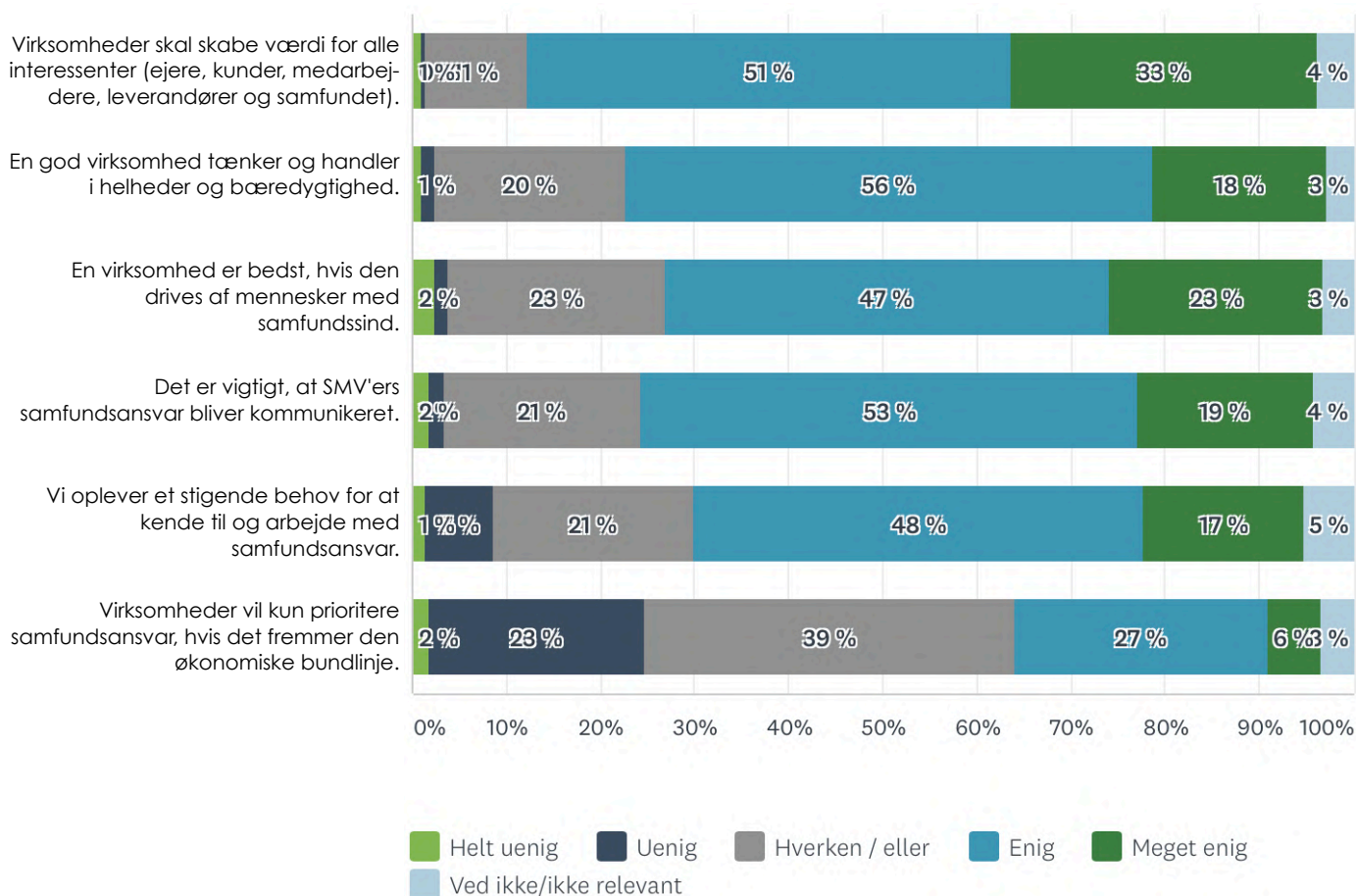
10. Holdninger til SMV'ers samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i disse forskellige udsagn om virksomheders samfundsansvar?

	HELT UENIG	UENIG	HVERKEN / ELLER	ENIG	MEGET ENIG	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSNIT
Virksomheder skal skabe værdi for alle interessenter (ejere, kunder, medarbejdere, leverandører og samfundet).	1 % 2	0 % 1	11 % 23	51 % 109	33 % 69	4 % 8	212	4,03
En god virksomhed tænker og handler i helheder og bæredygtighed.	1 % 2	1 % 3	20 % 43	56 % 119	18 % 39	3 % 6	212	3,81
En virksomhed er bedst, hvis den drives af mennesker med samfundssind.	2 % 5	1 % 3	23 % 49	47 % 100	23 % 48	3 % 7	212	3,76
Det er vigtigt, at SMV'ers samfundsansvar bliver kommunikeret.	2 % 4	1 % 3	21 % 44	53 % 111	19 % 39	4 % 9	210	3,72
Vi oplever et stigende behov for at kende til og arbejde med samfundsansvar.	1 % 3	7 % 15	21 % 45	48 % 100	17 % 36	5 % 11	210	3,56
Virksomheder vil kun prioritere samfundsansvar, hvis det fremmer den økonomiske bundlinje.	2 % 4	23 % 48	39 % 83	27 % 57	6 % 12	3 % 7	211	3,02

## Holdninger

# Samfundsansvar

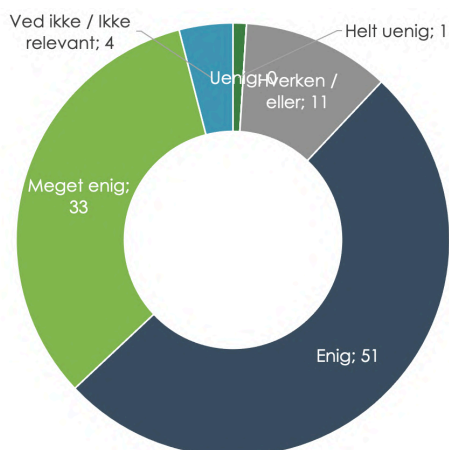
10. Holdninger til SMV'ers samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i disse forskellige udsagn om virksomheders samfundsansvar?



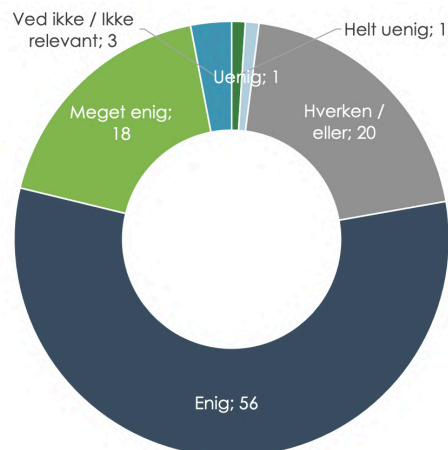
## Holdninger

# Samfundsansvar

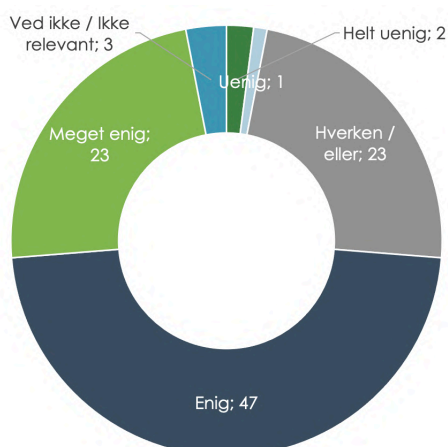
10. Holdninger til SMV'ers samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i disse forskellige udsagn om virksomheders samfundsansvar?



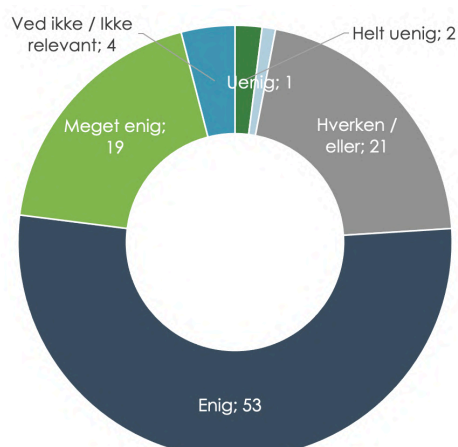
Virksomheder skal skabe værdi for alle interessenter (ejere, kunder, medarbejdere, leverandører og samfundet).



En god virksomhed tænker og handler i helheder og bæredygtighed.



En virksomhed er bedst, hvis den drives af mennesker med samfundssind.

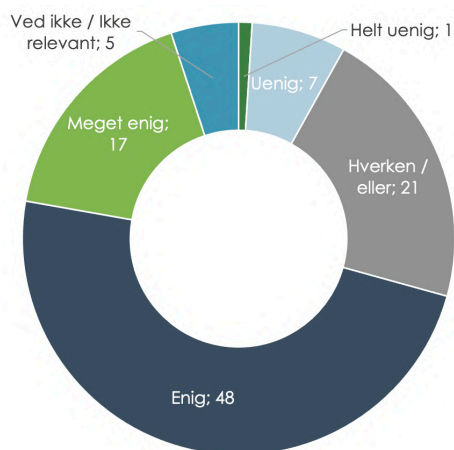


Det er vigtigt, at SMV'ers samfundsansvar bliver kommunikeret.

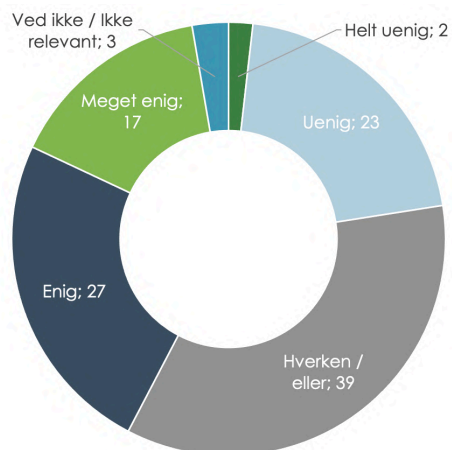
## Holdninger

# Samfundsansvar

10. Holdninger til SMV'ers samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i disse forskellige udsagn om virksomheders samfundsansvar?



Vi oplever et stigende behov for at kende til og arbejde med samfundsansvar.



Virksomheder vil kun prioritere samfundsansvar, hvis det fremmer den økonomiske bundlinje.

# Kvantitative interviews

## Kritik af samfundsansvar

Hvor enig eller uenig er lederne af de små og mellemstore virksomheder i forskellige kritiske udsagn om virksomheders samfundsansvar?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tilkendegive deres enighed eller uenighed i en række kritiske udsagn om virksomheders samfundsansvar, herunder at samfundsansvar er glasur i markedsføring, tomme ord uden handling, politikernes fralægges af ansvar, et ansvar kun for industrivirksomheder med mere.





## Holdninger

# Kritik af samfundsansvar

11. Kritik af samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i disse kritiske udsagn om virksomheders samfundsansvar?

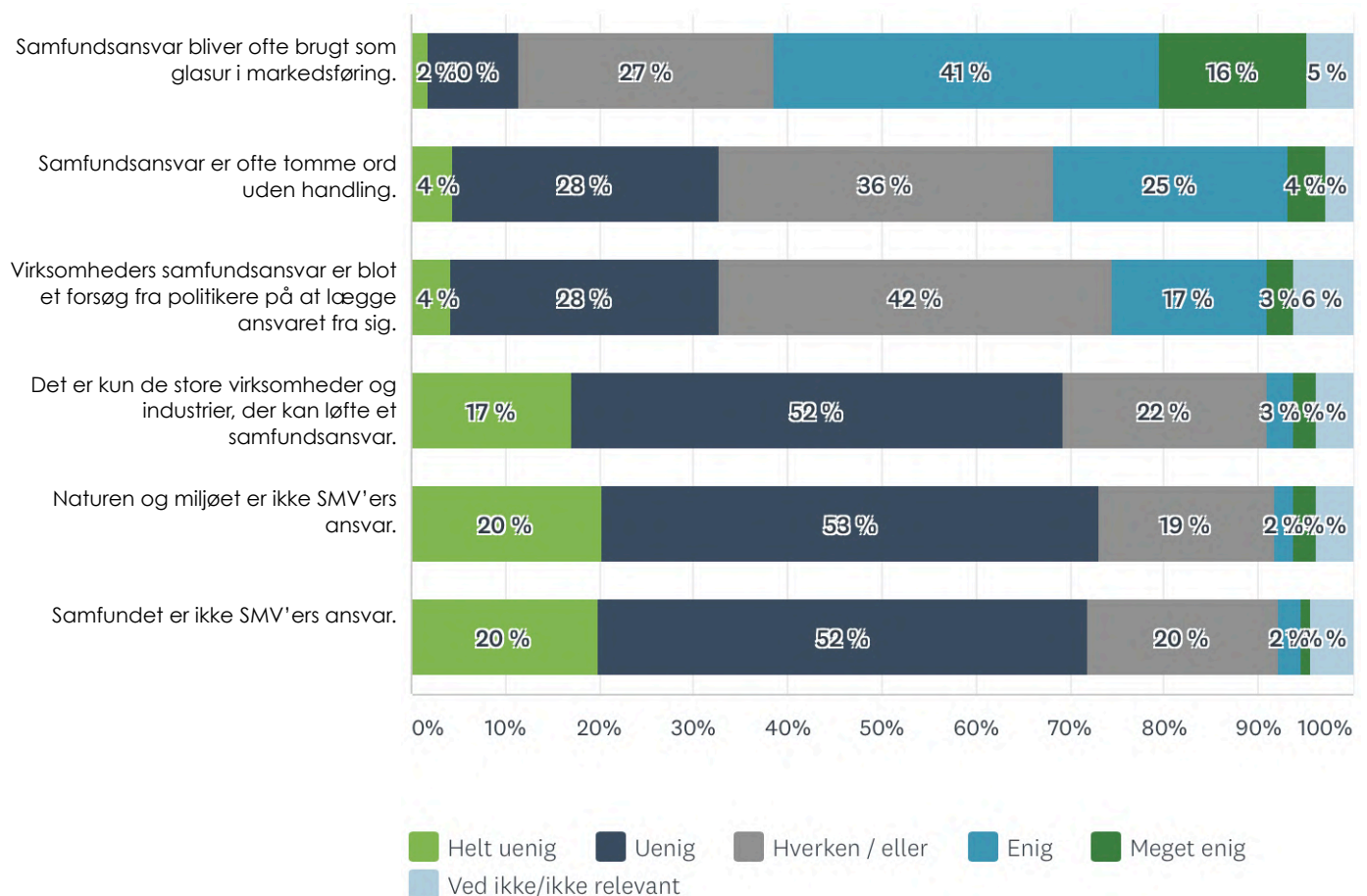
	HELT UENIG	UENIG	HVERKEN / ELLER	ENIG	MEGET ENIG	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSIT
Samfundsansvar bliver ofte brugt som glasur i markedsføring.	2 % 4	10 % 20	27 % 57	41 % 86	16 % 33	5 % 10	210	3,45
Samfundsansvar er ofte tomme ord uden handling.	4 % 9	28 % 59	36 % 74	25 % 52	4 % 8	3 % 6	208	2,87
Virksomheders samfundsansvar er blot et forsøg fra politikere på at lægge ansvaret fra sig.	4 % 9	28 % 60	42 % 88	17 % 35	3 % 6	6 % 13	211	2,67
Det er kun de store virksomheder og industrier, der kan løfte et samfundsansvar.	17 % 36	52 % 110	22 % 46	3 % 6	2 % 5	4 % 8	211	2,10
Naturen og miljøet er ikke SMV'ers ansvar.	20 % 42	53 % 110	19 % 39	2 % 4	2 % 5	4 % 8	208	2,02
Samfundet er ikke SMV'ers ansvar.	20 % 41	52 % 107	20 % 42	2 % 5	1 % 2	4 % 9	206	2,00



