



TRANSPARENS I CSR RAPPORTERINGSPRISEN



CBS

COPENHAGEN
BUSINESS SCHOOL

HANDELSHØJSKOLEN

Cathrine Ellekær Trolldtoft

Cand.merc.(kom.)

Erhvervsøkonomi og virksomhedskommunikation

15. marts 2018

141.525 tegn, 62 sider

Vejleder: Peter Neergaard

“Confidence is the
currency of the
market”

MICHAEL MEEHAN, CEO OF GLOBAL REPORTING INITIATIVE

i. Abstract

The thesis is motivated by an example of a Danish company, Mærsk, winning an award (CSR Rapporteringsprisen) for sustainability reporting while shortly after being exposed for unethical behaviour. Furthermore, it is evident that winners announce their award as an award for responsibility. The award is however “only” for the quality of the companies’ reports on responsibility and not its actual actions. The announcement can therefore be misleading for stakeholders.

The purpose of the thesis is to investigate whether CSR Rapporteringsprisen establishes transparency about the winners’ actual efforts within social responsibility. Furthermore it investigates how the organization behind the award (FSR) can modify its criteria in order to ensure transparency and whether it is in fact FSR’s role to ensure transparency.

The methodical approach entails a literature review that provides a theoretical foundation on which the analysis is based. Combined with primary empirical data from an interview with chairman of the CSR committee of FSR, Birgitte Mogensen, and secondary data from international reports on CSR reporting, the thesis proposes areas in which FSR can alter its information disclosure to enhance transparency. The areas include important steps in the organizations process of finding the winners.

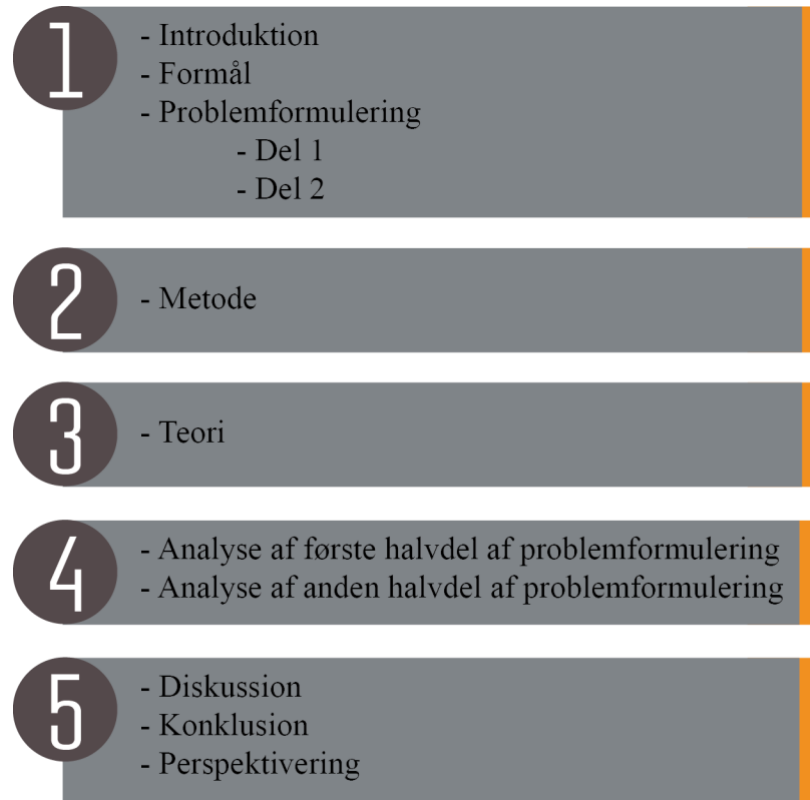
The thesis furthermore investigates the potential of enhanced transparency within four specific areas. The conclusion is, that while transparency is enhanced when companies implement comparable baselines it is not the role of FSR to set those baselines. FSR should rather ensure the existence and quality of the baselines. Furthermore, the conclusion suggest that a third-party assurance enhances transparency. It is however difficult for FSR to include that in its criteria for the award as the organisation is comprised of people selling third-party assurance.

Lastly, a suggestion of including reporting on the UN Sustainable Development Goals (SDGs) as a criterion is investigated. Due to lack of standardization within reporting on the SDGs, the suggestions in rejected until companies’ adoption of the SDGs is on a more mature state.

The thesis also includes an outlook on how FSR might further establish its role as an organisation who seeks to evolve corporate social responsibility.

ii. Læsevejledning

Afhandlingens struktur er som følger:



Figur 1. *Overblik over afhandlingens struktur*

Kapitel 1 indeholder en introduktion af afhandlingens afsæt, formål og problemformulering. Kapitel 2 indeholder metodiske overvejelser samt videnskabsteoretisk udgangspunkt. Kapitel 3 er afhandlingens teoretisk grundlag. Kapitel 4 indeholder analyse med afsæt i problemformulering og kapitel 5 er en diskussion af metode og empiri. Kapitel 5 afslutter også afhandlingen og indeholder derfor en konklusion og perspektivering.

Indholdsfortegnelse

i. Abstract	i
ii. Læsevejledning	ii
1. Indledning.....	2
1.1 Formål og problemfelt	3
1.1.1 Problemformulering	4
1.2 Begrebsdefinition og afgrænsning	5
2. Metode og videnskabsteoretisk udgangspunkt	9
2.1 Undersøgellesdesign	9
3. Teori.....	14
3.1 CSR rapportering i Danmark	14
3.2 Hvorfor overhovedet transparens?.....	14
3.3 Transparens omkring begrebet transparens	15
3.3.1 Opsamling	17
3.4 Tredjepartsvurderinger som sandsigere	18
3.4.1 Opsamling	20
3.5 Sammenlignelighed indenfor CSR-rapportering	20
3.5.1 Sammenligning mellem og i sektorer	22
3.5.2 Opsamling	23
3.6 CSR-rapportens potentiale.....	23
3.6.1 Hess' three pillars	23
3.6.2 Opsamling	26
3.7 Standarder for CSR-rapportering.....	28
3.7.1 Global Reporting Initiative	28
3.7.2 FN's Global Compact	29
3.7.3 ISAE 3000 og AA1000AS.....	30
3.7.4 Opsamling.....	31
4. Analyse.....	33
4.1 Kåring af de bedste CSR-rapporter	33
4.2 Analyse af transparens i udvælgelsesprocessen til CSR Rapporteringsprisen	34
4.3 Delkonklusion.....	38
4.4 Analyse af antagelser	39
4.4.1 Antagelse 1	39
4.4.2 Opsamling.....	43
4.4.3 Antagelse 2	43
4.4.4 Antagelse 3	46
4.4.5 Antagelse 4	50

4.5 Delkonklusion.....	52
5. Diskussion.....	55
6. Konklusion	56
7. Perspektivering	57
8. Litteratur	58
9. Bilag	62

Tabeloversigt

Tabel 1. Overblik over teori. Egen udarbejdelse.	27
Tabel 2. GRI guidelines vedr. indhold og kvalitet i CSR rapporter	28
Tabel 3. Kriterier for CSR Rapporteringsprisen 2017.....	34
Tabel 4. Oversigt over processen frem mod valg af vindere til CSR Rapporteringspris.	35
Tabel 5. Kriterier ved CSR Prisen 2016 og ved CSR rapporteringsprisen 2017.....	41
Tabel 6. Pointtildeling ved screening for adressering af verdensmålene	52

Figuroversigt

Figur 1. Overblik over afhandlingens struktur	ii
Figur 2. FN's verdensmål (UN Icons, 2017).	30

Kapitel



1. Indledning

I Danmark såvel som internationalt har corporate social responsibility (CSR) fået en større rolle i virksomhedernes virke. CSR er virksomheders ansvar for deres indvirkning på samfundet (European Commission, 2018). Samfundsmæssige, og ikke mindst økonomiske, fordele er målet for det arbejde, virksomheden udfører, når særlige CSR-indsatser implementeres. Det kan fx være at reducere ressourceforbrug, få flere minoriteter i arbejde eller udvikle bæredygtige varianter af eksisterende produkter. Medvirkende til det øgede fokus på samfundsansvar er et pres fra magtfulde stakeholders som forbrugere og NGO'er, der kræver mere transparens omkring virksomhedernes strategier, processer og resultater.

“Our stakeholders increasingly look to us for both continuous improvement and transparency in our own sustainability performance”

skriver Rambøll (2016) fx i deres CSR-rapport over 2015. Fra politisk side er der også kommet større fokus på at sikre transparens om hvorvidt virksomhederne er med til at opretholde og forbedre samfunds- og miljømæssige effekter af deres produktion og arbejdsgange. I Danmark er store danske virksomheder underlagt årsregnskabsloven §99a, som bl.a. kræver, at virksomheder skal redegøre for deres politikker for samfundsansvar, hvordan de omsætter deres politikker til handling og for de resultater, de har opnået (Retsinformation, 2015). Redegørelsen bliver ofte offentliggjort i separate CSR-rapporter, hvilket derfor er et af virksomhedernes redskab til at demonstrere ansvarlighed.

Benchmarking af CSR-rapporter

FSR – danske revisorer (FSR) er en dansk organisation for revision, regnskab, skat og virksomhedsøkonomi, som repræsenterer danske revisorer (FSR-danske revisorer, 2017). Hvert år giver FSR danske virksomheder mulighed for at indstille deres CSR-rapport til en pris, der hædrer den bedste CSR-rapport indenfor en række kategorier. Om formålet med prisen siger FSR selv:

”Med CSR Rapporteringsprisen sætter FSR - danske revisorer fokus på god praksis inden for rapportering om CSR i bred forstand. Vi ønsker årligt at hylde danske virksomheder, der udmærker sig med tillidsvækkende rapportering af høj kvalitet, der skaber transparens om virksomhedens samfundsansvar og værdiskabelse, og som kan være til inspiration for andre virksomheder” (FSR, 2017b).

Prisens sigte er altså at udpege rollemodeller inden for CSR-rapportering, som demonstrerer transparens omkring deres samfundsansvar og værdiskabelse.

1.1 Formål og problemfelt

En pris for den bedste CSR-rapport kan være værdifuld ift. at bevise, at man er en ansvarsfuld virksomhed. De seneste par år har vinderne da også brugt deres anerkendelse fra FSR til at testamentere, at deres arbejde med ansvarlighed er i topklasse. Således udtaler en af 2016's vindere, CEO for Mærsk Drilling, Claus V. Hemmingsen:

"Vi glæder os over endnu engang at modtage anerkendelse for vores arbejde med CSR og bæredygtighed i A.P. Møller – Mærsk" (Gade, 2016).

Samme fortælling giver CEO for Danske Spil, H. C. Madsen, som ligeledes vandt i 2016:

"Vi er meget glade og stolte over at modtage denne anerkendelse. Ansvarlighed er en af Danske Spils værdier, og det har derfor igennem de seneste år været vores klare mål som statsejet selskab at sætte nye standarder for CSR i spillebranchen" (FSR, 2016a).

I begge tilfælde bliver prisen bliver altså brugt til at cementere, at virksomheden er blevet anerkendt for at være en ansvarlig virksomhed.

Uoverensstemmelse mellem præmieringsbegrundelse og virkelighed

I virkeligheden er anerkendelsen ikke for deres arbejde med samfundsansvar, men "blot" for deres rapportering. I princippet kan man godt vinde en pris for bedste rapport, selvom man ikke udfører ansvarligt arbejde, så længe redegørelsen opfylder kriterierne. Alligevel fortæller virksomhederne historien om, at det er ansvarligheden frem for kommunikationen, der bliver hædret. Uoverensstemmelsen mellem virksomheden fortælling og det egentlige præmieringsgrundlag kom for alvor til udtryk i en særlig hændelse efter prisuddelingen i 2016, hvor A. P. Møller Mærsk (Mærsk) vandt prisen for bedste CSR-rapport.

Kort efter prisuddelingen i 2016 blev det nemlig offentliggjort, at Mærsk ophugger skibe på strande i Indien og Bangladesh under inhumane arbejdsforhold (Møller & Secher, 2016; Nordahl & Skotte Møller, 2016). Afsløringen af en så åbenlys forseelse harmonerer dårligt med, at virksomheden netop har vundet CSR Prisen og bebudet, at det er en anerkendelse af deres arbejde med CSR.