## Holdninger

# Kritik af samfundsansvar

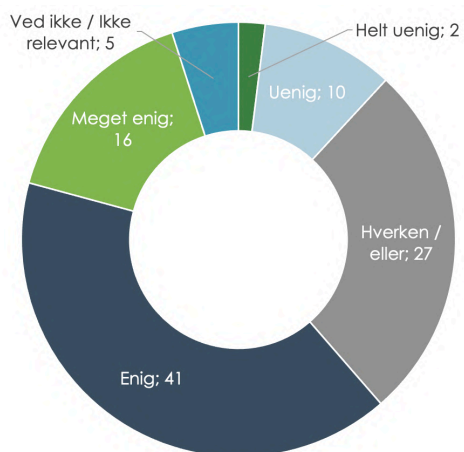
11. Kritik af samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i disse kritiske udsagn om virksomheders samfundsansvar?



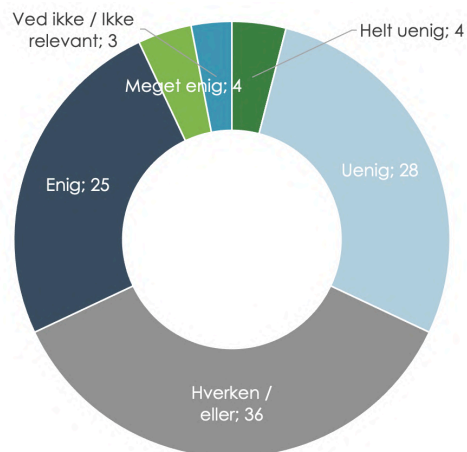
## Holdninger

# Samfundsansvar

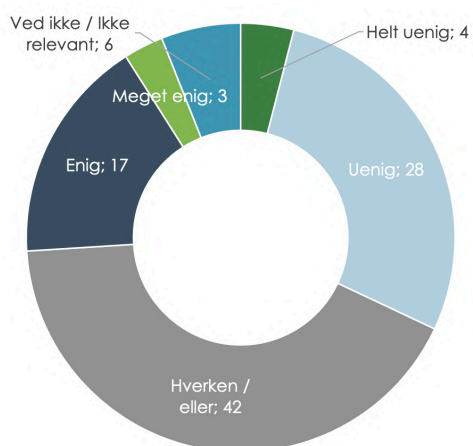
11. Kritik af samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i disse kritiske udsagn om virksomheders samfundsansvar?



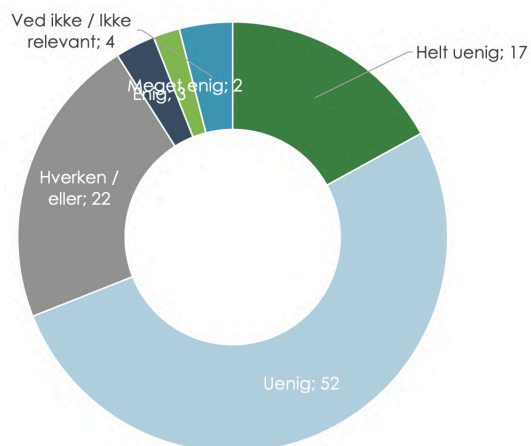
Samfundsansvar bliver ofte brugt som glasur i markedsføring.



Samfundsansvar er ofte tomme ord uden handling.



Virksomheders samfundsansvar er blot et forsøg fra politikere på at lægge ansvaret fra sig.

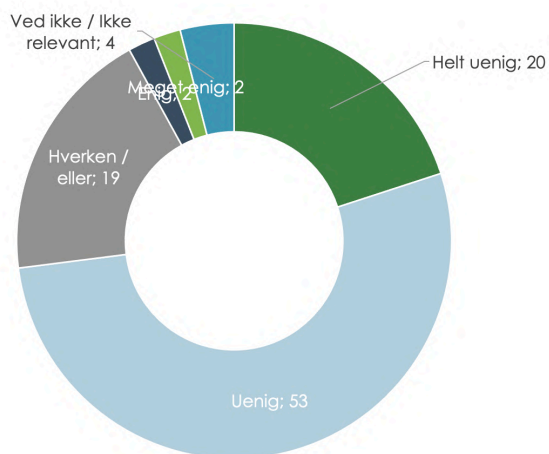


Det er kun de store virksomheder og industrier, der kan løfte et samfundsansvar.

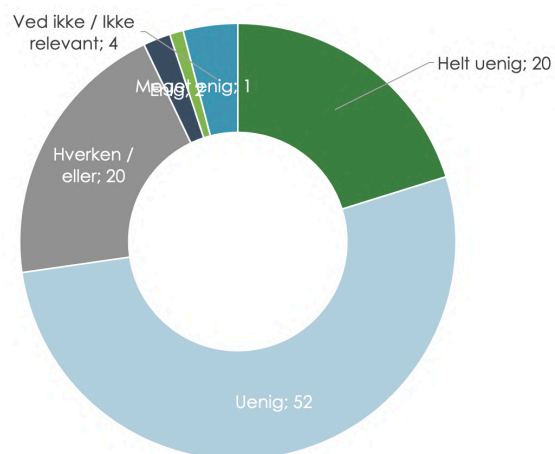
## Holdninger

# Samfundsansvar

11. Kritik af samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i disse kritiske udsagn om virksomheders samfundsansvar?



Naturen og miljøet er ikke SMV'ers ansvar.



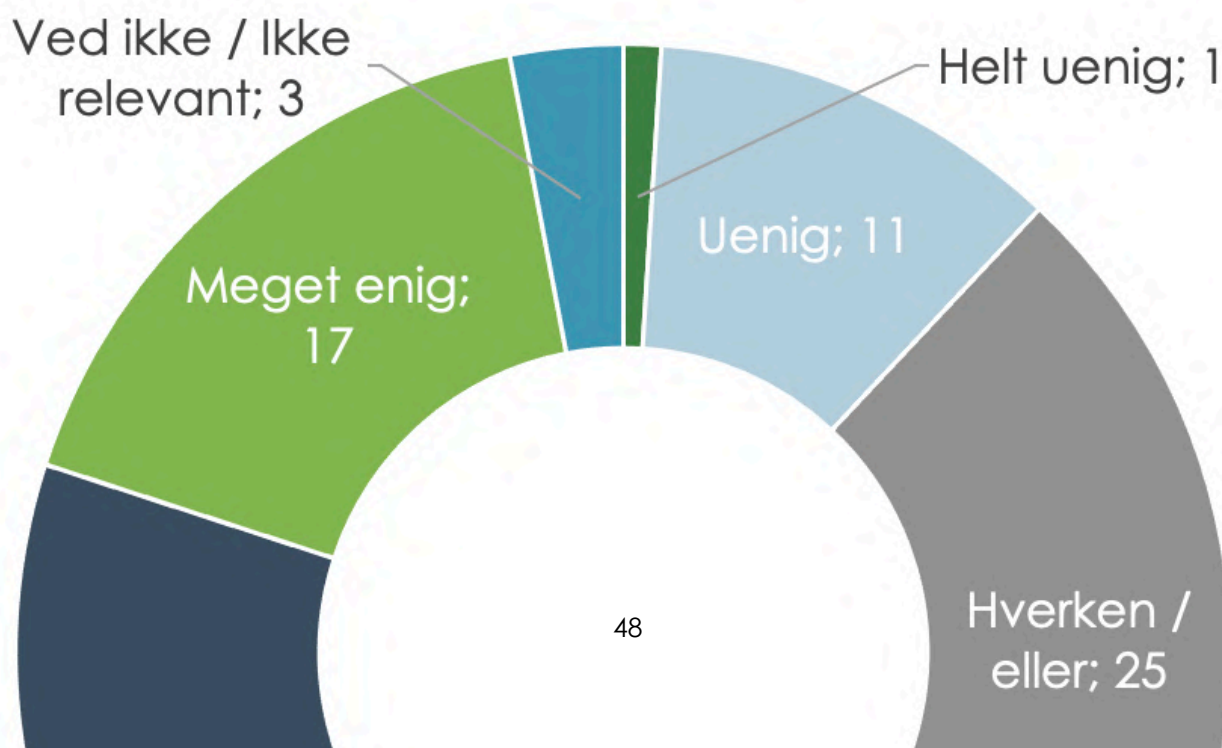
Samfundet er ikke SMV'ers ansvar.

# Kvantitative interviews

## Regulering og lovgivning

Hvad er små og mellemstore virksomheders holdninger til regulering og lovgivning?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tilkendegive deres enighed eller uenighed i en række udsagn om regulering, lov og regler, det internationale perspektiv og balancen mellem stat, marked og civilsamfund.



## Holdninger

# Regulering og lovgivning

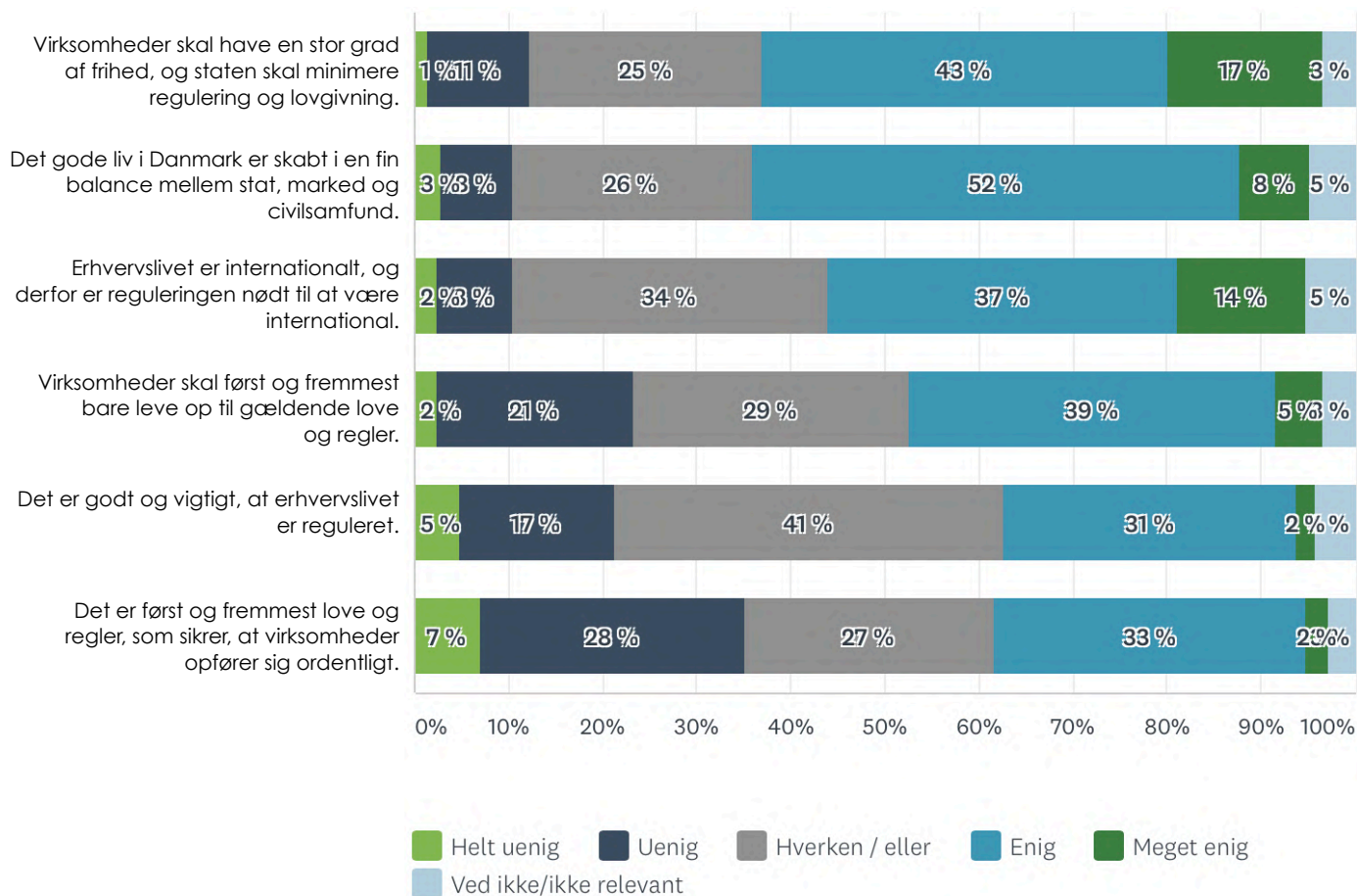
12. Holdninger til regulering og lovgivning. Hvor enig eller uenig er du i disse udsagn om regulering og lovgivning for erhvervsliv?