Et andet eksempel på uoverensstemmelser mellem præmieringsgrundlag og virkelighed er prisen til Danske Spil, som de fik for bedste CSR-rapport i kategorien "virksomheder med under 6000 medarbejdere" i 2016. Deres rapport blev særligt rost for at "give god forståelse for sammenhængen mellem CSR og Danske Spils forretning" (FSR, 2016d). Rapporten bliver af dommerpanelet også rost for at være ærlig omkring dilemmaer i forhold til ludomani (FSR, 2016a). I rapporten opstiller virksomheden selv nogle af deres dilemmaer i forhold til det at være spiludbydere, og hvordan deres ydelse risikerer at drive folk ind i ludomani. Herefter følger en lang præsentation af virksomhedens tiltag for at sikre, at netop det ikke sker (Danske Spil A/S, 2016, s. 20-29). Jeg formoder, at det er denne passage, der er genstand for den ros, som dommerpanelet giver rapporten.

Men denne ”ansvarlighed” kan også anses som værende efterlevelse af den danske lov om spil, som i §1 stk. 2 siger, at *”lovens formål er at beskytte unge eller andre udsatte personer mod at blive udnyttet gennem spil eller udvikle afhængighed af spil”* (Retsinformation, 2016). Det er muligt, at dommerpanelet ikke har været klar over denne formålsparagraf og derfor ikke har medregnet den i deres bedømmelse af rapporten. Der må dog stilles spørgsmålstegn ved, om en virksomhed kan belønnes for at følge loven inden for den branche, som den opererer i. Det svarer til, at en virksomhed skal have en pris for at betale den skat, den skal, eller at der er handicapfaciliteter i virksomhedens bygninger. Det er næppe noget andre virksomheder ville blive præmieret for at skrive om i en ”ansvarlighedsrapport”.

Eksemplerne har lagt grundlaget for den forundring, som denne afhandling er motiveret af. Med udgangspunkt i en undersøgelse af kriterierne til at vinde CSR Prisen, ønsker jeg at undersøge, hvorvidt kriterierne til indholdet i rapporterne, som det ser ud i dag, skaber den gennemsigtighed om deres arbejde med CSR, som virksomhederne fremsætter. Derudover vil jeg undersøge, hvad FSR fremadrettet kan gøre for at bidrage til mere transparent rapportering og mere transparens omkring organisationens prisuddeling. Således er formålet både deskriptivt idet det søger at afdække eksisterende tilstande (Ankersborg & Boolsen, 2007, s. 19) og indeholder samtidig en normativ dimension, der søger at skabe ændringer (Ankersborg & Boolsen, 2007, s. 19). Det leder til følgende problemformulering:

1.1.1 Problemformulering

Hvordan kan FSR sikre transparens i uddelingen af CSR Rapporteringsprisen (del 1), og hvordan kan kravene til at vinde prisen skærpes, så det er den transparente rapportering, der præmieres (del 2)?

Del 2 af problemformulering indeholder fire antagelser:

1. Revideringen af kravene op til prisuddelingen samt navneskiftet for prisuddelingen i 2017 øger transparens.
2. Ved at inkludere kvaliteten og eksistensen af benchmarks i CSR-rapporten, skabes der (mere) transparens.
3. En ekstern revisorerklæring skaber (mere) transparens.
4. Hvis virksomheden rapporterer om deres bidrag til konkrete verdensmål, skabes der (mere) transparens.

1.2 Begrebsdefinition og afgrænsning

Gennem specialet er der en række centrale termer, som går igen, men som ikke defineres gennem teori afsnittet. De væsentligste præsenteres her.

CSR Prisen/CSR Rapporteringsprisen

Undervejs i specialeprocessen skiftede FSR navnet på prisen fra CSR Prisen til CSR Rapporteringsprisen. CSR Prisen referer derfor til prisuddelinger, der fandt sted frem mod 2017, mens CSR Rapporteringsprisen er prisuddelinger fra 2017 og frem.

CSR

Der findes en række forskellige definitioner på CSR. Den Europæiske Union har en officiel definition af CSR, som er blevet modificeret over årene, men siden 2011 har været:

CSR is the responsibility of enterprises for their impacts on society
(European Commission, 2018).

Denne definition rummer både økonomiske, miljømæssige og sociale påvirkninger af samfundet. Denne definition ligger til grunde for brugen af ordet CSR hele vejen gennem denne afhandling. Jeg vil dog understrege, at jeg gennem afhandlingen bruger ordene CSR, samfundsansvar, bæredygtighed og social ansvarlighed synonymt.

CSR-rapportering

For at sikre skabe en fælles forståelsesramme, argumenteres her for, hvad der inkluderes i begrebet ”CSR-rapport”.

Rapportering om virksomhedens sociale ansvar har mange forskellige betegnelser. I ÅRL §99a, som er den danske lovgivning vedrørende ikke-finansiell information, bliver betegnelsen ”redegørelse for samfundsansvar” brugt (Danske love, u.å.). ”Samfundsansvar” dækker i denne sammenhæng over at ”virksomhederne integrerer hensyn til bl.a. menneskerettigheder, sociale forhold, miljø- og klimamæssige forhold og bekæmpelse af korruption i deres forretningsstrategi og forretningsaktiviteter” (FSR, 2015).

Global Reporting Initiative (GRI) er en international organisation, der arbejder med standardisering af CSR-rapportering (GRI, 2018a). De bruger termen ”sustainability reporting” og definerer den disciplin som:

“Sustainability reporting is a process that assists organizations in understanding the links between sustainability related issues and the organization’s plans and strategy, goal setting, performance measurement and managing change towards a sustainable global economy – one that combines profitability with social responsibility and environmental care” (GRI, 2013).

I deres definition hænger rapporteringen øjensynligt sammen med både strategi og handling. Samtidig understreger de, at social ansvarlighed hænger sammen med virksomhedens profitabilitet. GRI bruger ordet "sustainability" (bæredygtighed), hvilket kan henføre til bæredygtighed inden for en lang række af parametre bl.a. økonomi, menneskerettigheder, miljø og diversitet.

KPMG, som er et revisionsfirma, der jævnligt undersøger CSR-rapportering på verdensplan, bruger termen "Corporate Responsibility Reporting" (KPMG, 2017b). Her er det virksomhedens ansvar, der er i fokus og deres definition er dermed lig ÅRL §99a. Et andet internationalt revisionshus, som bl.a. er med som afsender på UN Global Compacts vejledninger, er PwC. De kalder deres services inden for området "Sustainability and climate change" og italesætter dermed en specifik udfordring inden for CSR (PwC, 2018).

Virksomhederne giver også deres CSR-rapporter en lang række af forskellige titler. Mærsk bruger fx betegnelsen "Sustainability Report" (Maersk, 2016, 2017), mens Danske Spil bruger betegnelsen "Ansvarlighedsrapport" (Danske Spil A/S, 2016). Novo Nordisk bruger deres obligatoriske "Communication on Progress" til UN Global Compact som deres årlige ikke-finansielle rapportering, mens Palsgaard kalder den "CSR Report" (Palsgaard, 2017).

I litteraturen bliver mange forskellige betegnelser brugt, fx "social and environmental reporting" (Jones & Solomon, 2010), "corporate social responsibility" (Christensen & Cheney, 2015; Christensen, Morsing, & Thyssen, 2011), "social disclosure" (Sutantoputra, 2009), "corporate responsibility" (Windolph, 2011) eller den helt generelle: "non-financial information" (Accountancy Europe, 2017).

Der er dermed et væld af forskellige betegnelser, omend alle har fokus på, at virksomheden har et ansvar. I denne afhandlings øjemed, bliver en rapport om ikke-finansiell information, der bliver offentliggjort periodevist, betegnet som en CSR-rapport, uanset om den er en del af en integreret årsrapport, er en rapport til UN Global Compact eller er en selvstændig rapport om samfundsansvar.

Baseline

En baseline er et udgangspunkt for sammenligninger. Det vil sige, at det er referencen, hvortil man vejer sit resultat op i mod. En baseline i en CSR-rapport kan fx være et tidspunkt eller en mængde. En baseline er nødvendig for at kunne lave en meningsfuld sammenligning og fx kan det give mening at sætte en ny baseline efter et tiltag er blevet gennemført, fx en lov eller en ny virksomhedspolitik. En baseline kan sættes både af virksomhed og/eller af lovgiver. I afhandlingen diskuteres værdien af baselines i teoriafsnittet og i analysen som et led i at afgøre transparens.

Benchmarking

Et benchmark lægger sig op af betydningen af baseline. Jeg laver distinktionen, fordi litteraturen bruger benchmark omkring klassificering af hele CSR-rapporter, men baselines bruges om specifikke målinger blandt indholdet i en CSR-rapport. I denne afhandling er et benchmark også tildeling af CSR Prisen, for det er en pris, der viser, hvor udgangspunktet for god rapportering skal findes her og nu.

Kapitel 2

2. Metode og videnskabsteoretisk udgangspunkt

Følgende kapitel giver et overblik over de metodiske overvejelser, der er gjort i forbindelse med udarbejdelsen af undersøgelsesdesignet.

2.1 Undersøgelsesdesign

Formålet med den første del af problemformuleringen er at undersøge, hvordan CSR Rapporteringsprisen bidrager til transparens. Det er derfor ikke et forsøg på entydigt at fastslå om CSR Rapporteringsprisen *kan* eller *ikke kan* skabe transparens, men en undersøgelse af *under hvilke omstændigheder* kan CSR Rapporteringsprisen bidrage til transparens.

Før jeg kan lave denne undersøgelse, må jeg fastslå hvad transparens er. Det gøres gennem et litteraturstudie, hvor jeg introducerer en række forskellige forståelser og syn på transparens. Et litteraturstudie giver et udgangspunkt, som analysen kan basere sig på (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2016). Til slut sammenholdes de forskellige syn for at finde overensstemmelser og for at finde en definition på transparens, der kan arbejdes videre med i resten af afhandlingen. Litteraturstudiet åbner op for hvilke parametre, der skal indgå i den empiriske analyse. Helt konkret åbnede litteraturstudiet op for, at jeg besluttede at inddrage et interview som en del af empirien, for at kunne besvare anden del af problemformuleringen, da den tilgængelige empiri ikke giver et dybt nok indblik i casen. Analysen foretages med en induktiv tilgang, hvor udgangspunktet er i empirien (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

Anden del af problemformuleringen lægger op til et formativt evalueringsdesign, hvilket sigter mod at udvikle eksisterende processer (Nielsen, 2007, s. 63). Undersøgelsens design indeholder fire antagelser, der undersøges deduktivt, dvs. hvor der tages udgangspunkt i nogle generelle antagelser, som efterprøves i konkrete situationer (Malhotra m.fl., 2017). For at kunne udvikle eksisterende processer, måtte jeg dog kende de eksisterende processer. En desk research kombineret med et kvalitativt undersøgelsesdesign blev brugt for at få indblik i nuværende processer. En kvalitativ tilgang er hensigtsmæssig i situationer, hvor det handler om at undersøge processer og få et indblik i beslutningerne bag processerne (Nielsen, 2007, s. 92). Det kvalitative undersøgelsesdesign som grundlag for min primære empiri, har givet mig et dybere indblik i, hvordan FSR indsamler, bedømmer og præmierer CSR-rapporter. Et interviewet et dybere indblik i processer (Nielsen, 2007). I dette tilfælde nogle processer, som er beskrevet på FSR hjemmeside. Beslutningen om et interview kom efter konklusionen på første del af undersøgelsen: at en stor del af processerne bag uddelingen af CSR Rapporteringsprisen ikke er offentligt tilgængelige.

Primær empiri

Det kvalitative interview havde, som beskrevet, til formål at give et dybere indblik i processerne frem mod at vælge vinderne af CSR Rapporteringsprisen, for at danne et empirisk grundlag for analysen af anden del af problemformuleringen.

Interviewet havde derudover et mindre empirisk formål om at give et kvalitativt indblik i nogle af de valg, virksomhederne træffer i forbindelse med deres udarbejdelse af CSR-rapporterne.