	HELT UENIG	UENIG	HVERKEN / ELLER	ENIG	MEGET ENIG	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSIT
Virksomheder skal have en stor grad af frihed, og staten skal minimere regulering og lovgivning.	1 % 3	11 % 23	25 % 52	43 % 91	17 % 35	3 % 7	211	3,53
Det gode liv i Danmark er skabt i en fin balance mellem stat, marked og civilsamfund.	3 % 6	8 % 16	26 % 54	52 % 109	8 % 16	5 % 10	211	3,39
Erhvervslivet er internationalt, og derfor er reguleringen nødt til at være international.	2 % 5	8 % 17	34 % 71	37 % 78	14 % 29	5 % 11	211	3,36
Virksomheder skal først og fremmest bare leve op til gældende love og regler.	2 % 5	21 % 44	29 % 62	39 % 82	5 % 11	3 % 7	211	3,14
Det er godt og vigtigt, at erhvervslivet er reguleret.	5 % 10	17 % 35	41 % 87	31 % 66	2 % 4	4 % 9	211	2,96
Det er først og fremmest love og regler, som sikrer, at virksomheder opfører sig ordentligt.	7 % 15	28 % 59	27 % 56	33 % 70	2 % 5	3 % 6	211	2,87

## Holdninger

# Regulering og lovgivning

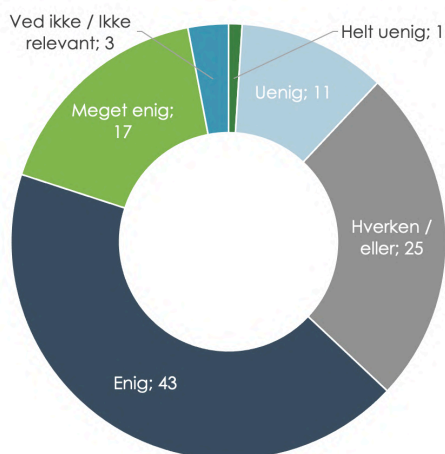
12. Holdninger til regulering og lovgivning. Hvor enig eller uenig er du i disse udsagn om regulering og lovgivning for erhvervsliv?



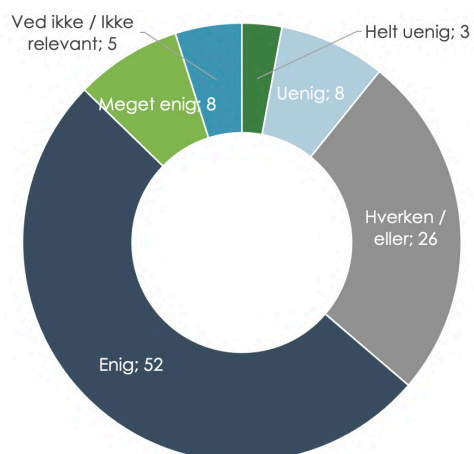
## Holdninger

# Regulering og lovgivning

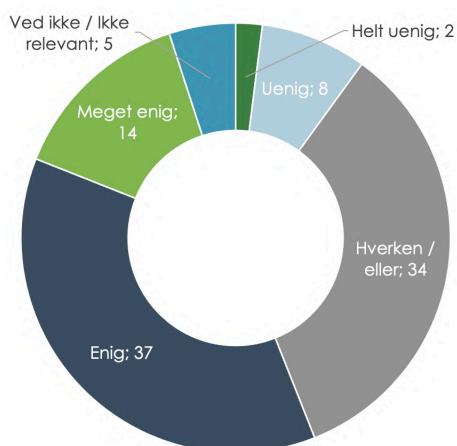
12. Holdninger til regulering og lovgivning. Hvor enig eller uenig er du i disse udsagn om regulering og lovgivning for erhvervsliv?



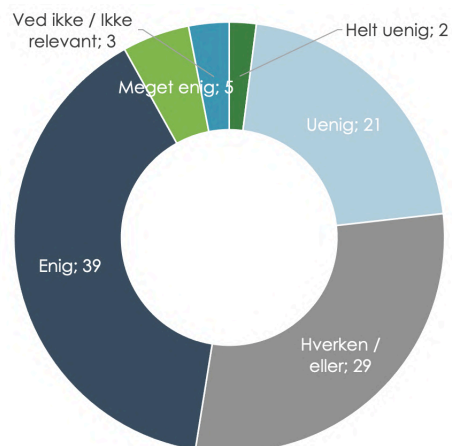
Virksomheder skal have en stor grad af frihed, og staten skal minimere regulering og lovgivning.



Det gode liv i Danmark er skabt i en fin balance mellem stat, marked og civilsamfund.



Erhvervslivet er internationalt, og derfor er reguleringen nødt til at være international.



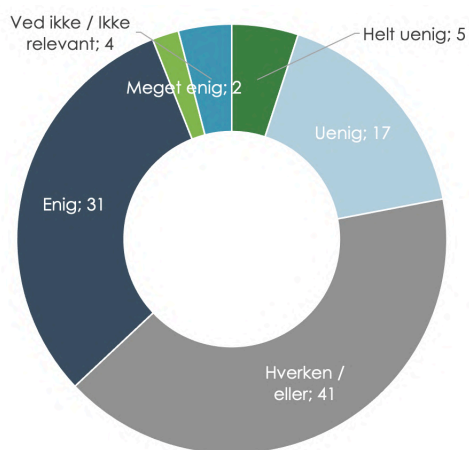
Virksomheder skal først og fremmest bare leve op til gældende love og regler.



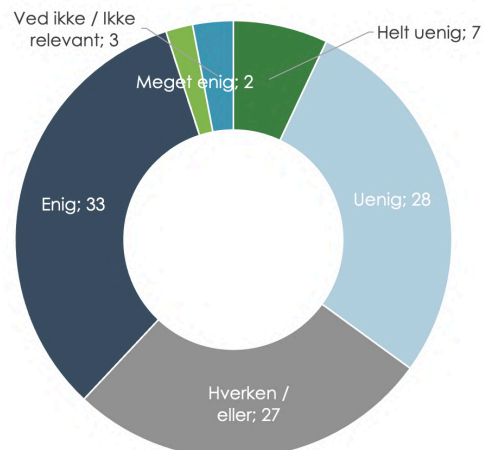
## Holdninger

# Regulering og lovgivning

12. Holdninger til regulering og lovgivning. Hvor enig eller uenig er du i disse udsagn om regulering og lovgivning for erhvervsliv?



Det er godt og vigtigt, at erhvervslivet er reguleret.



Det er først og fremmest love og regler, som sikrer, at virksomheder opfører sig ordentligt.



# Kvantitative interviews

## Konkrete initiativer med samfundsansvar

Hvordan arbejder små og mellemstore virksomheder konkret med samfundsansvar?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tilkendegive hvilke konkrete initiativer deres SMV har taget for at være bæredygtige og samfundsansvarlige overfor ejere, kunder, medarbejdere, leverandører og samfundet.



# Samfundsansvar helt konkret

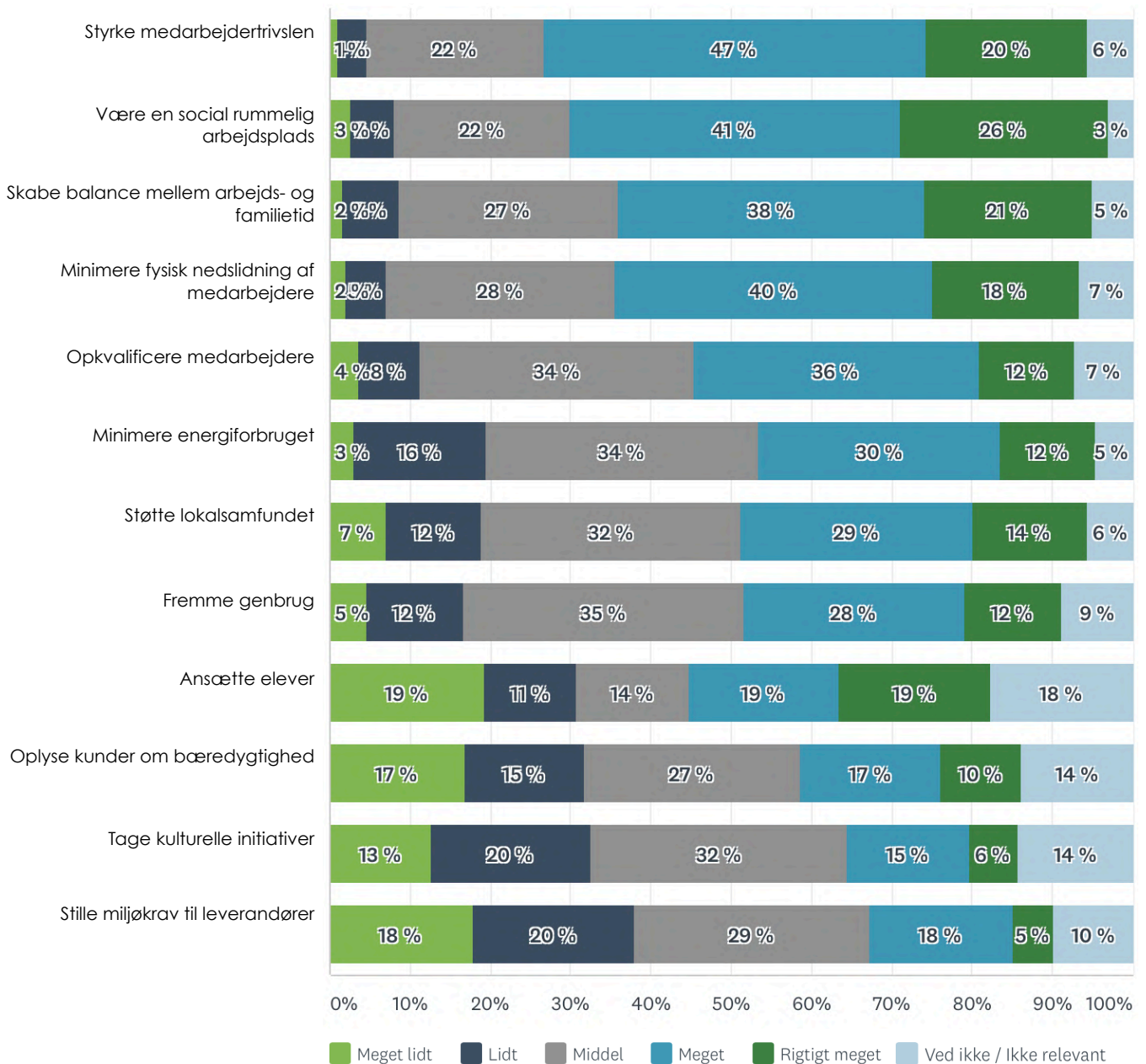
13. Virksomhedens konkrete arbejde med samfundsansvar. Hvilke konkrete initiativer har din virksomhed taget for at være bæredygtige og samfundsansvarlige overfor ejere, kunder, medarbejdere, leverandører og samfundet? Vi har arbejdet med bæredygtighed og samfundsansvar ved fx at (skriv gerne mere i feltet):

	MEGET LIDT	LIDT	MIDDEL	MEGET	RIGTIGT MEGET	VED IKKE / IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSIT
Styrke medarbejdertrivlsen	1 % 2	4 % 7	22 % 43	47 % 92	20 % 39	6 % 11	194	3,87
Være en social rummelig arbejdsplads	3 % 5	6 % 11	22 % 43	41 % 81	26 % 51	3 % 6	197	3,85
Skabe balance mellem arbejds- og familietid	2 % 3	7 % 14	27 % 54	38 % 75	21 % 41	5 % 10	197	3,73
Minimere fysisk nedslidning af medarbejdere	2 % 4	5 % 10	28 % 56	40 % 78	18 % 36	7 % 13	197	3,72
Opkvalificere medarbejdere	4 % 7	8 % 15	34 % 66	36 % 69	12 % 23	7 % 14	194	3,48
Minimere energiforbruget	3 % 6	16 % 32	34 % 66	30 % 59	12 % 23	5 % 9	195	3,33
Støtte lokalsamfundet	7 % 14	12 % 23	32 % 64	29 % 57	14 % 28	6 % 11	197	3,33
Fremme genbrug	5 % 9	12 % 23	35 % 67	28 % 53	12 % 23	9 % 17	192	3,33
Ansætte elever	19 % 37	11 % 22	14 % 27	19 % 36	19 % 36	18 % 34	192	3,08
Oplyse kunder om bæredygtighed	17 % 33	15 % 29	27 % 53	17 % 34	10 % 20	14 % 27	196	2,88
Tage kulturelle initiativer	13 % 25	20 % 39	32 % 63	15 % 30	6 % 12	14 % 28	197	2,79
Stille miljøkrav til leverandører	18 % 35	20 % 39	29 % 57	18 % 35	5 % 10	10 % 19	195	2,69

## Fokus

# Samfundsansvar helt konkret

13. Virksomhedens konkrete arbejde med samfundsansvar. Hvilke konkrete initiativer har din virksomhed taget for at være bæredygtige og samfundsansvarlige overfor ejere, kunder, medarbejdere, leverandører og samfundet? Vi har arbejdet med bæredygtighed og samfundsansvar ved fx at (skriv gerne mere i feltet):