Interviewet indeholdt derfor spørgsmål, der gik direkte på kvalitativ indsigt i CSR-rapportering, hvor begrundelsen for tilstanden søgtes forklaret. Da interviewpersonen gennemgår mange CSR-rapporter hvert år, samt er beskæftiget med at udvikle kvaliteten af CSR-rapportering, så jeg det relevant at inddrage dette perspektiv i interviewet også.

Videnskabsteoretisk udgangspunkt

Analysen er udført inden for det konstruktivistiske paradigme. Et paradigme er et sæt af grundantagelser, som man som forsker tager med ind i undersøgelsen (Nygaard, 2005). Inden for det konstruktivistiske paradigme erkender man forud for undersøgelsen, at virkeligheden er socialt konstrueret og dermed subjektiv, og at alle har et ontologisk udgangspunkt (Nygaard, 2005). Jeg må derfor forud for undersøgelsen, erkende hvad mit eget ontologiske udgangspunkt er, da jeg har den suveræne indflydelse på udformningen af undersøgelsen. Et ontologisk udgangspunkt er de antagelser, man gør sig om "det værende" (Nygaard, 2005, s. 11). Man må derfor erkende min egen verdensopfattelse forud for undersøgelsen (Nygaard, 2005). I denne afhandling udgør den primære empiri af ét enkelt interview. Det vil sige, at den viden jeg skaber på baggrund af interviewet, er i høj grad afhængig af min ontologi, hvilket fik indflydelse på min forberedelse til interviewet.

Forberedelse til interview

Formålet med interviewet var at opnå viden om udvælgelsesprocessen ved CSR Rapporteringsprisen, samt deres baggrund for fastlæggelse af kriterier og en årsag til deres navneskifte. Derudover ønskede jeg et indblik i FSR's syn på revisorerklæringer i CSR-rapporter samt deres holdning til fremtidig udvikling af CSR-rapportering. Denne erkendelse udgør *tematiseringen* af interviewet, som ifølge Kvale & Brinkmann (2015) er den første fase i en interviewundersøgelse (s. 154).

Interviewperson

Interviewet var med formanden for FSR's CSR-udvalg, Birgitte Mogensen. CSR-udvalget har til formål at udbrede kendskabet til CSR-rapportering, men også at arbejde for at rapporteringen er tillidsvækkende og troværdig (bilag 1, l. 12-14). Birgitte Mogensen er uddannet revisor og har arbejdet med bæredygtighed i mere end 20 år. I sin rolle som formand for CSR-udvalget, er hun med til at udvikle prisen, herunder at sætte kriterierne, udvælge jurymedlemmer og arrangere prisuddelingen. Birgitte Mogensen er blevet udvalgt som interviewperson, da hun har indblik i processer og begrundelser for beslutninger vedrørende CSR Rapporteringsprisen.

Design af interviewundersøgelsen

Interviewet blev foretaget nogle måneder inde i specialeprocessen, hvilket betød, at jeg havde god tid til at forberede interviewet. Da jeg ikke på forhånd kunne vide, hvad interviewet ville bringe af viden, ønskede jeg ikke at anlægge en rigid spørgeramme. Jeg havde behov for at få nogle konkret indsigter i procedurer, men ønskede samtidig også at være åben for at tage interviewet i den retning, som var naturlig for interviewpersonen. Fordelen ved et kvalitativt

interview er åbenheden og fleksibilitet (Kvale & Brinkmann, 2015). Min forventning var, at der undervejs i interviewet ville komme pointer, som jeg ikke var klar over lå i relation til emnet, og interviewet blev derfor planlagt som et semistruktureret interview. Denne metode inkluderer en række prædefinerede spørgsmål (Kvale & Brinkmann, 2015), som jeg til hver en tid kunne bruge som tjekliste til at sikre, at jeg fik stillet alle spørgsmålene. Samtidig var det dog også vigtigt, at spørgsmålene ikke var ladede, således at de risikerede at lægge ord i munden på interviewpersonen. Spørgsmålene startede helt generelt om interviewpersonens rolle i henhold til prisuddelingen og gik derefter specifikt på de antagelser, som jeg har sat op i anden del at undersøgelsen af problemformuleringen. Spørgsmålene indeholdt både åbne faktuelle spørgsmål og holdningsspørgsmål som både omhandler aktuelle, retrospektive og fremtidige tilstande og handlinger.

Transskription

Interviewet udgør en væsentlig del af empirien for denne afhandling. Der er derfor mange henvisninger til udsagn, som kun kan findes i interviewet. Jeg har derfor valgt at transskribere interviewet på baggrund af en lydoptagelse, jeg foretog under interviewet. I en transskriptionsproces vil nogle nuancer gå tabt. Transskription er i sig selv en "*transformation fra én form til en anden*" (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 236), hvilket medfører, at de levende dele fra den sociale interaktion mellem interviewer og subjekt går tabt. Når interviewet er blevet til skrift giver det en dekontekstualiseret gengivelse af interviewet. Her er der mulighed for at inkludere forskellige niveauer af kontekst i transskriptionen. En litterær stil gengiver interviewet på en letlæselig- og forståelig måde, mens en sprognær transskription gengiver pauser, tone og emotionelle aspekter (Kvale & Brinkmann, 2015). Interview-personen er udvalgt på baggrund af hendes faglige kendskab til processen og ikke for at give et subjektivt indblik i emnet. Derfor har jeg ikke inkluderet emotionelle elementer, men forsøgt at gengive pauser og tonen. Mit fokus i transskriptionen var at gengive de vigtigste pointer på den måde, som de blev fremsat. Interviewpersonens måde at svare på var ofte en blanding af et meget direkte svar og en egenhændig kobling til en anden pointe. Der er derfor flere elementer af talesprog i transskriptionen, netop for at gengive interviewets natur.

Sekundær empiri

Analysen er delvist foretaget på baggrund af sekundær kvantitativ empiri, dvs. empiri, jeg ikke selv har skabt. Den sekundære empiri består primært offentligt tilgængelige retningslinjer og rapporter fra hhv. FN (UNGC, 2012), Global Reporting Initiative (GRI, 2013), FSR (FSR, 2017a), World Business Council for Sustainable Development (WBCSD, 2016) og KPMG (KPMG, 2017a, 2017b).

Særligt rapporten "Børsnoterede virksomheders rapportering om samfundsansvar" (FSR, 2017a) giver værdifuld kvantitativ indsigt i danske børsnoterede virksomheders CSR-rapportering. Her har FSR analyseret samtlige rapporter fra virksomheder med over 500 medarbejdere, der har indstillet deres CSR-rapport til CSR Rapporteringsprisen 2017. I analysen indgår 56 virksomheders CSR-rapporter og datamængden alene er for omfattende til,

at jeg selv ville kunne have kortlagt den. Derudover kræver det også en ekspertindsigt i rapportering, regnskabsskik og lovgivning på området for at kunne klassificere dataene meningsfuldt. Derfor bidrager rapporten til at belyse den nuværende rapporteringsstandard i Danmark og belyser, hvor der er plads til forbedring.

For den samme indsigt, bare i en international kontekst, anvender jeg den seneste undersøgelse af KPMG om ”Corporate Reporting” (KPMG, 2017b). KPMG er et internationalt velrenommeret revisionshus, som også har specialiseret sig i assurering af ikke-finansiell information. Deres adgang til data samt ekspertise i at analysere denne data, er med til at give kvantitativ indsigt i CSR-rapportering på et globalt plan.

Det metodiske overblik er nu afsluttet. En diskussion af metode findes i afsnit 5. I det følgende præsenteres det teoretiske grundlag, der benyttes i afhandlingen.

Kapitel

3

3. Teori

Det teoretiske grundlag for afhandlingen indeholder tre hovedemner: den lovmæssige ramme omkring CSR-rapportering i Danmark, teoretisk indblik i hvad transparens er og under hvilke omstændigheder, det kan opstå, samt en præsentation af tredjeparters rolle ift. at skabe transparens omkring virksomheders CSR. Teoriafsnittet indeholder desuden en præsentation af internationale retningslinjer inden for CSR-rapportering og assurance af samme.

3.1 CSR rapportering i Danmark

Under dansk årsregnskabslovgivning (ÅRL) §99a er virksomheder i regnskabsklasse C og D forpligtet til at rapportere om deres samfundsansvar (Retsinformation, 2015). Loven dækker dermed de ca. 1100 største danske virksomheder (Dansk Erhverv, 2015). Lovgivningen blev indført i 2009, men har udviklet sig løbende og er senest blevet revideret i maj 2015 (FSR, 2015) til at indeholde flere minimumskrav og flere elementer. Blandt andet skal redegørelsen nu indeholde en beskrivelse af virksomhedens forretningsmodel, politikker for samfundssansvar herunder miljø, respekt for menneskerettigheder og reduktion af korruption og bestikkelse (ÅRL §99a, stk. 2,2). Derudover er der kommet yderligere fokus på, at virksomheden skal oplyse om procedurer og ledelsessystemer (ÅRL §99a, stk. 2,3) og samtidig forventes virksomheden at forholde sig til risici i relation til virksomhedens forretningsaktiviteter (ÅRL §99a, stk. 2,3). Desuden skal virksomhederne også oplyse om nøglepræsentationer (KPI'er) og vurdere deres indeværende arbejde samt opstille forventninger til fremtidigt arbejde med samfundsansvar (ÅRL §99a, stk. 2, 5-6).

Der er yderligere vedtaget et EU-direktiv, som forpligter virksomhederne til at forholde sig til emnerne: miljø, sociale og medarbejderrelaterede forhold, antikorruption og bestikkelse, virksomhedens forretningsmodel, primære risici, implementerede "due diligence" processer og eventuelle nøglepræstationsindikatorer (Dansk Erhverv, 2015). Mindre virksomheder har naturligvis også mulighed for at rapportere om deres CSR, men er ikke underlagt nogen krav fra lovgivningen.

I det følgende beskrives hvorfor transparens har betydning i CSR-rapportering. Dernæst følger et indblik i de forskellige måder som transparens er præsenteret i litteraturen, samt hvordan transparens er begrænset af forskellige faktorer.

3.2 Hvorfor overhovedet transparens?

Vigtigheden af transparens omkring virksomheders sociale ansvar bliver oftest understreget ved afsløringer af fusk eller uetiske handlinger. NGO'er søger aktivt at afdække hvorvidt virksomhederne rent faktisk lever op til udmeldingerne om deres ansvarlighed, og uoverensstemmelser bliver ofte eksponeret i medierne. Tilbage sidder forargede stakeholders, som føler sig ført bag lyset, og de vender virksomheden i ryggen, hvilket kan have voldsomme økonomiske konsekvenser, både kortsigtet og langsigtet (Bhattacharya & Sen, 2004). Der er også mere generelle tendenser i virksomheders omverden, som gør behovet for transparens

større og større. I dag er der en enorm informationsmængde til rådighed (Christensen & Cheney, 2015), og afsenderen kan være hvem som helst. Så godt som alle har adgang til internettet og kan dermed sprede usand information. Vi har set bevidst misinformation op til store begivenheder som det amerikanske præsidentvalg hvor ”fake news” var en del af både de offensive og defensive strategier ved valgkampen (Ritzau, 2018). Med et enkelt klik kan vi alle være med til at sprede halve eller hele sand- og usandheder både i god og dårlig tro. Det betyder at tilliden til afsenderen bliver vigtigere, og dette gælder også, når det er virksomheder, der er afsendere. Derudover kan alene mængden af information, også selvom den er korrekt, få vigtige budskaber til at drukne i sumpen af (over)information (Christensen & Cheney, 2015). Derfor er det vigtigt at have metoder, som sikrer, at den information man får er korrekt.

Tidligere var den øgede mængde af information set som en styrke for transparensen og selvom dette er en illusion, er transparens blevet en populær mærkesag for flere og flere virksomheder (Drucker & Gumpert, 2007). I dag har en CSR-rapport kun værdi, hvis virksomheden kan blive stillet til ansvar for det, der står i den (Christensen m.fl., 2011). Det kan de kun, hvis stakeholderne har mulighed for at evaluere informationen. For at sikre dette, må virksomhederne skabe transparens omkring deres arbejde, hvilket har resulteret i, at transparens i dag, er en af de vigtigste opgaver i moderne virksomheder (Christensen m.fl., 2011). En opgave hvis succes i høj grad hviler på, hvor godt virksomheden forstår stakeholderne behov for mængden og kvaliteten af kommunikation.