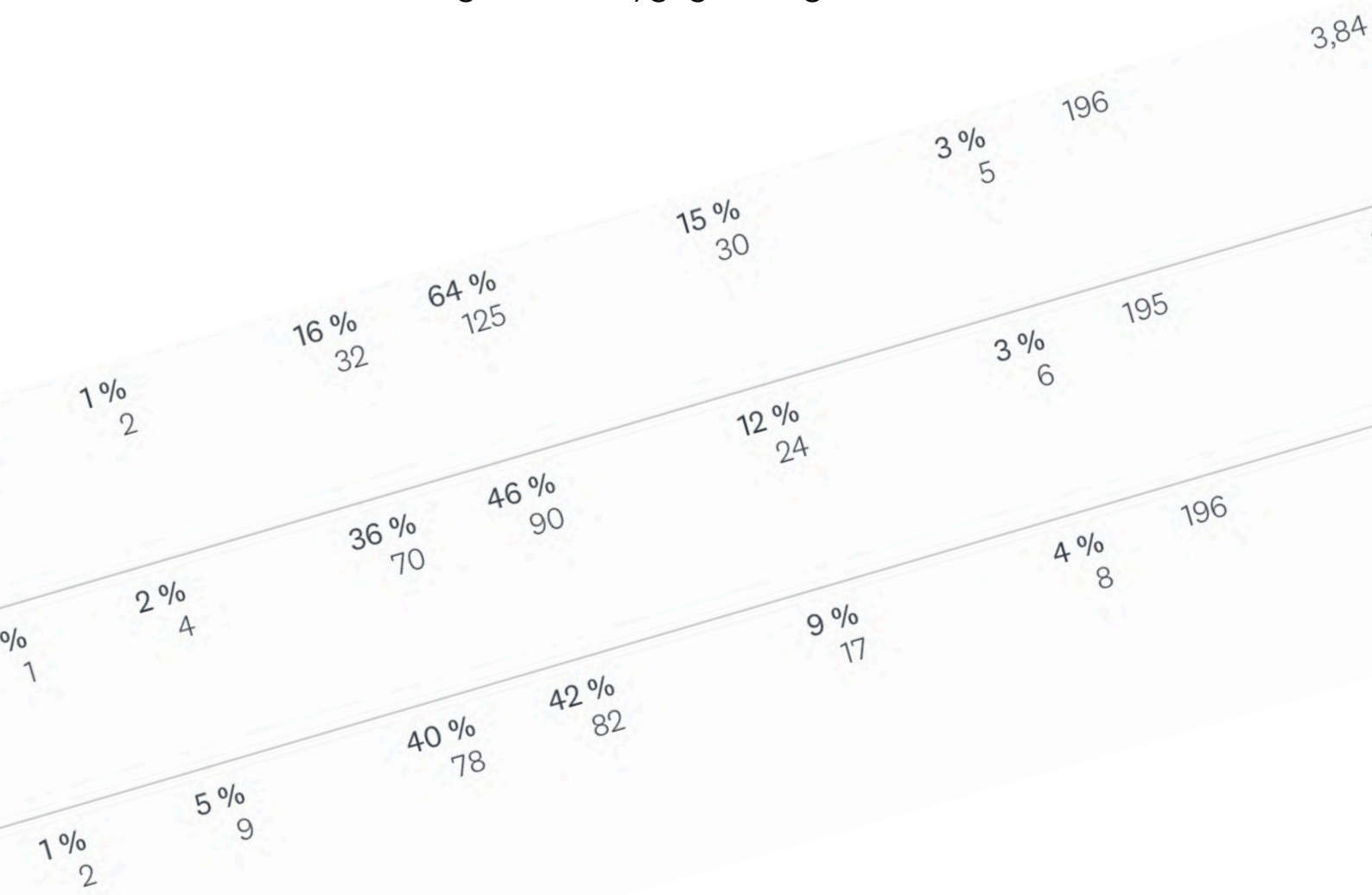


# Kvantitative interviews

## Indstilling til samfundsansvar

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.



## Indstilling

# Samfundsansvar

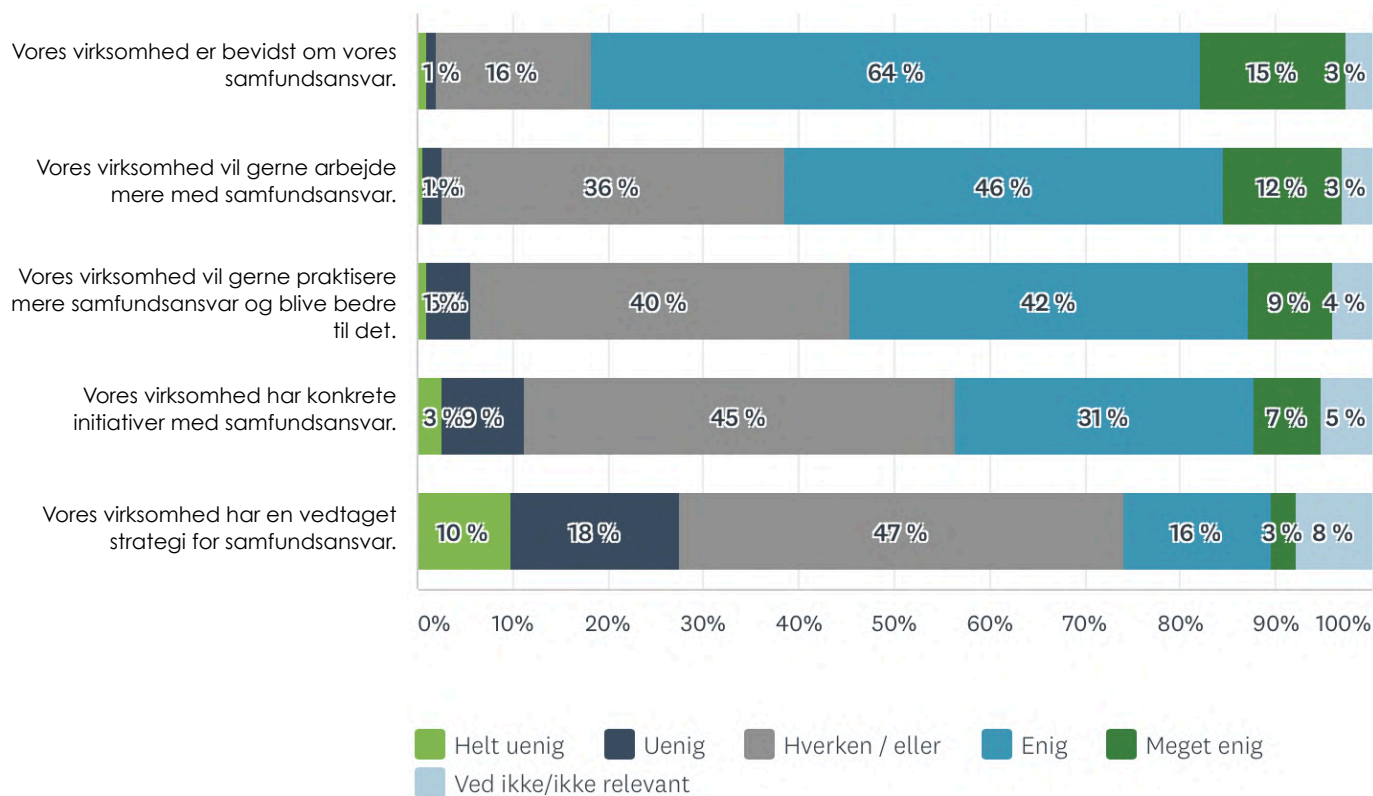
14. Din virksomheds indstilling til samfundsansvar. Hvad er din virksomheds indstilling til bæredygtighed og samfundsansvar? Besvar venligst disse spørgsmål med ja eller nej.

	HELT UENIG	UENIG	HVERKEN / ELLER	ENIG	MEGET ENIG	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSIT
▼ Vores virksomhed er bevidst om vores samfundsansvar.	1 % 2	1 % 2	16 % 32	64 % 125	15 % 30	3 % 5	196	3,84
▼ Vores virksomhed vil gerne arbejde mere med samfundsansvar.	1 % 1	2 % 4	36 % 70	46 % 90	12 % 24	3 % 6	195	3,58
▼ Vores virksomhed vil gerne praktisere mere samfundsansvar og blive bedre til det.	1 % 2	5 % 9	40 % 78	42 % 82	9 % 17	4 % 8	196	3,40
▼ Vores virksomhed har konkrete initiativer med samfundsansvar.	3 % 5	9 % 17	45 % 88	31 % 61	7 % 14	5 % 10	195	3,16
▼ Vores virksomhed har en vedtaget strategi for samfundsansvar.	10 % 19	18 % 34	47 % 90	16 % 30	3 % 5	8 % 15	193	2,60

## Indstilling

# Samfundsansvar

14. Din virksomheds indstilling til samfundsansvar. Hvad er din virksomheds indstilling til bæredygtighed og samfundsansvar? Besvar venligst disse spørgsmål med ja eller nej.



SMV Samfundsansvar

# Kvantitative interviews

Erfaringer med samfundsansvar

Hvordan er små og mellemstore virksomheders egne erfaringer med bæredygtighed og samfundsansvar?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tilkendegive deres virksomheds erfaringer med bæredygtighed og samfundsansvar.



## Erfaringer

# Samfundsansvar

15. Erfaringer med virksomheders samfundsansvar. Vi vil gerne høre om din virksomheds erfaringer med bæredygtighed og samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i, at disse udsagn om det konkrete arbejde med samfundsansvar gælder din virksomhed?

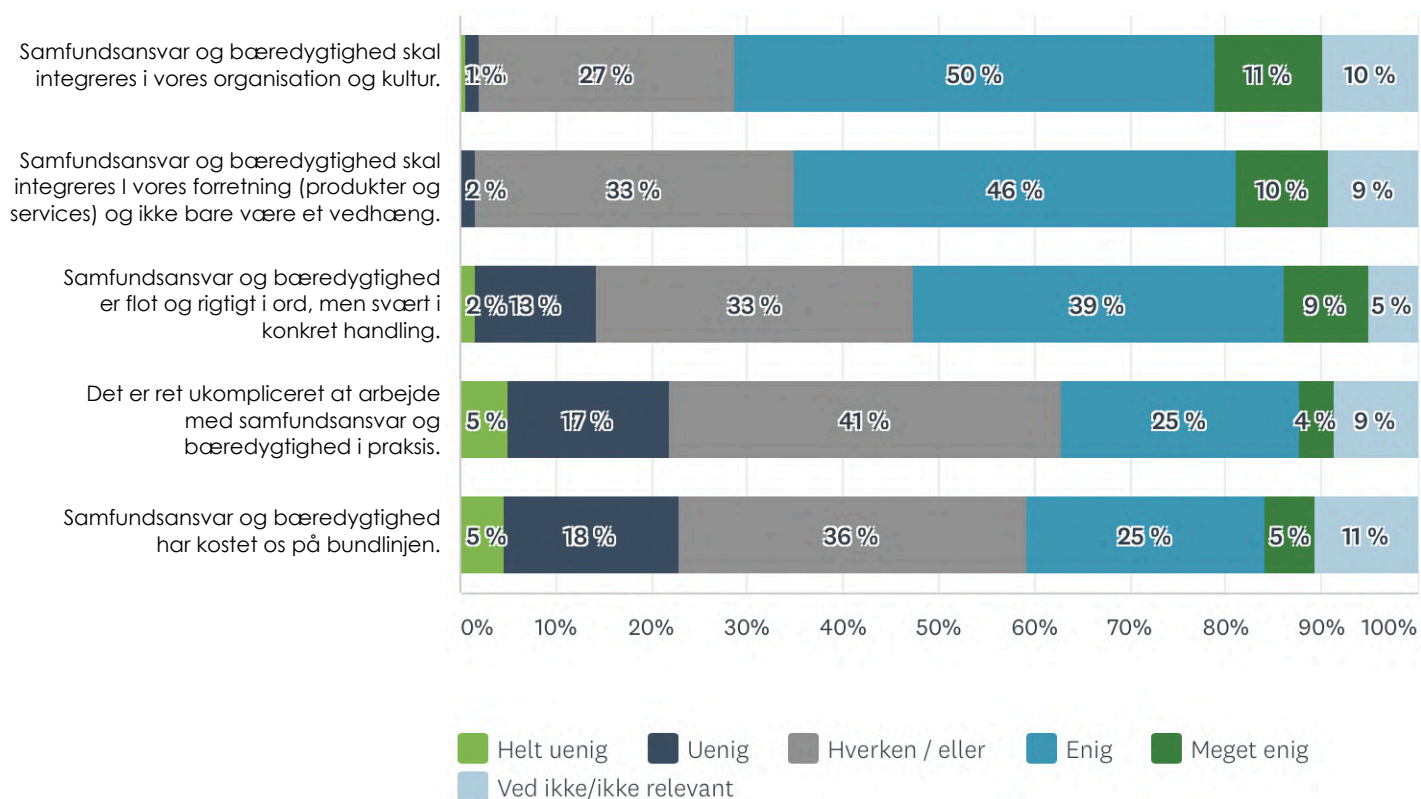
	HELT UENIG	UENIG	HVERKEN / ELLER	ENIG	MEGET ENIG	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSNI
Samfundsansvar og bæredygtighed skal integreres i vores organisation og kultur.	1 % 1	2 % 3	27 % 52	50 % 98	11 % 22	10 % 19	195	3,41
Samfundsansvar og bæredygtighed skal integreres i vores forretning (produkter og services) og ikke bare være et vedhæng.	0 % 0	2 % 3	33 % 65	46 % 90	10 % 19	9 % 18	195	3,36
Samfundsansvar og bæredygtighed er flot og rigtigt i ord, men svært i konkret handling.	2 % 3	13 % 25	33 % 65	39 % 76	9 % 17	5 % 10	196	3,25
Det er ret ukompliceret at arbejde med samfundsansvar og bæredygtighed i praksis.	5 % 10	17 % 33	41 % 80	25 % 49	4 % 7	9 % 17	196	2,79
Samfundsansvar og bæredygtighed har kostet os på bundlinjen.	5 % 9	18 % 36	36 % 71	25 % 49	5 % 10	11 % 21	196	2,76



## Erfaringer

# Samfundsansvar

15. Erfaringer med virksomheders samfundsansvar. Vi vil gerne høre om din virksomheds erfaringer med bæredygtighed og samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i, at disse udsagn om det konkrete arbejde med samfundsansvar gælder din virksomhed?



# Kvantitative interviews

## Motivation for samfundsansvar

Hvad motiverer SMV'er til at tage initiativer til bæredygtighed og samfundsansvar?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tage stilling til, hvad der motiverer deres virksomhed til at arbejde med bæredygtighed og samfundsansvar.



## Motivation

# Samfundsansvar

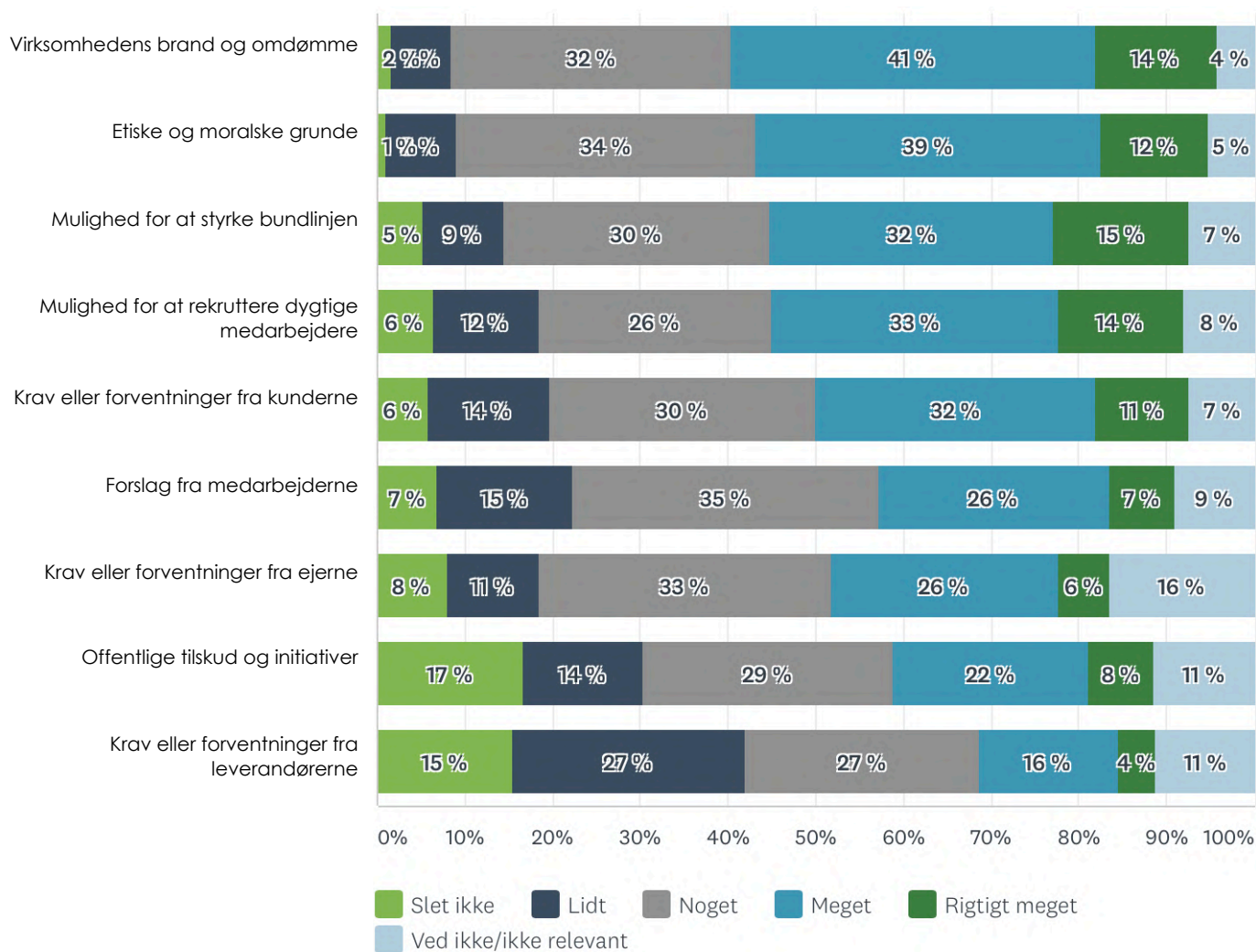
16. Motivation for samfundsansvar. Hvad motiverer din virksomhed til at tage initiativer til bæredygtighed og samfundsansvar?

	SLET IKKE	LIDT	NOGET	MEGET	RIGTIGT MEGET	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSIT
Virksomhedens brand og omdømme	2 % 3	7 % 13	32 % 60	41 % 78	14 % 26	4 % 8	188	3,46
Etiske og moralske grunde	1 % 2	8 % 15	34 % 64	39 % 74	12 % 23	5 % 10	188	3,38
Mulighed for at styrke bundlinjen	5 % 10	9 % 17	30 % 57	32 % 61	15 % 29	7 % 14	188	3,21
Mulighed for at rekruttere dygtige medarbejdere	6 % 12	12 % 23	26 % 50	33 % 62	14 % 27	8 % 15	189	3,13
Krav eller forventninger fra kunderne	6 % 11	14 % 26	30 % 57	32 % 60	11 % 20	7 % 14	188	3,05
Forslag fra medarbejderne	7 % 13	15 % 29	35 % 66	26 % 50	7 % 14	9 % 17	189	2,85
Krav eller forventninger fra ejerne	8 % 15	11 % 20	33 % 63	26 % 49	6 % 11	16 % 31	189	2,62
Offentlige tilskud og initiativer	17 % 31	14 % 25	29 % 53	22 % 41	8 % 14	11 % 21	185	2,56
Krav eller forventninger fra leverandørerne	15 % 29	27 % 50	27 % 50	16 % 30	4 % 8	11 % 21	188	2,34

## Motivation

# Samfundsansvar

16. Motivation for samfundsansvar. Hvad motiverer din virksomhed til at tage initiativer til bæredygtighed og samfundsansvar?



SMV Samfundsansvar

# Kvantitative interviews

## Oplevelse og vurdering af bæredygtighed

Hvordan oplever og vurderer små og mellemstore virksomheder i Danmark bæredygtighed?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tilkendegive deres oplevelse og vurdering af bæredygtighed, herunder bæredygtighed som lovkrav, konkurrenceparameter, partnerskaber, medarbejderkrav og en integreret del af forretningsmodellen.

# SMV

## Oplevelse & vurdering

# Bæredygtighed

17. Virksomhedens oplevelse og vurdering. Hvor enig er du i disse oplevelser og vurderingen af bæredygtighed?

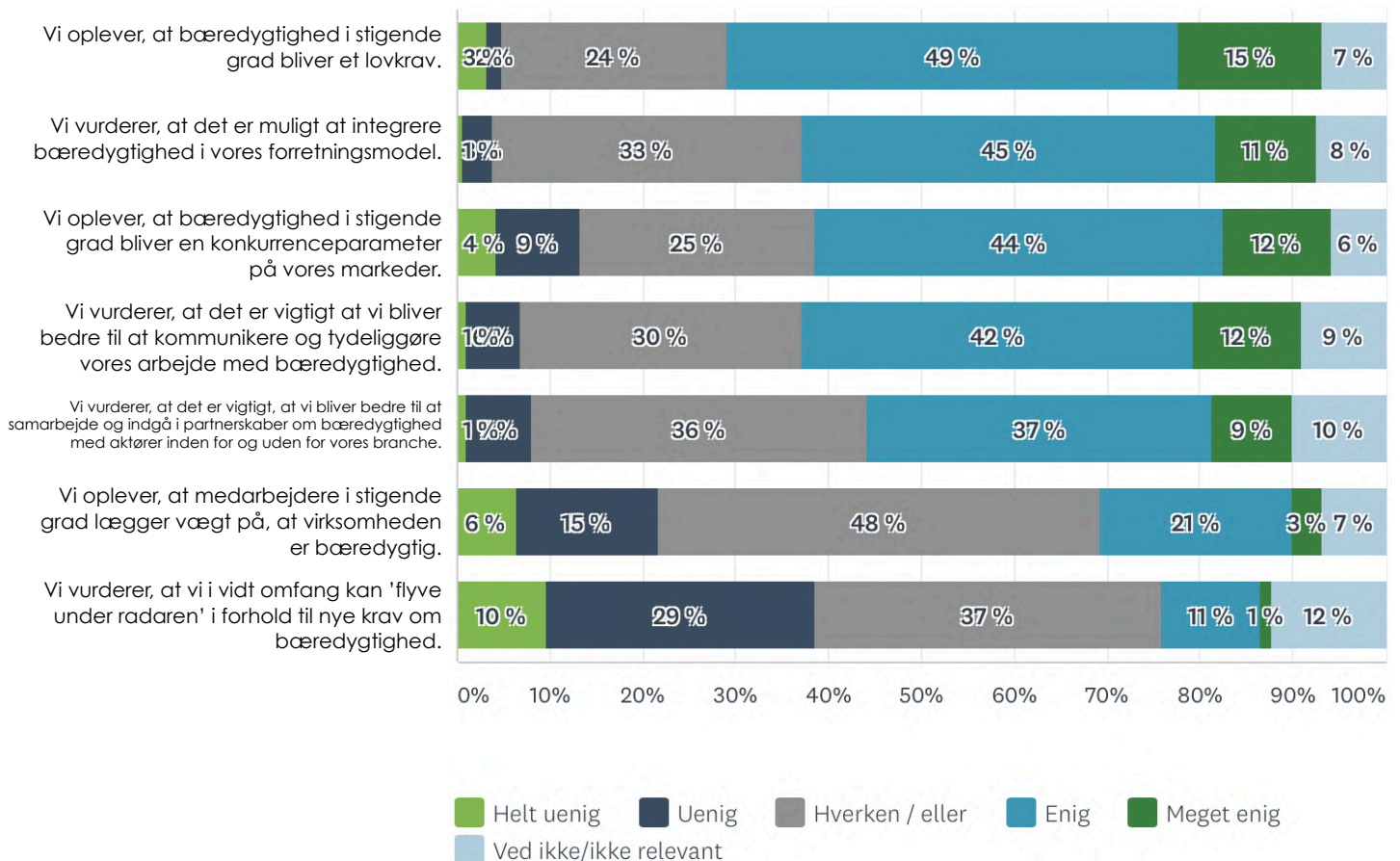
	HELT UENIG	UENIG	HVERKEN / ELLER	ENIG	MEGET ENIG	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSIT
Vi oplever, at bæredygtighed i stigende grad bliver et lovkrav.	3 % 6	2 % 3	24 % 46	49 % 92	15 % 29	7 % 13	189	3,51
Vi vurderer, at det er muligt at integrere bæredygtighed i vores forretningsmodel.	1 % 1	3 % 6	33 % 62	45 % 83	11 % 20	8 % 14	186	3,39
Vi oplever, at bæredygtighed i stigende grad bliver en konkurrenceparameter på vores markeder.	4 % 8	9 % 17	25 % 48	44 % 83	12 % 22	6 % 11	189	3,32
Vi vurderer, at det er vigtigt at vi bliver bedre til at kommunikere og tydeliggøre vores arbejde med bæredygtighed.	1 % 2	6 % 11	30 % 57	42 % 79	12 % 22	9 % 17	188	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 % 2	7 % 13	36 % 68	37 % 70	9 % 16	10 % 19	188	3,15
Vi oplever, at medarbejdere i stigende grad lægger vægt på, at virksomheden er bæredygtig.	6 % 12	15 % 29	48 % 90	21 % 39	3 % 6	7 % 13	189	2,78
Vi vurderer, at vi i vidt omfang kan 'flyve under radaren' i forhold til nye krav om bæredygtighed.	10 % 18	29 % 54	37 % 70	11 % 20	1 % 2	12 % 23	187	2,28



# Oplevelse & vurdering

## Bæredygtighed

### 17. Virksomhedens oplevelse og vurdering. Hvor enig er du i disse oplevelser og vurderingen af bæredygtighed?



SMV Samfundsansvar

# Kvantitative interviews

## Interessentansvar

Hvordan stort et ansvar mener SMV'erne, at de har for forskellige interessenter?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tilkendegive, hvor stort et ansvar, de mener, de har for interessenter som ejere, medarbejdere, kunder, leverandører, naturen og samfundet.



## Holdning

# Interessentansvar

18. Hvor stort ansvar har din virksomhed for interessenterne?

Nedenstående er en række grupper og områder (interessenter). Vurdér alle på en skala fra 1 til 6 efter, hvor stort et ansvar din virksomhed har for dem. 1 er "Intet ansvar" og 6 er "Meget stort ansvar".

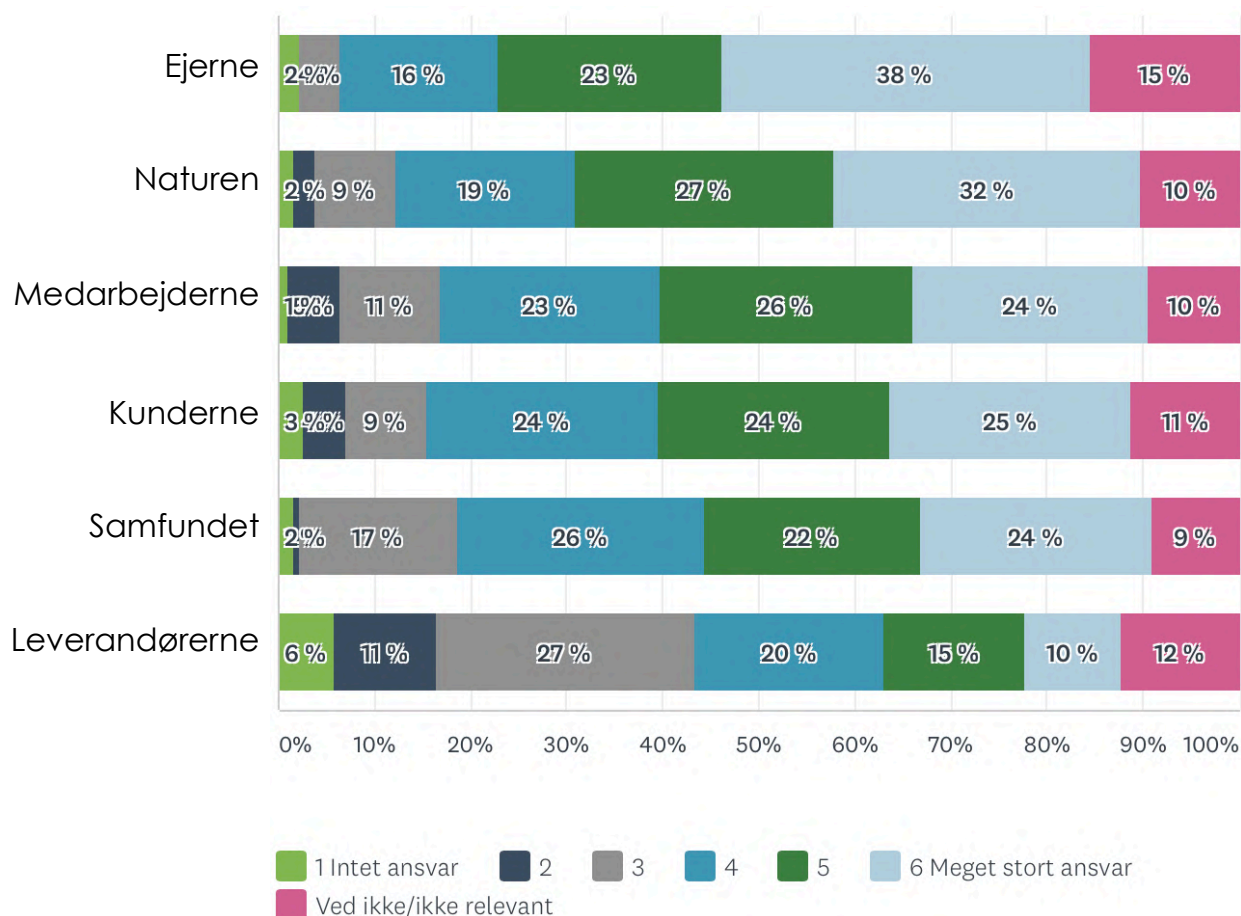
	1 INTET ANSVAR	2	3	4	5	6 MEGET STORT ANSVAR	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSIT
▼ Ejerne	2 % 4	0 %	4 %	16 %	23 %	38 % 72	15 % 29	188	5,06
▼ Naturen	2 % 3	2 %	9 %	19 %	27 %	32 % 60	10 % 19	187	4,82
▼ Medarbejderne	1 % 2	5 %	11 %	23 %	26 %	24 % 46	10 % 18	189	4,56
▼ Kunderne	3 % 5	4 %	9 %	24 %	24 %	25 % 47	11 % 21	187	4,55
▼ Samfundet	2 % 3	1 %	17 %	26 %	22 %	24 % 45	9 % 17	187	4,53
▼ Leverandørerne	6 % 11	11 %	27 %	20 %	15 %	10 % 19	12 % 23	189	3,65

## Holdning

# Interessentansvar

18. Hvor stort ansvar har din virksomhed for interessenterne?

Nedenstående er en række grupper og områder (interessenter). Vurder alle på en skala fra 1 til 6 efter, hvor stort et ansvar din virksomhed har for dem. 1 er "Intet ansvar" og 6 er "Meget stort ansvar".