3.3 Transparens omkring begrebet transparens

Fra den fysiske verden kender vi transparens som gennemsigtighed. En kendt illustration af dette er et vindue, hvor man kan se, hvad der er på den anden side. Der er ingen hindring for beskueren for at opfatte, hvad der er bagved eller inde i objektet. Dette 1:1-forhold gør sig dog ikke nødvendigvis gældende, når det kommer til transparens i information. Her gælder det i høj grad, at transparens ikke handler om at være usynlig, men mere om at være *mere synlig* (Christensen & Cheney, 2015).

Transparens kan være tilstede i varierende grad, hvor graden af transparens er afhængig af både afsender og modtager (Christensen & Cheney, 2015; Eisenberg, 1984; Heald, 2006). Transparens er derfor ikke en entydig størrelse, som man automatisk opnår ved at informere (Christensen & Cheney, 2015). For eksempel kan én og samme situation være transparent for én gruppe, men ikke for en anden. På samme måde kan en situation eller information være den nøjagtigt samme, men transparensen opfattes anderledes idet tidspunktet, hvor man får informationen, er skiftet (Heald, 2006).

Rawlins (2008) konkretiserer egenskaberne ved transparens ved at tillægge informationen tre kendetegn: sand, substantiel og brugbar information. I en CSR-rapporteringskontekst skal informationerne være udvalgt af stakeholderne selv, og rapporteringen skal være en objektiv og balanceret rapportering af virksomhedens aktiviteter og politikker, som man kan holde organisationen ansvarlig for (Rawlins, 2008, s. 74). Heald (2006) tilføjer parametrene tid og

retning til denne betragtning. Den første parameter omhandler, hvorvidt transparens er retrospektiv eller real-time, og hvilke konsekvenser, det har for virksomheden og beskueren. Retrospektiv transparens er en opgørelse over aktiviteter i en overstået periode, som bliver evalueret. En årsrapportering er et eksempel på denne type transparens (Heald, 2006). Her har stakeholders ikke mulighed for at vurdere igangværende arbejde, men må ”nøjes” med at evaluere opnåede resultater samt de mål, som virksomheden præsenterer for den kommende periode, forudsat selvfølgelig at informationen er sand, substantiel og brugbar. Denne form for transparens giver virksomheden et råderum til fx at forbedre visse dele af forretningen, inden de igen skal rapportere. Ved real-time transparens findes dette råderum ikke. Her er der mulighed for konstant overvågning og muligheden for at blive holdt ansvarlig for handlinger når som helst. Denne type transparens er ikke sandsynlig i mange virksomheder, hvor der ikke naturligt er mulighed for at stakeholderne fx kan overvære møder eller produktionen. Man møder derfor mere denne form for transparens inden for fx regeringsarbejdet, hvor man kan overvære debatter og samråd, mens de foregår.

Den anden parameter som Heald (2006) præsenterer er *retning*. Den definerer transparens afhængig af hvem afsender og modtager er, det vil sige hvilken vej informationen skal. Heald (2006) betegner transparens mellem virksomhed og eksterne stakeholders som *horisontal transparency* (s. 28) og kan opdeles i yderligere to retninger: *outwards* og *inwards* (s. 28). Heald (2006) sætter virksomheden i centrum og *outward* hentyder derfor til transparens fra virksomheden til dens omverden, hvor virksomheden er i stand til at gennemskue markedet og stakeholders, herunder både konkurrenter, kunder, lovgivere m.fl. Virksomheden er derfor, hvis den evner, i stand til at agere efter de behov og ønsker, som dens omverden fremsætter. *Inwards* er derimod den omvendte situation, hvor markedet og eksterne stakeholders har mulighed for at gennemskue virksomhedens handlinger (Heald, 2006). Det kan fx være ved at læse en CSR-rapport og dermed opnå viden om virksomhedens CSR-engagement.

Hvor informationen kommer fra – dvs. dataenes oprindelse og indsamling, mængden eller timingen er ikke en del af Healds (2006) gennemgang, og med nutidens enorme informationsmængde in mente, er transparens (uanset retning) meget usandsynlig. Heald (2006) tager heller ikke højde for, hvorvidt transparens opstår blot ved at information er tilgængelig eller hvorvidt den er modtagerafhængig. I hans eksempler forudsættes en statisk situation, hvor der er en konstant symmetri mellem afsender og modtager. I virkeligheden er det mere sandsynligt, at symmetrien er periodevis eller måske kun lejlighedsvist tilstede. Symmetrien er sandsynligvis heller aldrig i en skala, hvor virksomheden forstår hele omverden, men måske nærmere opnår transparens med en eller enkelte stakeholders i en begrænset periode. Denne pointe præsenterer Christensen og Cheney (2015). De usandsynliggør horisontal transparens, da præmissen for begge situationer (hhv. *inwards* og *outwards*) er, at man opnår transparens blot ved at lade information være tilgængelig. *Inwards* transparens er dermed ikke noget, der ligger i beskeden eller afsenderen alene, men i høj grad et muligt resultat af en proces, hvor modtageren selv skaber mening. Forfatterne fremsætter derfor, at for at transparens kan opstå, kræver det en lineær proces, hvor afsenderne er villig

til at dele al information, der kræves af modtageren, og at modtageren udgør et tilstrækkeligt informeret publikum, som ovenikøbet kun efterspørger den information, der skal til, så informationen ikke bliver ”forurenset”. Ikke nok med det, så vil det også kræve at modtageren forstår informationen og her er udfordringen, at rigtig meget information kræver ekspertviden for at forstå (Christensen & Cheney, 2015).

Mange stakeholders er derfor afhængige af *intermediaries* (Christensen & Cheney, 2015) – mellemed eller mellemmand, om man vil – til at klassificere og forsimple data og ofte også kategorisere eller bedømme det.

Rawlins (2008) kritiserer denne form for blåstempling, da de ikke måler og evaluerer stakeholderens opfattelse. Det er blot en antagelse, som virksomhederne er gået med på, og han foreslår i stedet, at det netop skal være stakeholderne, der skal evaluere virksomhedens transparens. Rawlins (2008) pointerer derfor også, at det ikke er nok, at man i transparensens navn blot øger mængden af information og derfor fremlægger mere og mere data. Før informationen højner transparens, skal den øge forståelsen.

Drucker & Gumpert (2007) går så langt som at sige, at transparens mellem virksomhed og stakeholder er en illusion, som er blevet fostret i takt med, at mængden af information bare er steget og steget. Selv når virksomheder annoncerer et mål om transparens, så bør det ses som en intention om at fremlægge mest mulig information, men også med et mål om at holde mindst mulig skjult. For det er ikke *intet* skjult. Der vil altid være filtre, som virksomheden pålægger deres information. Det kan være af sikkerhedshensyn eller af frygt for at konkurrenter skal kunne udnytte informationen. Disse filtre er virksomheden nødt til at lægge på, da det ellers kan vanskeliggøre deres mulighed for at drive virksomheden og tjene penge, hvilket må siges at være et af hovedformålene for en virksomhed. Derfor vil der aldrig være total transparens forstået på den måde, at al information er tilgængelig, fordi virksomheden har simpelthen ikke interesse i det.

3.3.1 Opsamling

Transparens kan i sin simpleste form defineres som information, der er sand, substantiel og brugbar (Rawlins, 2008). Men transparent information står aldrig alene. Den er altid i en kontekst, hvor der er en afsender og en modtager (Heald, 2006), og en række elementer fx vidensniveau, som forpurrer den reelle mulighed for transparens (Christensen & Cheney, 2015; Drucker & Gumpert, 2007).

Det betyder dog ikke, at transparens er et ideal, som man ikke skal forsøge at opnå. I det følgende præsenteres hvorledes virksomheder kan jage transparensidealet, som deres stakeholders efterspørger. Som Rawlins (2008) nævner, så skal den transparente informationen være udvalgt af stakeholderne selv, og fremad i afhandlingen arbejder jeg derfor med transparensidealet som værende et ideal om at give stakeholderne den klareste mulige information om det, de nu ønsker at blive informeret om.

Meget information er dog kompleks for en række stakeholders, og virksomheder kan derfor bruge et mellemlid, en tredjepart, til at verificere og klassificere deres informationen. I det følgende vil præsenteres metoder hvorved virksomheder kan øge transparensen. Det gøres ved at se på effekten af brug af mellemlid.

3.4 Tredjepartsvurderinger som sandsigere

I forrige afsnit introducerede jeg Christensen & Cheney (2015), hvor det fremgår, at mellemlid kan være med til at fremme transparensen. Et mellemlid kan fx være finansielle analytikere, NGO'er eller politiske analytikere, som med udtalelser eller mærkater kan forsimple data og information. Vi kender fx det grønne fuldkornsmærke på fødevarer, som fortæller hvorvidt varen leverer den anbefalede andel fuldkorn og svanemærket på miljøvenlige produkter. I årsrapporter findes revisorerklæringen, som erklærer at rapporten er gennemgået af en autoriseret revisor, og at tallene derfor bør være til at stole på.

I litteraturen er det oftest prisuddelinger af slagsen, som honorerer virksomhedernes arbejde med CSR og ikke deres rapportering, der er undersøgt. Det er derfor en benchmarking af deres reelle arbejde og ikke rapportering om samme. Dog er rigtig mange af udfordringerne af samme slags inden for de to typer af evalueringer.

Graafland, Eijffinger, & Smid (2004) diskuterer fordele og ulemper ved at benchmarke CSR. I artiklen er benchmarking af et tredjepartsorgan set som et positivt middel til at opnå transparens. De foreslår den utopiske tilstand, at hvis man kan koge virksomheders CSR ned til et enkelt tal, så vil det højne transparensen af deres indsats i forhold til andres (Graafland, Eijffinger & Smid, 2004). Tredjeparten gør det nemmere for stakeholders at gennemskue virksomhedens CSR-indsats, idet stakeholderen tillægger tredjeparten rollen som "sandsigere" (Graafland m.fl., 2004). Ligeledes gør benchmarking også stakeholderne i stand til at holde virksomhederne op på deres resultater, så de kan holde øje med, om virksomheden forbedrer sig eller står i stampe. Da det er en tredjepart, der står for bedømmelsen, højes troværdigheden, da stakeholderen kan gå ud fra, at tredjeparten ikke har en interesse i at vinkle informationen på nogen måde. Det er dog en forudsætning, at metoden hvorved benchmarket er givet, er blotlagt, så stakeholderne har mulighed for at vurdere den (Graafland m.fl., 2004).

Set fra virksomhedens synspunkt kan benchmarking også være positivt, idet man kan distancere sig fra konkurrenter, hvis man formår at gøre det godt inden for CSR og dermed få et godt benchmark. Alene det, at der er denne godbid, vil være med til at få virksomheden til at *institutionalisere*, dvs. etablere en fast praksis vedrørende dataindsamling af deres CSR-arbejde, hvilket øger muligheden for at sammenligne CSR-arbejde (Graafland m.fl., 2004). En anden fordel ved benchmarking er, at man skaber en systematisk tilgang, der ser på helheden af CSR-arbejdet, og ikke blot enkelte episoder (Graafland m.fl., 2004, s. 137) fx antallet af arbejdsulykker.

Der er dog også nogle ulemper ved at benchmarke. Graafland m.fl. (2004) nævner blandt andre monisme (s.140). Når man måler virksomhedens CSR-arbejde, gør man det under

forudsætning af, at man kan gøre det på én skala, for det er kun én måde at være god på. Dvs. at man evaluerer forskellige tiltag, som alle kan være gode, på én skala, som så kun anerkender én form for god handling eller værdi. Metoden tager heller ikke højde for virksomhedens intentioner, bedømmerens subjektivitet eller den kontekst som handlingerne indgår i (Graafland m.fl., 2004).

Effekten af benchmarks er også diskuteret i Scalet & Kelly (2010), som har noteret sig en stor stigning indenfor bureauer, som gør sig i CSR-rating. De har derfor undersøgt, hvilken indvirkning disse ratings har på virksomhedernes indsats. De ser et problem i, at de mange rating agencies er forskellige i forhold til, hvordan de vægter forskellige indsatser fx hensyn til miljøet ift. behandling af medarbejdere. Den data, som danner basis for ratingerne, er ofte også indsamlet vidt forskelligt, og det er derfor tæt på umuligt at sammenligne ratings. Det forurener den transparens, som stakeholderne skal bruge til at lave deres egen vurdering af virksomhederne, idet en virksomhed i princippet kan få vidt forskellige ratings alt efter hvilket agency, der står bag (Scalet & Kelly, 2010). Det er derfor være nødvendigt for et rating agency, at være meget åben omkring præcis, hvad de honorerer, og hvordan de kommer frem til deres konklusioner og demonstrere det med stor tydelighed for ikke at mislede modtageren (Scalet & Kelly, 2010).

Windolph (2011) gennemgår udfordringer, som forskellige typer af CSR-bedømmelser har, herunder prisuddelinger. Windolph har undersøgt flere forskellige former for evalueringer af CSR og forsøger at belyse, hvilke udfordringer de forskellige metoder har. Et literature review afslører, at der er problemer med mangel på standardisering, mangel på transparens, bias i information, trade-offs, mangel på troværdig information og mangel på uafhængighed mellem virksomheder og rating-organisationer (Windolph, 2011). Ofte er ratingen lavet på baggrund af et spørgeskema, som virksomheden modtager, men Windolph (2011) finder flere eksempler på ting, der kan forurene informationen. Ofte lader virksomhederne uerfarne medarbejdere indgive de oplysninger til ratingen, hvilket ikke giver fyldestgørende informationer (Windolph, 2011, s. 43). En anden udfordring er, at der er lagt begrænsninger på oplysninger pga. konkurrencehensyn, hvor virksomheden ikke ønsker at oplyse den relevante information. Det er også et problem, at metoden, som de forskellige rating agencies bruger, ikke altid er blotlagt, ligesom de heller ikke offentliggør indholdet af deres spørgeskemaer (Windolph, 2011). Derfor kan stakeholders ikke vide, hvordan virksomhedernes handlinger er vægtet, hvilket lægger sig op at Scalet & Kelly's (2010) pointe beskrevet i forrige afsnit. En skam, ifølge Windolph (2011), for ratings kan være med til at højne virksomheders fokus på CSR, og være med til at institutionalisere måden virksomhederne arbejder med informationen på. En anden pointe af Windolph (2011) er også, at rating agencies kan have en kommerciel interesse i virksomhederne. Et rating agency kan fx også tilbyde konsulenttydelser ift., hvordan man kan forbedre ratingen, hvilket strider direkte i mod deres rolle som tredjepart. Rating agencies bør have en uafhængig part med i deres ratings, fx en NGO, som kan være med til at bedømme virksomhederne. Undersøgelser viser nemlig, at NGO'er har mere tillid fra

stakeholders end rating agencies (Windolph, 2011, s. 50).

Escrig-Olmedo, Muñoz-Torres, Fernández-Izquierdo, & Rivera-Lirio (2014) stiller spørgsmålsteget ved metoden, hvorved virksomhedernes ansvarlighed måles i dag. De har ikke fokus på rapporteringen, men selve de handlinger, som virksomhederne udfører, hvilket der også er mange måder at klassificere og måle på. De har dog én pointe, som også gør sig gældende omkring kvalitetsmåling af CSR-rapporter, da det er den samme metode, som der bliver brugt. Metoden er at opstille forskellige kategorier og så score virksomhederne inden for kategorierne for til sidst at summere scorerne. Ved at gøre det på denne måde, så skjules de kategorier, hvor virksomhederne måske scorer lavt (Escrig-Olmedo m.fl., 2014). En virksomhed kan godt få topscore i tre kategorier men en score under middel i en anden og stadig opnå et kvalitetstempel, der signalerer, at det er en rigtig ansvarlig virksomhed. Så på trods af at formålet er at skabe mere transparens ved, at en tredjepart vurderer virksomhedens transparens, så kan det ikke undgås, at man samtidig gemmer noget andet væk. Dette er et eksempel på et scenarie som Christensen & Cheney (2015) også nævner – at transparens åbner op for både åbenhed og blindhed.

3.4.1 Opsamling

Vurderinger fra tredjepartsorganer kan være med til at gøre virksomheders CSR-rapportering mere transparent, da det fordrer sammenlignelighed. Stakeholders har ofte mere tillid til tredjeparter, da de ikke har noget incitament til at vinkle informationen. Der er dog fortsat en række metodiske udfordringer, som forhindrer den intenderede effekt af benchmarkingen. Monisme, ukomplette dataoverdragelser fra virksomheder og udsving i metode er med til at forringe anvendelsen af tredjeparters tilkendegivelser som benchmarks.

3.5 Sammenlignelighed inden for CSR-rapportering

Forskning inden for transparens i CSR-rapportering har bl.a. fokuseret på muligheden for at sammenligne rapporter. Som netop gennemgået, er der en række svagheder ved den nuværende tilgang til at benchmarke virksomheders CSR-indsats og rapportering. I det følgende præsenteres række artikler, som alle har til formål at undersøge, hvordan man kan øge transparens ved at gøre CSR-rapporter mere sammenlignelige. Først præsenteres Frederiksen (2014) og Isaksson & Steimle (2009), som argumenterer for mere sammenlignelighed af virksomhedens egne rapporter men også på tværs af brancher og sektorer. Dernæst følger introduktion af Frederiksen og Nielsen (2015b), som har sammenlignet rapporter med det formål at vurdere, om muligheden for at sammenligne er til stede.

I 2009 blev det for første gang lovpligtigt for store virksomheder at rapportere om deres CSR-aktiviteter. Siden da er der blevet eksperimenteret meget med formatet indenfor CSR-rapportering, hvor ønsket om transparens har været til stede, men måden at opnå det har været forfejlet (Frederiksen, 2014). Ofte har metoden været at fremlægge mere og mere data, men

dette er værdiløst, hvis modtageren ikke er i stand til at dechifrere dataene (Christensen & Cheney, 2015; Frederiksen & Nielsen, 2015a; Windolph, 2011).

Frederiksen (2014) argumenterer for mere sammenlignelighed i CSR-rapporter både inden for de enkelte virksomheders rapporter men også inden for brancher og sektorer. På trods af et stort udbud af rapporteringsstandarder som fx Global Reporting Initiative Reporting Guidelines (GRI) eller UN Global Compact, mener Frederiksen (2014), at mange virksomheder stadig har svært ved at finde et godt rapporteringsformat, hvor der ikke er nogen forvirring omkring hvad og hvordan, der skal rapporteres.

Et andet problem i forhold til at sikre sammenlignelighed er, ifølge Katstrup (2016), at rapporterne mangler baselines. Han advokerer for, at det dog ikke skal være virksomheden, som sætter sine egne baselines. Katstrup (2016) påpeger nemlig, at hvis man lader virksomheden sætte sine egne baseline, så går ”bundlinjen i CSR-regnskaber aldrig i rødt”. Faktisk har den praksis sikret, at der ”i dag ikke findes et CSR-regnskab med røde tal på bundlinjen” (Katstrup, 2016). Det er derfor nødvendigt at sikre, at virksomheder ikke kan vælge at være strategiske omkring deres valg af baseline, for på den måde at sikre, at deres indsatser ser solide ud. For at baselines skal kunne give et sammenligneligt resultat på tværs af virksomheder og deres rapporter, så bør der fastsættes en baseline for dem (Katstrup, 2016).

Konsekvensen af de manglende baselines har også potentielt negative økonomiske følgevirkninger for virksomheder, da det ikke giver investorer en reel mulighed for at skille ”fårene fra bukkene” (Frederiksen, 2014). En virksomhed, der gør et reelt stykke arbejde inden for CSR-området, vil ikke skille sig ud, så længe der er forskellige metoder at måle på. Dermed risikerer man, at virksomheder som benytter sig af greenwashing, hvor man intentionelt giver falsk information, kan køre på frihjul (Windolph, 2011).

Der er også en risiko for, at det er virksomheder, som *ikke gør skade*, der vinder anerkendelse, frem for virksomheder som *laver gode tiltag*. Det vil sige, dem der anerkendes har defensiv strategi, hvor det handler om at overholde retningslinjerne frem for at udvikle og skabe nye standarder på området. Det pointerer Scalet & Kelly (2010). Deres pointe er bygget på observationen om, at det simpelthen er nemmere at sammenligne og honorere defensive tiltag, fordi det rent metodisk nemmere at opføre, at der *ikke* har været nogen overskridelser end at opføre *hvilken* indvirkning, der har været (Scalet & Kelly, 2010).

Frederiksen & Nielsen (2015b) har lavet et empirisk studie af nogle af verdens største virksomheders, såsom Apple, Nestlé og Exxon Mobil, CSR-rapporter. De undersøger ved hjælp af fire hypoteser, hvorvidt stakeholders er i stand til at vurdere virksomheders CSR-indsats ud fra disses CSR-rapporter. Det vil sige, hvorvidt CSR-rapporternes indhold opfattes som en 1:1 fremstilling af virksomhedernes egentlige ansvarlighed. Hypoteserne har særligt fokus på sammenlignelighed og dækker, udover hvorvidt stakeholderne kan evaluere dem, hvorvidt stakeholderne kan sammenligne med tidligere års indsats og resultater, sammenligne med lignende virksomheder i *andre* sektorer og lignende virksomheder i *samme* sektor. I deres analyse finder forfatterne, at der i flere af rapporterne er rigtig gode elementer, som tillader

stakeholders at evaluere CSR-indsatsen ved fx både at præsentere virksomhedens code of conduct (virksomhedens retningslinjer) og deres resultater fra audits af, hvorvidt denne code of conduct bliver overholdt. Oftest er sammenligningen på områder, hvor virksomheden har en total nulpolitik, dvs. de vil overhovedet ikke være del af det, fx børnearbejde eller dødsulykker. Samtidig er stakeholderne i stand til at vurdere, hvorvidt code of conduct er passende ud fra deres egne præferencer. På andre områder, hvor der ikke er den samme klare nulpolitik og dermed en klar baseline, men hvor fokus fx er på at ”minimere” forekomsterne, konkluderer forfatterne, at det forringer stakeholderens mulighed for at evaluere arbejdet:

”For instance, it is unclear how many tons of CO2 or waste it is acceptable for a given company to produce – and companies do not endeavor to put forward any such baselines themselves, leaving the reader in the dark with respect to the relevant baseline we should use when evaluating a negative impact”
(Frederiksen & Nielsen, 2015, s. 217).

Frederiksen & Nielsen (2015b) finder, at alle de rapporter de undersøger, mangler relevante baselines og redegørelser for, hvorfor disse baselines er korrekte (s. 218). Derudover forklarer de, at det er de færreste steder, at der er en relevant baseline sat af andre organisationer, som man som stakeholder kan holde resultaterne op imod. De konkluderer, at det ikke er muligt for stakeholders at evaluere virksomhedens CSR-indsats på de områder, hvor der ikke er en relevant baseline. De giver eksempler på, at der ikke er nogen baseline for udledning af CO₂ hverken nationalt eller internationalt. Det samme gælder for en række andre problematikker som vandforbrug og affaldsgenerering. I stedet for at skabe egne relevante baselines, finder Frederiksen og Nielsen (2015b), at mange virksomheder illustrerer deres indsatser ved case-stories, som fortællinger om enkelte tilfælde. Denne praksis kritiseres i artiklen, fordi en case ikke giver stakeholderne bedre mulighed for at evaluere indsatsen. Hvis en virksomhed kommer med en historie om, at de indsamlede x antal penge ved et velgørenhedsarrangement, så siger det selvfølgelig noget om deres engagement, men det er ikke noget, der kan sammenlignes med andet. Forfatterne trækker en glimrende pendant til den økonomiske rapportering med et eksempel på, at en virksomhed rapporterer, at de har solgt for x antal kroner is i en bestemt by:

“Such a story would indeed say something about the company’s financial activity, but it would hardly count as relevant in the big picture: one could not assess the financial performance of the company based on this single piece of information.”
(Frederiksen & Nielsen, 2015b, s. 220).