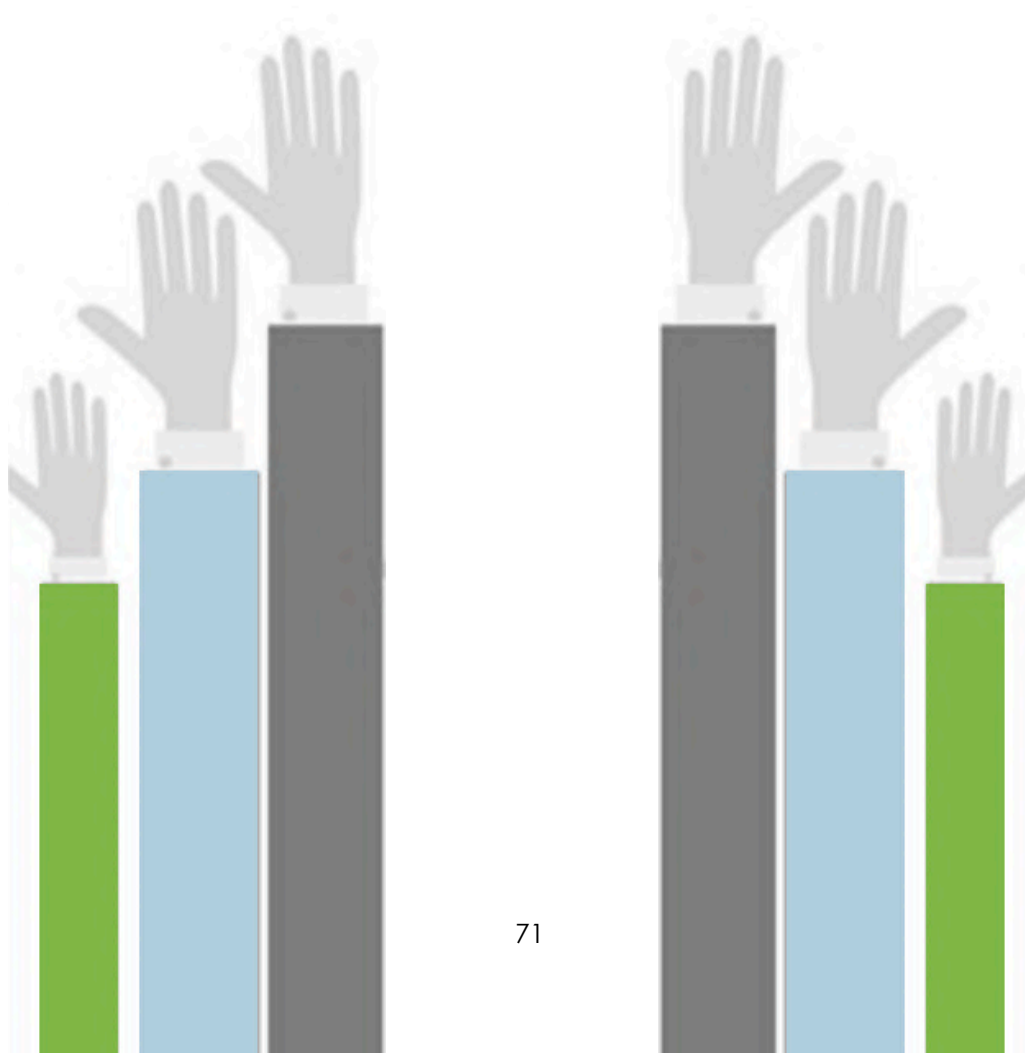


# Kvantitative interviews

## Udfordringer og barriere

Hvad udfordrer eller forhindrer SMV'erne i arbejdet med bæredygtighed og samfundsansvar?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tage stilling hvad der udfordrer eller forhindrer deres virksomhed i arbejdet med bæredygtighed og samfundsansvar? Er det manglende viden, tid, interesse, økonomi, mål, personale, manglende opbakning eller støtte?



# Udfordringer og barrierer

## Samfundsansvar

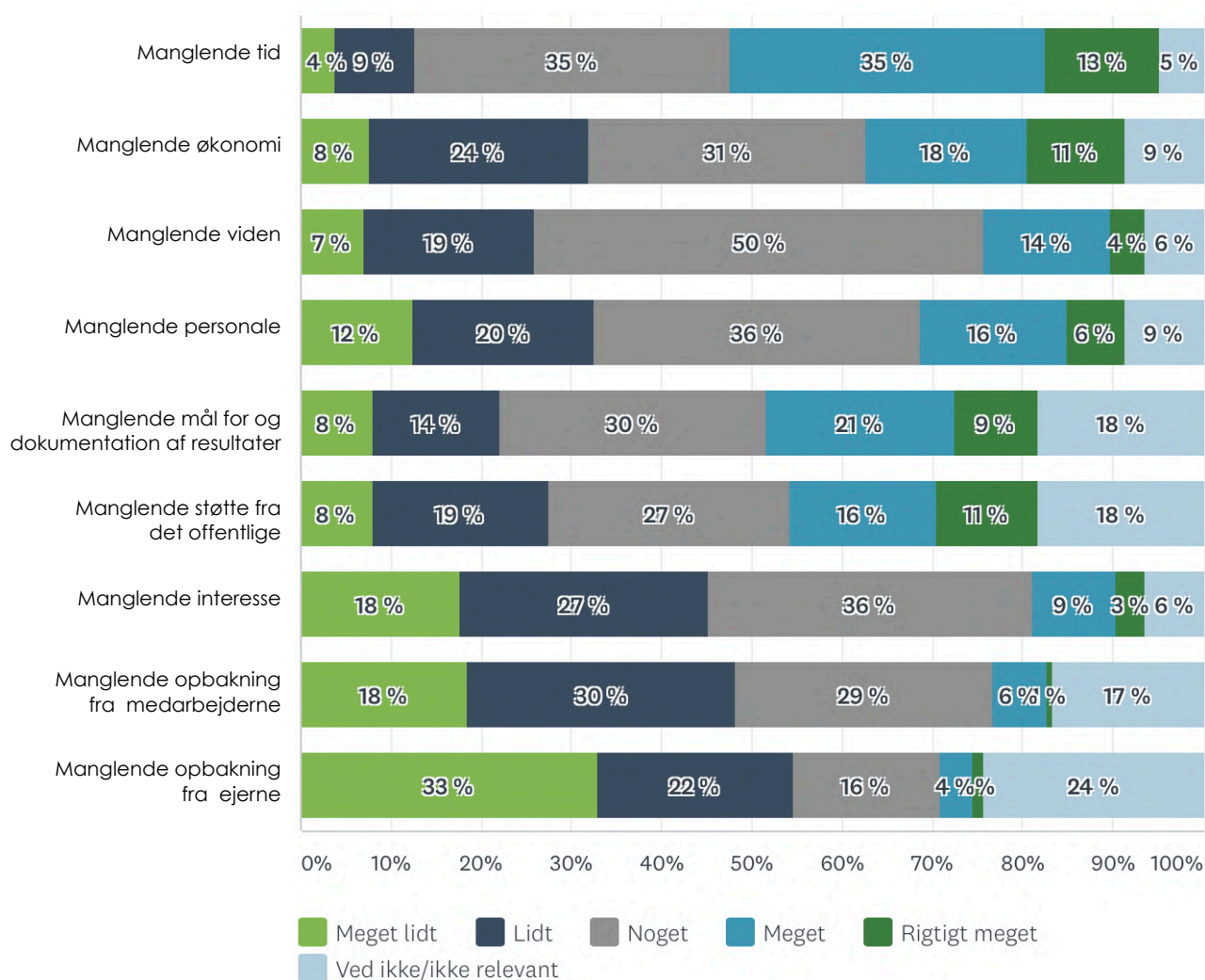
19. Hvad forhindrer øget samfundsansvar? Hvilke udfordringer eller barrierer forhindrer din virksomhed i at prioritere samfundsansvar?

	MEGET LIDT	LIDT	NOGET	MEGET	RIGTIGT MEGET	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSIT
▼ Manglende tid	4 % 7	9 % 16	35 % 64	35 % 64	13 % 23	5 % 9	183	3,29
▼ Manglende økonomi	8 % 14	24 % 45	31 % 57	18 % 33	11 % 20	9 % 16	185	2,74
▼ Manglende viden	7 % 13	19 % 35	50 % 92	14 % 26	4 % 7	6 % 12	185	2,69
▼ Manglende personale	12 % 23	20 % 37	36 % 67	16 % 30	6 % 12	9 % 16	185	2,58
▼ Manglende mål for og dokumentation af resultater	8 % 15	14 % 26	30 % 55	21 % 39	9 % 17	18 % 34	186	2,54
▼ Manglende støtte fra det offentlige	8 % 15	19 % 36	27 % 50	16 % 30	11 % 21	18 % 34	186	2,48
▼ Manglende interesse	18 % 33	27 % 51	36 % 67	9 % 17	3 % 6	6 % 12	186	2,33
▼ Manglende opbakning fra medarbejderne	18 % 34	30 % 55	29 % 53	6 % 11	1 % 1	17 % 31	185	1,90
▼ Manglende opbakning fra ejerne	33 % 61	22 % 40	16 % 30	4 % 7	1 % 2	24 % 45	185	1,45

# Udfordringer og barrierer

## Samfundsansvar

19. Hvad forhindrer øget samfundsansvar? Hvilke udfordringer eller barrierer forhindrer din virksomhed i at prioritere samfundsansvar?

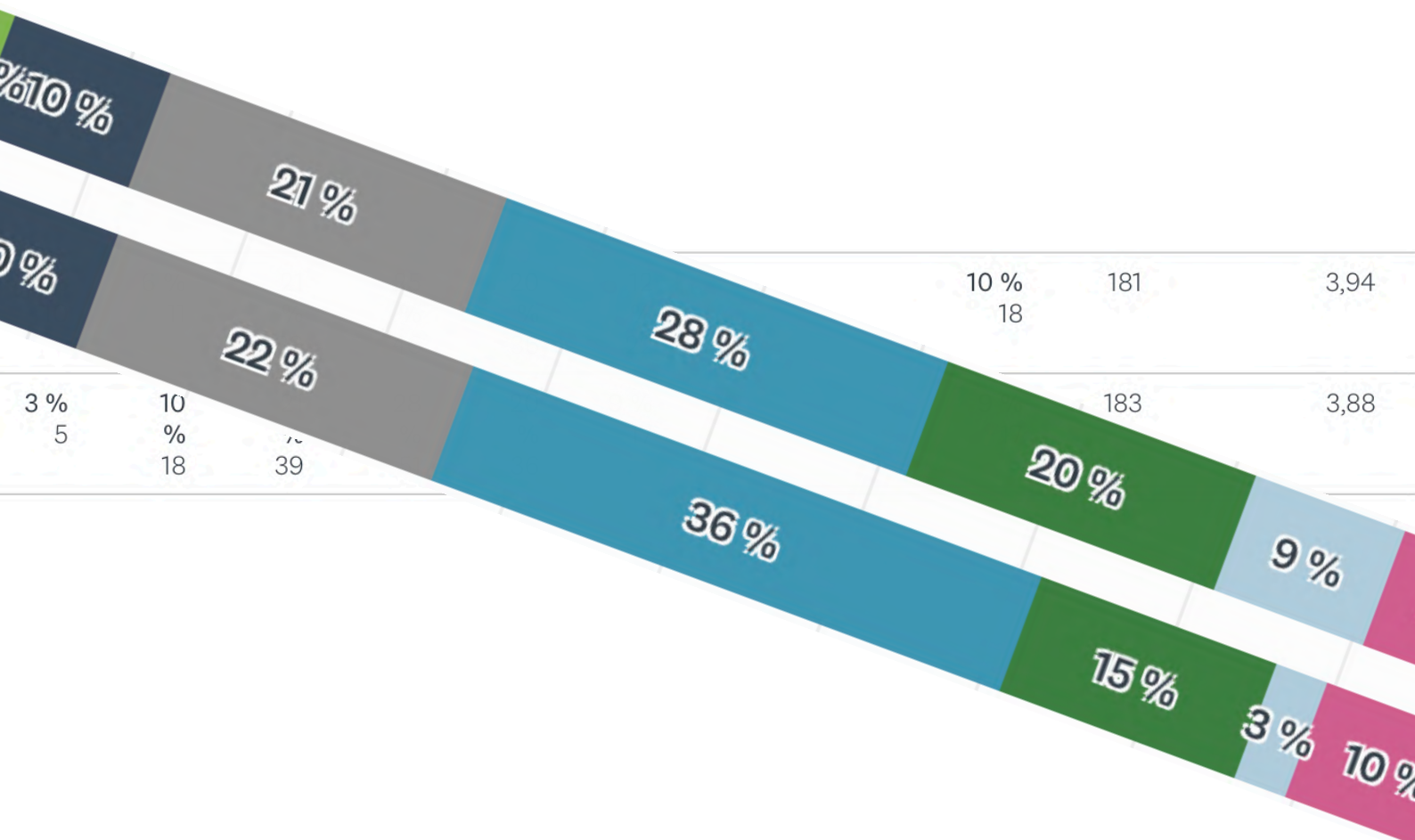


# Kvantitative interviews

## Hjælp til samfundsansvar

Hvad kunne hjælpe små og mellemstore virksomheder med at tage et større samfundsansvar?