3.5.1 Sammenligning mellem og i sektorer

En af Frederiksen & Nielsens (2015) hypoteser er, hvorvidt man kan sammenligne rapporter fra virksomheder i samme sektor. De konkluderer, at så længe der ikke er en relevant baseline, så er det umuligt at sammenligne indenfor eller uden for ens sektor. De efterlyser derfor en konkret baseline, som er sat enten af industrien, nationalt eller internationalt. En relevant

efterlysning, hvis effekt er blevet undersøgt af Isaksson & Steimle (2009), som sammenligner rapporter inden for samme industri, og som alle er skrevet på baggrund af GRI-retningslinjer. Isaksson & Steimle (2009) sammenligner CSR-rapporter fra fem cementvirksomheder. Her finder forskerne, at der ikke er grundlag for, at kunne sammenligne rapporterne på trods af, at de alle er skrevet med samme primære fokus (udledning af CO₂), og at de bruger samme guidelines. I ingen af rapporterne findes en sammenligning med andre virksomheder i industrien og ej heller sammenligning ift. konkrete internationale mål. Derfor kræver det mere end retningslinjer for rapportering, før stakeholderne kan sammenligne virksomheder i og på tværs af sektorer.

3.5.2 Opsamling

Manglende baselines udgør et problem for sammenligneligheden (Kattrup, 2016). I de tilfælde, hvor der er en baseline, er der problemer med virksomhedens redegørelse af, hvorfor denne baseline er relevant (Frederiksen & Nielsen, 2015b). Sammenlignelighed inden for CSR-rapporteringen er til fordel for både stakeholders og virksomhed, da det bidrager til transparens. Rammen for rapportering, selv inden for samme sektor, er i dag dog ikke i stand til at muliggøre sammenlignelighed. Selv hvis virksomheder bruger samme referenceramme i deres rapportering, fx GRI, er de ikke nødvendigvis sammenlignelige (Isaksson & Steimle, 2009).

3.6 CSR-rapportens potentiale

Jeg har præsenteret en række syn på, hvordan transparent CSR-rapportering er udfordret. I det følgende præsenteres David Hess (2008), som introducerer sit syn på, hvordan virksomheder kan sikre mere transparent CSR-rapportering til at sikre bæredygtig økonomisk udvikling.

3.6.1 Hess' three pillars

David Hess (2008) præsenterer "New Governance" som et alternativ til traditionel lovgivning. New Governance er decentraliseret og har fokus på problemløsning med inddragelse af mange stakeholders. Hess (2008) ser målet for CSR-rapportering at være "...improving the social performance of corporations and encouraging corporations to work toward sustainable economic development" (s. 448). Han introducerer tre elementer – de såkaldte pillars (søjler) - der skal til for at sikre, at CSR-rapportering kan være transparent i New Governance-paradigmet. Søjlerne repræsenterer dermed hvad, der skal løfte CSR-rapportering til at være et bærende element i udviklingen af virksomheders CSR. De tre søjler er: disclosure, dialogue og development

"Disclosure" indebærer, at virksomheden fremlægger al relevant information, der har at gøre med virksomhedens sociale og miljømæssige politikker og resultater. Formålet er, at stakeholders i markedet har mulighed for at tilgå informationen, samt at kunne sammenligne andre virksomheders indhold om samme. Derudover er det også en åbning for stakeholders i den politiske arena, for de har mulighed for at vurdere, om informationen er tilstrækkelig, eller om de fra lovgivers side har mulighed for at bidrage til forbedringer fx ved at gøre særligt

indhold obligatorisk. Hess (2008) argumenterer for, at standardisering og obligatorisk indhold kan være med til at sikre, at den information virksomhederne fremlægger er relevant og komplet.

”Dialogue” er den anden søjle og fokuserer på problemløsning ved dialog med stakeholders. Under ”New Governance”-paradigmet er det ikke lovgiverne, som er hovedaktørerne i at skabe rammerne men derimod virksomhederne i samspil med deres stakeholders, som sammen udvikler den norm, som virksomhederne skal leve op til. Formålet er dermed ikke, at stakeholders skal involveres, for at virksomheden kan sikre, at de hver især får deres sag gennemført, men mere at man skaber en fælles forståelse for, hvad der er bedst for alle, både ift. handling nu og her, men også fremtidige mål. På den måde kan virksomheden bedre vurdere hvilket indhold, der er materielt. Hess (2008) foreslår også, at der er fokus på at skabe industri-fora, således at stakeholders i en særlig industri har mulighed for at forme retningslinjer for rapporteringen i specifikke industrier. Denne anbefaling er i tråd med argumentationen af Frederiksen & Nielsen (2015b).

Den tredje søjle er ”development” (udvikling). Her taler Hess (2008) både om udvikling af rapporteringen og de eksterne omstændigheder, men også den interne udvikling i virksomheden, som han referer til som den ”moralske udvikling” (s. 460). I denne udvikling undergår virksomheden en transformation, der medfører, at ansvarligheden gennemsyrr beslutningsprocesserne, og medarbejderen tager ejerskab over den ansvarlige udvikling. Transformationen er i høj grad drevet af CSR-rapporteringen, som indeholder mål for virksomheden, hvilket motiverer nuværende medarbejdere. Ideelt set vil processen med at indsamle information til CSR-rapporten skabe en kultur i virksomheden, så ansvarlighed bliver indlejret på alle medarbejderniveauer. På den måde vil virksomheden være i bedre stand til at besvare pres fra stakeholders (Hess, 2008).

For at undersøge hvorvidt virksomhederne er i stand til at udvikle deres ansvarlighed, analyserer Hess (2008), hvorvidt virksomheder lever op til kravene i hver søjle. I ”disclosure”-søjlen finder han blandt andet, mangelfuld eller falsk information, fx ved at undlade at rapportere om resultater, men blot om politikker og strategier eller helt at undlade vigtige informationer, er en hæmsko for udviklingen. Resultatet er en rapport, hvor informationen er strategisk udvalgt, og derfor ikke giver det fulde billede af virksomhedens CSR-indsats.

Et andet sted, hvor der er ”crumbling pillars” (krakelerende søjler), det vil sige hvor virksomhederne ikke formår at skabe de optimale omstændigheder for udvikling af deres ansvar, er mht. den moralske udvikling. Årsagen kan bl.a. findes i, at rapporteringen om socialt ansvar ikke er en integreret del af virksomheden og den derfor blot bliver en sminke-øvelse i at få virksomheden til at se ordentlig ud. Det skaber både distance til eksterne stakeholders, fordi man ikke formår at inddrage dem, men man får heller ikke interne stakeholders til at overveje virksomhedens ansvarlighed i deres daglige arbejde, og ansvarlighed bliver derfor ikke en faktor i beslutningerne. Det hæmmer udviklingen af virksomhedens arbejde med CSR, og det hæmmer derfor også deres chancer for at imødekomme stakeholders krav (Hess, 2008).

Hess (2008) fremlægger også evidens for, at når virksomheder inddrager stakeholderne i det, der skulle være en dialog, så er det mere et udtryk for, at virksomheden vil forsøge at kontrollere dem fremfor at opnå konsensus med dem. Dialogen bliver derfor faciliteret på en måde, så virksomheden får indsigt i, hvad der er kritiske punkter for stakeholderne med henblik på at bruge det som et værktøj til at mediere risici, fremfor at bruge dialogen til at fremme udvikling. Ideelt skulle disclosure og ”dialogue”-søjlerne arbejde sammen således at den information, der bliver fremlagt, er grundlaget for en debat med stakeholders, hvor udfaldet af denne bliver konkrete forbedringer, som virksomheden skal leve op til.

Forbedring af CSR-rapportering

Hess (2008) kommer med et konkret forslag til, hvordan CSR-rapportering skal forbedres:

“I propose that we need an approach that relies upon disclosure as the foundation of both dialogue and development. That approach is mandatory social reporting with standardizes indicators and third-party assurance”
(s. 467).

Grunden til at denne tilgang vil udvikle CSR-rapporteringen i en positiv retning er ifølge Hess (2008), at det vil øge antallet af rapporter, samt sikre at indholdet af disse alle har nogle fælles parametre, som der rapporteres på. Oftest er det udelukkende de største virksomheder, der rapporterer om deres sociale ansvar og derfor også kun dem, som kan skabe den moralske udvikling i virksomheden, som sikrer et stærkere fokus på ansvarlighed. Ved at få mindre og mere ukendte virksomheder med, mener Hess (2008), at man kan skabe en udvikling i langt flere virksomheder. Man ser denne udvikling i bestemte industrier, hvor initiativer får virksomheder til at rapportere om bestemte indikatorer, fx CO₂-udledning eller kemikalieforbrug, hvilket får dem til at ændre deres adfærd inden for en række parametre. Standardiseret rapportering kan ifølge Hess (2008) også være med til at begrænse virksomhedens mulighed for udelukkede at give positive oplysninger, fordi det ikke længere udelukkende er op til virksomheden at vælge indhold i rapporten.

Indikatorerne, som virksomhederne skal rapportere på, skal være bestemt ud fra læserens præferencer. Her foreslår Hess (2008), at man ikke skal fokusere på at gøre indholdet så letlæseligt som muligt, sådan så enhver kan forstå det, men fokusere på hvad vigtige stakeholders, som investorer og NGO’er, vil vide. Hvis det betyder, at informationen er kompleks, mener Hess (2008), at såkaldte ”intermediaries” (tredjeparter) vil oversætte, således at enhver har mulighed for at forstå virksomhedens rapportering.

Tick the box

Obligatorisk rapportering er bl.a. blevet kritiseret for at skabe en ”tick-the-box”- tilgang, hvor virksomheden blot søger at leve op til obligatoriske krav i stedet for at være innovativ og på den måde udvikle rapporteringen i en positiv retning ((Hess, 2008).

Til den kritik svarer Hess (2008), at den obligatoriske rapportering ikke er statisk, og derfor sagtens kan udvikles løbende i samarbejde med stakeholders. Han holder fast i den brugerorienterede tilgang til rapportering i sin efterfølgende argumentation for, hvorfor obligatorisk rapportering skaber positiv udvikling:

“.. With actual information on a variety of corporations and an ability to benchmark the performance of any corporation against others, stakeholders will be empowered to open up dialogues with more corporations, rather than waiting for corporations to approach them. Third, requiring report indicators to be based on the needs of sophisticated users—rather than be accessible to any member of the general public—helps alleviate the concerns of over-simplification leading to reports that are not of use to anyone. Fourth, mandatory legislation legitimizes the public's right to this information and can provide stakeholders with better standing to demand additional information related to a specific concern that is not otherwise covered by a mandated indicator. This legitimacy granted to social reporting should not prevent, and would likely encourage, experimentation with better social reporting practices.”
(s. 472).

3.6.2 Opsamling

Sammenlignelighed mellem CSR-rapporter kan være med til at øge transparensen for stakeholders (Frederiksen, 2014; Frederiksen & Nielsen, 2015a, 2015b; Isaksson & Steimle, 2009). I dag er det dog i vid udstrækning ikke muligt at sammenligne virksomheders CSR-rapporter, da der ikke er sammenlignelige baselines (Kattrup, 2016). Derudover er meget af indholdet fortsat ikke kvantificerbart, og det giver ikke mening at sammenligne virksomhedernes case-historier (Frederiksen & Nielsen, 2015a). Rapporter, hvis referenceramme er internationale retningslinjer som GRI, er heller ikke nødvendigvis sammenlignelige. Hess (2008) peger på, at der skal anlægges en tilgang til rapportering, hvor det er stakeholderne, der dikterer, hvad der skal rapporteres om. Ligeledes skal der være standarder for, hvordan oplysninger skal præsenteres, og de skal verificeres af en uafhængig tredjepart.

I tabel 1 er et overblik over den gennemgåede teori.

Tabel 1. Overblik over teori. Egen udarbejdelse.

Teoretiker(e)	Fokus	Hovedpointe
(Heald, 2006)	Transparens	Transparens kan forekomme i forskellige retninger.
(Rawlins, 2008)	Transparens	Transparens kræver sand, substantiel og brugbar information.
(Christensen m.fl., 2011)	Transparens	CSR-rapportering er kun relevant, hvis afsenderen kan blive stillet til ansvar for indholdet.
(Christensen & Cheney, 2015)	Transparens	Stakeholders har brug for tredjeparter til at verificere og forsimple kompleks information.
(Drucker & Gumpert, 2007)	Transparens	Der er altid et filter på information.
(Graafland m.fl., 2004)	Benchmarking af CSR	Benchmarking er et værdifuldt redskab for både stakeholder og virksomhed så længe metoden bag er blotlagt.
(Scalet & Kelly, 2010)	Benchmarking af CSR	Metoden bag benchmarkingen skal være blotlagt for stakeholders.
(Windolph, 2011)	Benchmarking af CSR	Benchmarking er med til at institutionalisere arbejdet med CSR. Metoden skal dog blotlægges.
(Escrig-Olmedo m.fl., 2014)	Benchmarking af CSR	Nuværende praksis inden for benchmarking benytter uholdbare metoder, som ikke er transparente.
(Frederiksen, 2014)	CSR-rapportering og transparens	Internationale standarder for rapportering skaber ikke transparens.
(Frederiksen & Nielsen, 2015b)	CSR-rapportering og transparens	Rapportering mangler faste baselines, som skal gøre det nemmere at sammenligne CSR-rapporter.
(Hess, 2008)	CSR-rapportering og transparens	Rapportering skal være lovpligtigt med standardiserede indikatorer udviklet i samarbejde med stakeholders og skal indeholde tredjepartsassurering.

Overblikket over teorien viser adskillige sammenfald af pointer fra forskellige kilder. Det står bl.a. klart, at før benchmarking af CSR har værdi, så skal metoden bag være blotlagt, så stakeholders har mulighed for at se, hvordan de forskellige ratings vægter forskellige kriterier.

3.7 Standarder for CSR-rapportering

I takt med at CSR-rapporteringen er blevet mere og mere udbredt, er der kommet adskillige internationale rapporteringsvejledninger, som virksomheder kan bruge i deres CSR-rapport. I danske rapporter er der en klar favorisering af GRI, FN's Global Compact samt ISAE 3000 og AA1000AS (FSR, 2017a). Jeg introducerer disse standarder i det følgende.

3.7.1 Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative (GRI) er en international organisation, hvis formål det er at hjælpe bl.a. virksomheder med at kommunikere deres indsatser inden for bæredygtighed (GRI, 2018). Organisationen har udviklet GRI Sustainability Reporting Standards, som er en ramme for redegørelse om bæredygtighed (GRI, 2018b). Rammen angiver en struktur for redegørelser inden for økonomi, miljø og sociale forhold, som virksomheder kan bruge i forberedelsen og udarbejdelsen af deres CSR-rapporter. Der er to niveauer af GRI-baseret rapportering: core og comprehensive. Førstnævnte dækker over de væsentligste parametre i redegørelsen af økonomi, miljø, sociale forhold og ledelse, hvor comprehensive er mere omfattende og inkluderer parametre som strategi og analyse, etik og integritet (GRI, 2018b).

GRI fokuserer på at skabe standarder for CSR-rapportering ved at sikre konsistens i rapporteringen. I 2016 udgaven af deres retningslinjer, definerer GRI hvilket indhold, der skal være i rapporten, og hvad der giver indholdet kvalitet, se tabel 2:

Tabel 2. *GRI guidelines vedr. indhold og kvalitet i CSR rapporter (GRI, 2018a).*

Reporting principles for defining report content

Stakeholder inclusiveness	The reporting organization shall identify its stakeholders, and explain how it has responded to their reasonable expectations and interests.
Sustainability context	The report shall present the reporting organization's performance in the wider context of sustainability. The relationship between sustainability and organizational strategy is expected to be made clear in the report, as well as the context in which disclosures are made.
Materiality	The report shall cover topics that: 1) reflect the reporting organization's significant economic, environmental, and social impacts; or 2) substantively influence the assessments and decisions of stakeholders.
Completeness	The report shall include coverage of material topics and their Boundaries, sufficient to reflect significant economic, environmental, and social impacts, and to enable stakeholders to assess the reporting organization's performance in the reporting period.

Reporting principles for defining report quality

Accuracy	The reported information shall be sufficiently accurate and detailed for stakeholders to assess the reporting organization's performance.
Balance	The reported information shall reflect positive and negative aspects of the reporting organization's performance to enable a reasoned assessment of overall performance.
Clarity	The reporting organization shall make information available in a manner that is understandable and accessible to stakeholders using that information.
Comparability	The reporting organization shall select, compile, and report information consistently. The reported information shall be presented in a manner that enables stakeholders to analyze changes in the organization's performance over time, and that could support analysis relative to other organizations.
Reliability	The reporting organization shall gather, record, compile, analyze, and report information and processes used in the preparation of the report in a way that they can be subject to examination, and that establishes the quality and materiality of the information.
Timeliness	The reporting organization shall report on a regular schedule so that information is available in time for stakeholders to make informed decisions.

3.7.2 FN's Global Compact

FN's Global Compact er et frivilligt internationalt initiativ, hvis formål det er at få virksomheders strategi og handlinger til at støtte op om 10 principper om menneskerettigheder, miljø og anti-korruption (UNGC, 2018). De 10 principper er:

1. Virksomheden bør støtte og respektere beskyttelsen af internationalt erklærede menneskerettigheder.
2. Virksomheden bør sikre, at den ikke medvirker til krænkelse af menneskerettighederne.
3. Virksomheden bør opretholde foreningsfriheden og effektivt anerkende retten til kollektiv forhandling.
4. Virksomheden bør støtte udryddelsen af alle former for tvangsarbejde.
5. Virksomheden bør støtte effektiv afskaffelse af børnearbejde.
6. Virksomheden bør afskaffe diskrimination i relation til arbejds- og ansættelsesforhold.
7. Virksomheden bør støtte en forsigtighedstilgang til miljømæssige udfordringer.
8. Virksomheden bør tage initiativ til at fremme større miljømæssig ansvarlighed.
9. Virksomheden bør opfordre til udvikling og spredning af miljøvenlige teknologier.
10. Virksomheden bør modarbejde alle former for korruption, herunder afpresning og bestikkelse.

Global Compact er ikke lovpligtig på nogen måde, ligesom det heller ikke erstatter virksomhedens code of conduct eller monitorerer virksomhedens aktiviteter. Det er dog påkrævet, at medlemsvirksomhederne årligt leverer en offentlig ”Communication on Progress”-rapport (COP), som kortlægger, hvordan det går med at få implementeret principperne i virksomheden. Hvis man ikke leverer en sådan rapport, bliver man markeret som værende ”non-communicating member” på Global Compacts hjemmeside. Hvis man derefter ikke leverer en COP inden for et år, bliver man udvist fra Global Compact. Rapporten har ikke til formål at fungere som en tjekliste for Global Compact men som et middel til internt at motivere både ledere og medarbejdere og til at vise sine eksterne stakeholders, at man er ansvarlig, og dermed er det med til at styrke sit brand og sin legitimitet (UNGC, 2012).

I Danmark er der indtil videre 338 organisationer, som har forpligtet sig til de ti principper, og på verdensplan udgør tilslutningen knap 13.000 virksomheder og NGO’er fordelt på 170 lande. FN’s Global Compact er tæt forbundet med FN’s verdensmål, hvor principperne fra Global Compact skal hjælpe virksomhederne med at sikre, at verdensmålene nås. Verdensmålene indeholder 17 mål:



Figur 2. FN's verdensmål (UN Icons, 2017).

3.7.3 ISAE 3000 og AA1000AS

Disse standarder er assurancestandarder, som kun revisorer kan udstede. The International Standard on Assurance Engagements 3000, ISAE 3000 omfatter de erklæringsopgaver, som ikke har med revision af finansielle tilstande at gøre (IAASB & FSR, 2013) herunder CSR. Fokus er især på, at procedurerne omkring dataindsamling er omfattende, og at revisor er uafhængig. The AccountAbility (AA) er en konsulentvirksomhed, der arbejder med at udvikle virksomheders resultater gennem deres strategiske tilgang til bæredygtighed (AA, 2018). AA har udviklet standarden AA1000AS. Denne standard omhandler primært, hvorvidt CSR-

rapporteringen har fokus på og imødekommer stakeholdernes interesser. Standarden er ledende inden for evaluering af, hvorvidt virksomheder lever op til tænketankes principper (AA, 2018).

3.7.4 Opsamling

Det teoretiske grundlag for analysen er nu præsenteret, og del 2 af afhandlingen er derfor afsluttet. Afhandlingen vil nu fortsætte i del 3, hvor en analyse af problemformuleringens to dele analyseres på baggrund af det empiriske materiale.

Kapitel

4

4. Analyse

Første del af analysen

Del 1 af problemformuleringen lyder:

Hvordan kan FSR sikre transparens i uddelingen af CSR Rapporteringsprisen?

Med det formål at besvare ovenstående, kommer her en introduktion af CSR Rapporteringsprisen, herunder kriterier, metode og bedømmelse. Derefter sammenholdes kriterierne til prisen med de pointer, som er opstillet i teoriafsnittet.

4.1 Kåring af de bedste CSR-rapporter

23 gange (inkl. år 2017) har FSR-danske revisorer (FSR) uddelt CSR Prisen, som går til de bedste danske CSR-rapporter. Revisorforeningen søger at udvikle CSR-rapportering, da det har potentiale til at skabe konkurrencefordele og samtidig være en måde at lave risikostyring (bilag 1, linje 13-15). CSR Prisen er derfor blevet startet for at udpege rollemodeller, som kan inspirere andre virksomheder (bilag 1, linje 18-19).

Alle virksomheder uanset størrelse har mulighed for at indstille deres CSR-rapportering til en pris i en af de tre kategorier:

1. Børsnoteret virksomhed med flere end 500 medarbejdere
2. Virksomhed med flere end 250 medarbejdere
3. Virksomhed med færre end 250 medarbejdere

FSR indhenter selv rapporterne fra børsnoterede virksomheder med flere end 6000 medarbejdere, som er underlagt ÅRL §99a, og underretter dem om, at de er med i selekteringsprocessen til prisen (FSR, 2017f). Som noget nyt i 2017 opfordrede FSR alle virksomheder i de to andre kategorier, som har skrevet under på FN's Global Compact, til at indsende deres rapport ud fra devisen om, at disse virksomheder allerede arbejde med CSR og samtidig udarbejder en rapport til FN. Da denne håndsrækning ikke resulterede i at flere indsendte deres rapporter, bliver denne proces ikke gentaget i fremtidige år (bilag 1, l. 273-284).

År 2017 har budt på en række nye kriterier, som rapporterne er blevet bedømt efter. De præsenteres i tabel 3. Den potentielle indvirkning på transparensen efter revideringen af kriterierne bliver analyseret efterfølgende.

Tabel 3. Kriterier for CSR Rapporteringsprisen 2017 (FSR, 2017b).

Lovkrav vedr. redegørelse for samfundsansvar - efterlevelse af.	Årsregnskabslovens oplysningskrav vedr. § 99a vurderes som en grundlæggende forudsætning for at komme i betragtning til prisen (kun gældende for kategorien børsnoteret virksomhed med +500 medarbejdere).
Den røde tråd	En rød tråd vurderes som væsentlig for at skabe en sammenhængende rapportering, der ikke blot iscenesætter CSR i kontekst af virksomhedens kerneforretning, men også formidler logisk, koncist, forståeligt og balanceret om virksomhedens arbejde med CSR.
Mål og tal	Brug af mål og tal vurderes som afgørende i forhold til at understøtte virksomhedens rapportering om fremdrift og årets resultater.
Tillid og rammer	En klar referenceramme, forståelig afgrænsning og inddragelse af uvildig tredjepart omkring virksomhedens rapportering vurderes som betydningsfuldt i forhold til at skabe tillid til rapporteringen.
Adressering af FN's Verdensmål i rapporteringen	Et fokus på hvordan virksomheden konkret understøtter FN's Verdensmål vurderes som afgørende i forhold til at opnå anerkendelse.