I undersøgelsen blev alle respondenter bedt om at tage stilling til en række forslag til hvad der kan hjælpe virksomheden med at tage et større samfundsansvar.





# Hjælp til Samfundsansvar

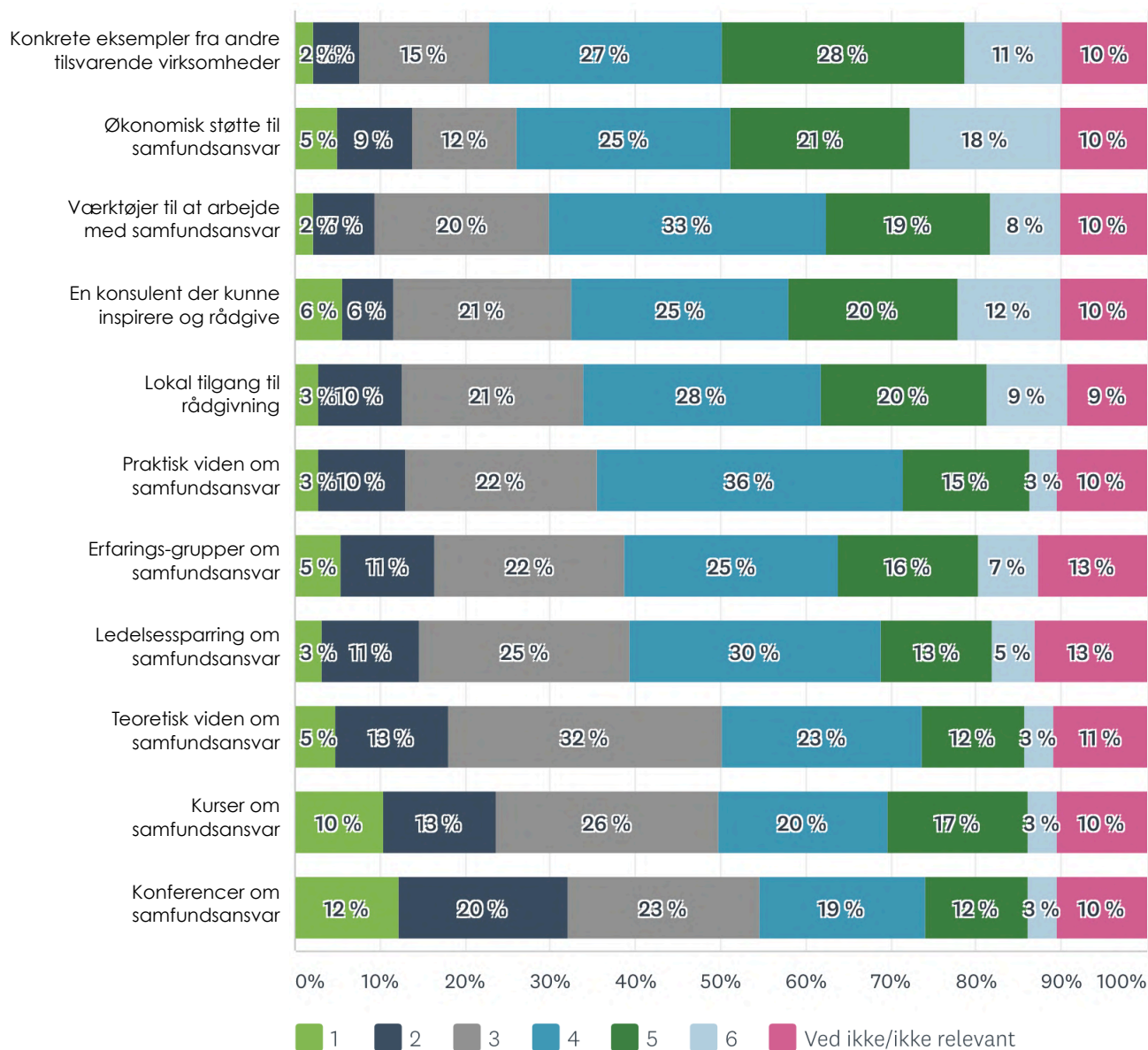
20. Hvad kunne hjælpe jer med samfundsansvar? Nedenstående er oplistet en række muligheder, der kan hjælpe virksomheder med samfundsansvar. Vurdér alle på en skala fra 1 til 6 efter, hvor meget det ville hjælpe jer til større samfundsansvar, hvor 1 er ingen hjælp og 6 er afgørende hjælp.

	1	2	3	4	5	6	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSNIT
▼ Konkrete eksempler fra andre tilsvarende virksomheder	2 % 4	5 % 10	15 % 28	27 % 50	28 % 52	11 % 21	10 % 18	183	4,21
▼ Økonomisk støtte til samfundsansvar	5 % 9	9 % 16	12 % 22	25 % 45	21 % 38	18 % 32	10 % 18	180	4,13
▼ Værktøjer til at arbejde med samfundsansvar	2 % 4	7 % 13	20 % 37	33 % 59	19 % 35	8 % 15	10 % 18	181	3,94
▼ En konsulent der kunne inspirere og rådgive	6 % 10	6 % 11	21 % 38	25 % 46	20 % 36	12 % 22	10 % 18	181	3,94
▼ Lokal tilgang til rådgivning	3 % 5	10 % 18	21 % 39	28 % 51	20 % 36	9 % 17	9 % 17	183	3,88
▼ Praktisk viden om samfundsansvar	3 % 5	10 % 19	22 % 41	36 % 66	15 % 27	3 % 6	10 % 19	183	3,66
▼ Erfaringsgrupper om samfundsansvar	5 % 10	11 % 20	22 % 41	25 % 46	16 % 30	7 % 13	13 % 23	183	3,66
▼ Ledelsessparring om samfundsansvar	3 % 6	11 % 21	25 % 45	30 % 54	13 % 24	5 % 9	13 % 24	183	3,60
▼ Teoretisk viden om samfundsansvar	5 % 9	13 % 24	32 % 59	23 % 43	12 % 22	3 % 6	11 % 20	183	3,39
▼ Kurser om samfundsansvar	10 % 19	13 % 24	26 % 47	20 % 36	17 % 30	3 % 6	10 % 19	181	3,32
▼ Konferencer om samfundsansvar	12 % 22	20 % 36	23 % 41	19 % 35	12 % 22	3 % 6	10 % 19	181	3,10



# Hjælp til Samfundsansvar

20. Hvad kunne hjælpe jer med samfundsansvar? Nedenstående er oplistet en række muligheder, der kan hjælpe virksomheder med samfundsansvar. Vurdér alle på en skala fra 1 til 6 efter, hvor meget det ville hjælpe jer til større samfundsansvar, hvor 1 er ingen hjælp og 6 er afgørende hjælp.



# Kvantitative interviews

## Manifest om samfundsansvar

KA og KA Pleje har besluttet at udarbejde et fælles SMV-manifest om samfundsansvar, som kan inspirere samt beskrive principperne for samfundsansvar. Hvordan kan et SMV-manifest om samfundsansvar skabe værdi for virksomheder?

I spørgeundersøgelsen blev respondenterne afslutningsvis spurgt til, hvordan et SMV-manifest om samfundsansvar kan være godt og positivt for deres virksomhed.



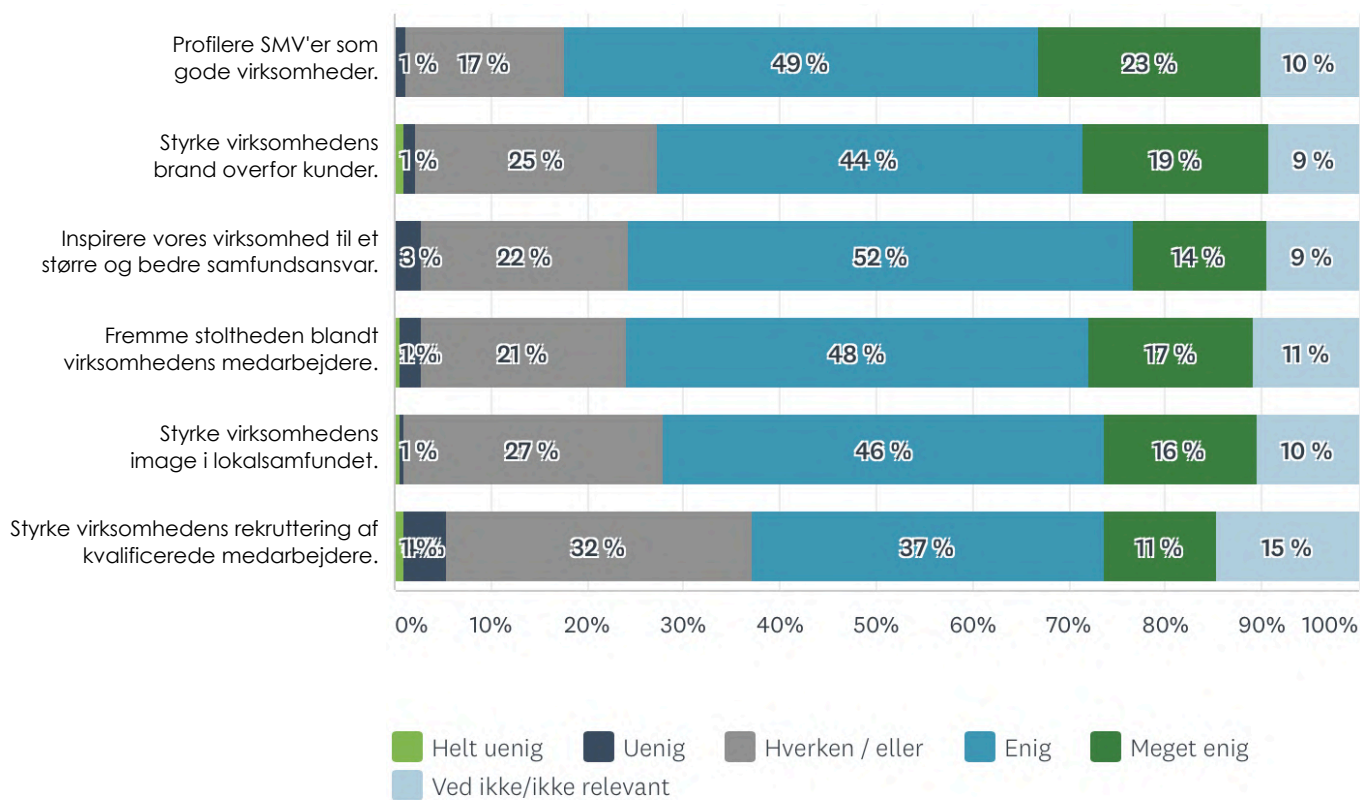
# Manifest om Samfundsansvar

21. Manifest om samfundsansvar. KA og KA Pleje har besluttet at udarbejde et fælles SMV-manifest om samfundsansvar, som kan inspirere samt beskrive principperne for samfundsansvar. Hvordan kan et SMV-manifest om samfundsansvar være godt og positivt for din virksomhed?

	HELT UENIG	UENIG	HVERKEN / ELLER	ENIG	MEGET ENIG	VED IKKE/IKKE RELEVANT	I ALT	VÆGTET GENNEMSNI
Profilere SMV'er som gode virksomheder.	0 % 0	1 % 2	17 % 30	49 % 89	23 % 42	10 % 18	181	3,65
Styrke virksomhedens brand overfor kunder.	1 % 2	1 % 2	25 % 46	44 % 81	19 % 35	9 % 17	183	3,51
Inspirere vores virksomhed til et større og bedre samfundsansvar.	0 % 0	3 % 5	22 % 39	52 % 95	14 % 25	9 % 17	181	3,49
Fremme stoltheden blandt virksomhedens medarbejdere.	1 % 1	2 % 4	21 % 39	48 % 88	17 % 31	11 % 20	183	3,46
Styrke virksomhedens image i lokalsamfundet.	1 % 1	1 % 1	27 % 49	46 % 84	16 % 29	10 % 19	183	3,45
Styrke virksomhedens rekruttering af kvalificerede medarbejdere.	1 % 2	4 % 8	32 % 58	37 % 67	11 % 21	15 % 27	183	3,09

# Manifest om Samfundsansvar

21. Manifest om samfundsansvar. KA og KA Pleje har besluttet at udarbejde et fælles SMV-manifest om samfundsansvar, som kan inspirere samt beskrive principperne for samfundsansvar. Hvordan kan et SMV-manifest om samfundsansvar være godt og positivt for din virksomhed?





# BILAG

## Spørgeskemaet

Undersøgelse  
om SMV'ers samfundsansvar



**CBS**  
COPENHAGEN  
BUSINESS SCHOOL  
HANDELSHØJSKOLEN





# Undersøgelse

*Vi har brug for din mening om SMV'ers samfundsansvar. Vi trækker lod blandt besvarelserne og sender tre flasker god vin til julen til fem vindere.*

KA og KA Pleje's 1200 medlemmer har på generalforsamlingen i marts 2020 besluttet at udarbejde et SMV-manifest. Manifestet vil beskrive principperne for, hvordan små og mellemstore virksomheder (SMV'er) er samfundsansvarlige.

## **Samfundsansvar**

Virksomheders samfundsansvar handler om, hvordan virksomheden ledes ansvarligt og bæredygtigt over for ejere, kunder, medarbejdere, leverandører, samfundet og naturen.

I undersøgelsen spørges der bredt ind til virksomheders bæredygtighed og sociale ansvar opsummeret i begrebet "samfundsansvar".

Det ligger dybt hos SMV'er at være engagerede, have skabertrang og tage samfundsansvar. I har erfaringer, som andre kan lære af, og det er hos jer, det hele lykkes og får liv.

SMV-manifestet om samfundsansvar skal være klar til godkendelse på næste års generalforsamlinger i KA og KA Pleje.

## **Din viden og mening**

Dette spørgeskema er et led i arbejdet med SMV-manifestet. Det sendes til alle vores medlemmer. Det tager ca. 10 minutter at besvare spørgsmålene og vi spørger ind til disse fem områder:

- Viden: Hvilken viden har og mangler din virksomhed om samfundsansvar?
- Holdning: Hvad er dine holdninger til virksomhedens samfundsansvar?
- Erfaring: Hvilke erfaringer har din virksomhed med samfundsansvar?
- Prioriteringer: Hvordan prioriterer I indsatser indenfor samfundsansvar?
- Udfordringer og barrierer: Hvad kan hindre eller støtte dit arbejde med samfundsansvar?

Vi gennemfører undersøgelsen i samarbejde "CBS Sustainability", et tværfagligt forskningscenter på Copenhagen Business School. Centret er anerkendt som et af de førende af sin art i Europa.

Undersøgelsens resultater skal anvendes til:

- at udvikle et SMV-manifest til generalforsamlingen 2021.
- at udveksle metoder og erfaringer blandt KA og KA Pleje medlemmer.
- at promovere SMV'er som samfundsansvarlige og værdifulde for Danmark.

Spørgeskemaundersøgelsen udfyldes af virksomhedslederen eller alternativt af en medleder, der kan svare repræsentativt for virksomheden.

Resultaterne bliver offentliggjort i en rapport og vil indgå i vores arbejde med SMV-manifestet i de kommende år.

Det anbefales, at spørgsmålene besvares ud fra den første umiddelbare indskydelse og forholdsvis hurtigt. På den måde kan spørgsmålene besvares på ca. 10 minutter. Er der spørgsmål, du ikke kan eller vil svare på, sætter du kryds i "Ved ikke/ikke relevant".

På forhånd mange tak for dine svar og dit vigtige bidrag,

## **Karsten Høgild**

Direktør i KA og KA Pleje

## Baggrundsspørgsmål

Hvor mange medarbejdere er ansat i din virksomhed?

1-5    6-10    11-20    21-50    51-100    Over 100

Hvor gammel er din virksomhed?

0-5 år    6-10 år    11-20 år    21-30 år    Mere end 30 år

Hvilken sektor er din virksomhed i?

Landbrug, gartneri og skovbrug - Fiskeri og akvakultur - Industri - Transport - Turisme  
Byggeri og Anlæg - Handel - Serviceerhverv - Rådgivning og konsulent - Anden

Alder på øverste chef

Under 20    20-29    30-39    40-49    50-59    60-69    70-79    80-89    Ved ikke

Geografi

Hvilken region ligger din virksomhed i?

Nordjylland    Midtjylland    Syddanmark    Sjælland    Hovedstaden

## 1. VIDEN: Hvilken viden har og mangler din virksomhed om samfundsansvar?

Inden for virksomheders samfundsansvar er der i de seneste årtier lanceret forskellige teorier og initiativer. I dette afsnit bliver du præsenteret for nogle af dem og spurgt ind til dit kendskab til og interesse i initiativerne.

Metode: Likert-skala "Meget lille", "Lille", "Middel", "Stor", "Meget stor", "Ved ikke".

### Bæredygtighed

Bæredygtighed er princippet om ikke at tage mere, end du giver. En bæredygtig virksomhed bestræber sig på at minimere sit aftryk på miljøet og på at styrke samfundet socialt og økonomisk.

- Hvordan vil du vurdere dit kendskab til SMV'ers bæredygtighed?
- Hvad stor er din interesse for at vide mere om bæredygtighed?

### Interessenter

Samfundsansvarlige virksomheder tænker og handler i helheder. Ansvarer omfatter en række såkaldte interessenter og ikke kun ejerne. Interessenter er enhver, der enten påvirkes af eller selv påvirker virksomhedens handlinger (fx ejere, kunder, medarbejdere, naturen, leverandører og samfundet). Virksomheders samfundsansvar omfatter, at de når deres forretningsmål på en bæredygtig måde, og handler ansvarligt i forhold til deres interessenter.

- Hvordan vil du vurdere dit kendskab til dine interessenters samfundsansvar?
- Hvor stor er din interesse for at vide mere om dine interessenters samfundsansvar?

### FN Verdensmål

FNs Verdensmål blev vedtaget i 2015 som et svar på jordens økonomiske, sociale og miljømæssige udfordringer. Verdens 193 lande blev enige om 17 Verdensmål og 169 delmål for bæredygtig udvikling.

Hvordan vil du vurdere dit kendskab til FNs Verdensmål?

Hvor stor er din interesse for at vide mere om FNs Verdensmål?





### **Kilder til viden**

Hvor får du din viden om samfundsansvar fra?

Kolleger - Bestyrelsen - Nyhederne - Tidsskrifter - Bøger - Internettet - Rapporter - [CSR.dk](http://CSR.dk) - Din arbejdsgiverforening - Andre foreninger - Familiemedlemmer - Erhvervsnetværk - Andet

## **2. HOLDNING: Hvad er dine holdninger til virksomhedens samfundsansvar?**

### **Holdninger til SMV'ers samfundsansvar**

Hvor enig eller uenig er du i disse forskellige udsagn om virksomheders samfundsansvar?

Metode: Likert-skala "Helt uenig", "Uenig", "Hverken eller", "Enig", "Meget enig". "Ved ikke"

- En virksomhed er bedst, hvis den drives af mennesker med samfundssind.
- En god virksomhed tænker og handler i helheder og bæredygtighed.
- Virksomheder skal skabe værdi for alle interessenter (ejere, kunder, medarbejdere, leverandører og samfundet).
- Virksomheder vil kun prioritere samfundsansvar, hvis det fremmer den økonomiske bundlinje.
- Det er vigtigt, at SMV'ers samfundsansvar bliver kommunikeret.
- Vi oplever et stigende behov for at kende til og arbejde med samfundsansvar.

### **Kritik af samfundsansvar**

Hvor enig eller uenig er du i disse kritiske udsagn om virksomheders samfundsansvar?

- Virksomheders samfundsansvar er blot et forsøg fra politikere på at lægge ansvaret fra sig.
- Det er kun de store virksomheder og industrier, der kan løfte et samfundsansvar.
- Naturen og miljøet er ikke SMV'ers ansvar.
- Samfundet er ikke SMV'ers ansvar.
- Samfundsansvar er ofte tomme ord uden handling.
- Samfundsansvar bliver ofte brugt som glasur i markedsføring.

### **Holdninger til regulering og lovgivning**

Hvor enig eller uenig er du i disse udsagn om regulering og lovgivning for erhvervsliv?

Metode: Likert-skala "Helt uenig", "Uenig", "Hverken eller", "Enig", "Meget enig". "Ved ikke"

- Det gode liv i Danmark er skabt i en fin balance mellem stat, marked og civilsamfund.
- Det er først og fremmest love og regler, som sikrer, at virksomheder opfører sig ordentligt.
- Virksomheder skal først og fremmest bare leve op til gældende love og regler.
- Virksomheder skal have en stor grad af frihed, og staten skal minimere regulering og lovgivning.
- Det er godt og vigtigt, at erhvervslivet er reguleret.
- Erhvervslivet er internationalt, og derfor er reguleringen nødt til at være international.

### 3. ERFARING: Hvilke erfaringer har din virksomhed med samfundsansvar?

#### **Virksomhedens konkrete arbejde med samfundsansvar**

Hvilke konkrete initiativer har din virksomhed taget for at være bæredygtige og samfundsansvarlige overfor ejere, kunder, medarbejdere, leverandører og samfundet?

Metode: Likert-skala "Meget lidt", "Lidt", "Middel", "Meget", "Rigtigt meget". "Ved ikke"

Vi har arbejdet med bæredygtighed og samfundsansvar ved fx at (skriv gerne mere i feltet "Andet:"):

Minimere energiforbruget - Styrke medarbejdertrivsel - Stille miljøkrav til leverandører - Støtte lokalsamfundet - Være en social rummelig arbejdsplads - Ansætte elever - Minimere fysisk nedslidning af medarbejdere - Tage kulturelle initiativer - Opkvalificere medarbejdere - Skabe balance mellem arbejds- og familietid - Fremme genbrug - Oplyse kunder om bæredygtighed.

Andet: \_\_\_\_\_

#### **Din virksomheds indstilling til samfundsansvar**

Hvad er din virksomheds indstilling til bæredygtighed og samfundsansvar? Besvar venligst disse spørgsmål med ja eller nej.

Metode: Likert-skala "Helt uenig", "Uenig", "Hverken eller", "Enig", "Meget enig". "Ved ikke"

- Vores virksomhed er bevidst om vores samfundsansvar.
- Vores virksomhed vil gerne arbejde mere med samfundsansvar.
- Vores virksomhed har konkrete initiativer med samfundsansvar.
- Vores virksomhed har en vedtaget strategi for samfundsansvar.
- Vores virksomhed vil gerne praktisere mere samfundsansvar og blive bedre til det.

#### **Erfaringer med virksomheders samfundsansvar**

Vi vil gerne høre om din virksomheds erfaringer med bæredygtighed og samfundsansvar. Hvor enig eller uenig er du i, at disse udsagn om det konkrete arbejde med samfundsansvar gælder din virksomhed?

Metode: Likert-skala "Helt uenig", "Uenig", "Hverken eller", "Enig", "Meget enig". "Ved ikke"

- Det er ret ukompliceret at arbejde med samfundsansvar og bæredygtighed i praksis.
- Samfundsansvar og bæredygtighed er flot og rigtigt i ord, men svært i konkret handling.
- Samfundsansvar og bæredygtighed har kostet os på bundlinjen.
- Samfundsansvar og bæredygtighed skal integreres i vores forretning (produkter og services) og ikke bare være et vedhæng.
- Samfundsansvar og bæredygtighed skal integreres i vores organisation og kultur.

#### 4. PRIORITERINGER: Hvordan prioriterer I indsatser indenfor samfundsansvar?

##### **Motivation for samfundsansvar**

Hvad motiverer din virksomhed til at tage initiativer til bæredygtighed og samfundsansvar?

Metode Likert-skala: Slet ikke, Lidt, Noget, Meget, Rigtigt meget, Ved ikke.

- Etiske og moralske grunde
- Virksomhedens brand og omdømme
- Mulighed for at rekruttere dygtige medarbejdere
- Mulighed for at styrke bundlinjen
- Krav eller forventninger fra ejerne
- Krav eller forventninger fra kunderne
- Krav eller forventninger fra leverandørerne
- Forslag fra medarbejderne
- Offentlige tilskud og initiativer
- Andet: \_\_\_\_\_

##### **Virksomhedens oplevelse og vurdering**

Hvor enig er du i disse oplevelser og vurderingen af bæredygtighed?

Metode Likert-skala: Helt uenig, Uenig, Hverken/eller, Enig, Meget enig, Ved ikke.

- Vi oplever, at bæredygtighed i stigende grad bliver en konkurrenceparameter på vores markeder.
- Vi oplever, at bæredygtighed i stigende grad bliver et lovkrav.
- Vi oplever, at medarbejdere i stigende grad lægger vægt på, at virksomheden er bæredygtig.
- Vi vurderer, at vi i vidt omfang kan 'flyve under radaren' i forhold til nye krav om bæredygtighed.
- Vi vurderer, at det er vigtigt at vi bliver bedre til at kommunikere og tydeliggøre vores arbejde med bæredygtighed.
- 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.
- Vi vurderer, at det er muligt at integrere bæredygtighed i vores forretningsmodel.

##### **Hvor stort ansvar tager din virksomhed for interessenterne?**

Nedenstående er en række grupper og områder (interessenter). Vurdér alle på en skala fra 1 til 6 efter, hvor stort et ansvar din virksomhed har for dem. 1 er "Intet ansvar" og 6 er "Meget stort ansvar".

Metode: Vurderingsskala:	1	2	3	4	5	6
Ejerne	1	2	3	4	5	6
Kunderne	1	2	3	4	5	6
Medarbejderne	1	2	3	4	5	6
Naturen	1	2	3	4	5	6
Leverandørerne	1	2	3	4	5	6
Samfundet	1	2	3	4	5	6

## 5. Udfordringer og barrierer: Hvad kan hindre eller støtte dit arbejde med samfundsansvar?

### **Hvad forhindrer øget samfundsansvar?**

Hvilke udfordringer eller barrierer forhindrer din virksomhed i at prioritere samfundsansvar.

Metode Likert-skala: Slet ikke, Lidt, Noget, Meget, Rigtigt meget, Ved ikke.

- Manglende viden
- Manglende tid
- Manglende interesse
- Manglende økonomi
- Manglende personale
- Manglende opbakning fra ejerne
- Manglende støtte fra det offentlige
- Manglende opbakning fra medarbejderne
- Manglende mål for og dokumentation af resultater

### **Hvad kunne hjælpe jer med samfundsansvar?**

Nedenstående er oplistet en række muligheder, der kan hjælpe virksomheder med samfundsansvar. Vurder alle på en skala fra 1 til 6 efter, hvor meget det ville hjælpe jer til større samfundsansvar, hvor 1 er ingen hjælp og 6 er afgørende hjælp.

Metode: Vurderingsskala: 1 2 3 4 5 6

- Teoretisk viden om samfundsansvar
- Praktisk viden om samfundsansvar
- Ledelsessparing om samfundsansvar
- Værktøjer til at arbejde med samfundsansvar
- Konkrete eksempler fra andre tilsvarende virksomheder
- Erfarings-grupper om samfundsansvar
- Lokal tilgang til rådgivning
- Kurser om samfundsansvar
- Konferencer om samfundsansvar
- Økonomisk støtte til samfundsansvar
- En konsulent der kunne inspirere og rådgive
- Andet: \_\_\_\_\_

### **Manifest om samfundsansvar**

Spørgeskemaet er næsten færdigt, vi har kun et sidste spørgsmål. KA og KA Pleje har besluttet at udarbejde et fælles SMV-manifest om samfundsansvar, som kan inspirere samt beskrive principperne for samfundsansvar. Hvordan kan et SMV-manifest om samfundsansvar være godt og positivt for din virksomhed?

Metode Likert-skala: Helt uenig, Uenig, Hverken/eller, Enig, Meget enig. Ved ikke.

Styrke virksomhedens image i lokalsamfundet.  
Styrke virksomhedens brand overfor kunder.  
Styrke virksomhedens rekruttering af kvalificerede medarbejdere.  
Fremme stoltheden blandt virksomhedens medarbejdere.  
Inspirere vores virksomhed til et større og bedre samfundsansvar.  
Profilere SMV'er som gode virksomheder.  
Andet: \_\_\_\_\_



# Undersøgelse om SMV'ers samfundsansvar