Ud over at inkludere adressering af FN's verdensmål, har FSR's bedømmelse ingen forventninger til, at virksomhederne har adopteret internationalt anerkendte rapporteringsstandarder som fx Global Reporting Initiative eller UN Global Compact. Ud over de tre hovedpriser kan man også modtage en separat anerkendelse for virksomhedernes adressering af FN's verdensmål (FSR, 2017f). Prisuddelingen finder sted på en årlig CSR-konference, Konferencen for Bæredygtig Forretningsudvikling, hvor værterne er Dansk Erhverv, Erhvervsstyrelsen og FSR (FSR, 2017b). Her deltager repræsentanter fra den øverste ledelse i de nominerede virksomheder samt en række andre prominente navne. Kongehuset er fx involveret i uddelingen af prisen, og Kronprinsesse Mary har således uddelt priserne de seneste to år.

Analysen af hvorvidt CSR Rapporteringsprisen bidrager til transparens påbegyndes her. Analysen indeholder en gennemgang af udvælgelsesprocessen samt en evaluering af, hvorvidt delelementerne bidrager til transparens.

4.2 Analyse af transparens i udvælgelsesprocessen til CSR Rapporteringsprisen

Teoriafsnit 3.5 omkring benchmarking af CSR konkluderede samstemmigt, at når man benchmarker CSR, er det vigtigt, at stakeholders har mulighed for at granske metoden, hvorved benchmarket er blevet givet.

Processen med at finde frem til vinderne af CSR Rapporteringsprisen er delvist beskrevet på FSR's hjemmeside. I det følgende identificeres hvilke elementer af processen,

der er synlige, og hvilke der ikke er. De forskellige elementer i processen er inddelt i tabel 4 for at give et overblik. Beskrivelsen er baseret på information fra FSR's hjemmeside samt mit interview med Birgitte Mogensen, som er vedlagt som bilag 1. Tabellen er opdelt i en række kronologiske steps, hvor der inden for det samme step er en yderligere opdeling. Dette er gjort for at kunne skabe en nuance imellem informationerne om de enkelte skridt i processen. Nuancerne bidrager til en dybere analyse, som følger efter tabellen. Her analyseres hvorvidt synliggørelse af usynlige elementer ville bidrage til mere transparens.

Tabel 4. Oversigt over processen frem mod valg af vindere til CSR Rapporteringspris.

Step	Indhold	Kilder
0	FSR's CSR-udvalg vælger dommerpanelet.	Hjemmeside
1a	Virksomheder indsender deres rapport til bedømmelse.	Hjemmeside
1b	FSR indhenter rapporter fra virksomheder, der er underlagt ÅRL §99a og underretter virksomheder om deres deltagelse i vurderingen.	Hjemmeside
2a	Eksternt analysehus screener rapporter ud fra et struktureret skema med hhv. 32 og 20 indikatorer afhængig af kategori.	Hjemmeside
2b	To revisorer fra to forskellige huse (enten EY, PwC, Deloitte og Beierholm) vurderer rapporterne fra den øvre og mellemste kvartil af screeningen ud fra en række kriterier, som FSR har udarbejdet.	Interview/hjemmeside
2c	Hvis en virksomhed allerede er kunde hos et af revisionshusene, bliver deres rapport udelukkende sendt til de andre revisionshuse.	Interview
2d	Revisorerne skal give rapporten en score mellem 1-5 inden for alle kategorierne.	Interview
3a	Revisorerne, der har deltaget i vurderingen, mødes med FSR's CSR-udvalg.	Interview
3b	Til mødet bliver rapporterne gennemgået en efter en og det bliver besluttet, hvilke rapporter dommerpanelet skal modtage.	Interview
4a	Rapporterne bliver overdraget til dommerpanelet, så de individuelt kan gennemgå dem.	Hjemmeside
4b	Dommerpanelet mødes og bliver enige om hvilke virksomheder, der skal nomineres i de forskellige kategorier.	Hjemmeside
4c	Dommerpanelet inviterer nominerede virksomheder til at præsentere deres rapport på 25 min. inkl. spørgsmål fra dommerpanelet.	Hjemmeside/interview

- 4d** Dommerpanelet bliver enige om hvilke virksomheder, Hjemmeside
der skal vinde de forskellige kategorier.
- 5** Vinderne bliver afsløret på Konferencen for Bæredygtig Hjemmeside
Forretningsudvikling.

Det fremgår af kolonnen ”kilder”, at en del af elementerne af processen ikke er beskrevet på prisuddelingens officielle hjemmeside – eller andre offentlige steder for den sags skyld. Indblikket/tilføjelserne i processen er kommet på baggrund af mit interview med formand for CSR-udvalget, Birgitte Mogensen. Processens begyndelse og slutning er begge beskrevet grundigt, men det store arbejde i at bearbejde rapporterne er ikke beskrevet. I det teoretiske materiale (Graafland m.fl., 2004; Scalet & Kelly, 2010; Windolph, 2011) stod det klart, at manglende indblik i proces og metoder er en svaghed, hvis man skal være en tredjepart, der skaber transparens for virksomhedernes stakeholders. I det følgende undersøges de enkelte steps nærmere for at vurdere, hvorvidt det kan øge transparensen at offentliggøre disse.

Step 0-2a

Indholdet af step 0-1b er oplyst på hjemmesiden, hvilket fremmer transparensen. Dog er der mulighed for at øge transparensen ved at være åbne omkring indholdet af screeningen i step 2a.

Step 2a

Eksternt analysehus screener rapporter ud fra et struktureret skema med hhv. 32 og 20 indikatorer afhængig af kategori.

Screeningen er en analyse foretaget af et eksternt analysehus, men grundlaget for analysen er ikke offentlig. Puljen af indsendte rapporter bliver analyseret ud fra en række kriterier, som FSR har udarbejdet (FSR, 2017f). Analysehuset har mulighed for at vurdere hvorvidt rapporten opfylder kravet ved at angive ”ja”, ”nej” eller ”delvist” (bilag 1, l. 152-154), hvilket ikke fremgår af FSR’s metodiske overblik.

Det er problematisk for graden af transparens. Det er kun oplyst, at der er hhv. 32 og 20 indikatorer alt efter, om virksomheden er i kategorien for store eller mindre virksomheder. Disse indikatorer er baggrunden for screeningen, og de kan give stakeholders et indblik i, hvad det er, FSR anser som materielt i en rapportering om samfundsansvar. På baggrund af dette kan stakeholderne så vurdere, om det er et benchmark, der har relevans for dem. Behovet for transparens opstår, fordi der blandt stakeholders kan herske forskellige meninger om, hvad en CSR-rapports kvalitet hviler på. At have adgang til at se bedømmelserne af hvert enkelt kriterie, vil derfor være værdifuldt, så stakeholders har mulighed for at vurdere relevansen af benchmarket. Samtidig vil det også være relevant, hvis FSR fremlagde resultatet af screeningerne offentligt – eller som minimum til virksomhederne selv. Der ligger meget læring for virksomhederne i at se, hvordan deres rapporter er blevet bedømt inden for de forskellige parametre og set i lyset af, at FSR gerne vil udpege rollemodeller og udvikle rapporteringen, så ville det give god mening at fremme transparensen af screeningsprocessen.

Step 2b-d

Step 2b-d er afgørende skridt ift. bedømmelsen af de rapporter, som er med i puljen. Det er kun dele af denne proces, der er offentligt tilgængelige. En del af indblikket er udelukkende skabt på baggrund af mit interview med Birgitte Mogensen. Det kunne derfor være med til at skabe mere transparens, hvis FSR er mere åbne omkring deres proces.

Step 2c

Hvis en virksomhed allerede er kunde hos et af revisionshusene, bliver deres rapport udelukkende sendt til de andre revisionshuse.

Step 2c viser, at FSR er opmærksomme på, at der ikke må være nogen interessekonflikter i udvælgelsen, således at en revisor, der har udført et stykke arbejde for en virksomhed selv er med til at bedømme det arbejde. Det kan også være med til at fjerne en eventuel mistro om, at FSR har en forretningsmæssig interesse i at promovere nogle virksomheder, som bruger revisorer til at assurere deres ikke-finansielle rapporter, som rollemodeller. Denne form for bias er en faldgrube i prisuddelinger ifølge Windolph (2011) og Birgitte Mogensen nævner da også deres dobbeltrolle som brancheforening, hvor de er opmærksomme på ikke at fungere som sælger i deres relation med de deltagende virksomheder (bilag 1, l. 340-343). Hvis FSR meldte ud, at de tog dette forbehold i deres evaluering af rapporterne, ville det reducere eventuelle mistro til FSR's dobbeltrolle og fremme transparensen. I dette tilfælde er det særligt i FSR's interesse at fremhæve deres forbehold.

Step 2d

Revisorerne skal give rapporten en score mellem 1-5 inden for alle kategorierne.

Step 2d fortæller, at revisorerne fra revisionshusene Deloitte, EY, PwC og Beierholm scorer rapporterne inden for de udleverede kriterier fra 1-5. Her læser revisorerne rapporterne igennem, og giver dem en score, inden for en række kriterier, på 1-5. Kriterierne er fremsat af FSR. Denne metode er med til at sikre, at de rapporter, der kommer videre til dommerpanelet, alle sammen overholder en vis rapporteringsstandard. Det er også med til at sikre, at de store virksomheder lever op til prisuddelingens krav om opfyldelse af ÅRL §99a (bilag 1, l. 85). Arbejdsarket, som revisorerne skal bedømme ud fra, er ikke offentligt, men jeg har dog set arket i forbindelse med mit interview med Birgitte Mogensen. I arket er der uddybet til hvert enkelt kriterie, hvad der skal til for at en rapport scorer 1 eller 5. Denne metode har den effekt, at man kan koge rapporten ned til en enkelt score, hvilket er en fordel ifølge Graafland m.fl. (2004), for så kan man blot kaste et blik ned over listen over virksomheder, og se hvem der har den højeste score. Denne praksis kritiseres dog af Escrig-Olmedo m.fl. (2014), da man risikerer at skjule de områder, hvor virksomheden ikke scorer så højt. Det kan fx være, at flere af revisorerne vurderer rapporten lavt i forhold til kategorien "Den røde tråd", men højt i kategorien "Tillid og rammer". Når man så summerer scoren, kan virksomheden samlet set

ligge højt og dermed få en god bedømmelse. Desværre betyder det så, at sandheden om at virksomheden ikke formår at rapportere sammenhængende kan gå tabt, hvilket reducerer transparensen. Denne ulempe forudsætter dog, at der er markante udsving i blandt de bedste rapporter. Hvis det generelt er sådan, at rapporter i den øverste kvartil af screeningen er nogenlunde ens ift. kvalitet, så er risikoen for at skjule noget ikke så markant. I interviewet bekræfter Birgitte Mogensen, at i den sidste del af udvælgelsen, hvor rapporterne er nået til dommerpanelet, gør denne tilstand sig gældende (bilag 1, l. 270). For at opretholde/skabe transparens er det derfor stadig relevant at fremlægge scorerne, da det jo kan tænkes, at tilstanden ændrer sig fra år til år.

Step 3a-b

Step 3a-b

Revisorerne, der har deltaget i vurderingen, mødes med FSR's CSR-udvalg. Til mødet bliver rapporter gennemgået en efter en og det bliver besluttet, hvilke rapporter dommerpanelet skal modtage.

Den følgende del af processen, step 3a-b, indeholder processen fra revisorernes gennemgang og til overdragelsen af rapporterne til dommerpanelet. Denne del af processen er ikke beskrevet offentligt af FSR. Her mødes revisorerne fra revisionshusene med CSR-udvalget fra FSR og gennemgår rapporterne og deres score én for én. Årsagen til dette møde, fremfor blot at sende rapporterne med den højeste score videre til dommerpanelet, er, at der er flere af elementerne i rapporter som ud fra et revisionsteknisk synspunkt er et spørgsmål om fortolkning (bilag 1, l. 176-179). Hvis der er nogen store udsving i scoren på individuelle rapporter, diskuteres baggrunden herfor med det formål at opnå konsensus omkring, hvorvidt rapporten skal videre med i processen. Derfor er mødets formål at lave en kalibrering af holdningen til rapporterne (bilag 1, l. 179-180). CSR-udvalget har rolle som facilitator, men det er revisorerne fra de fire revisionshuse, der skal blive enige.

Følges argumentationen fra det teoretiske afsnit (jf. afsnit 3.3), så vil det øge transparensen, hvis FSR offentliggjorde denne del af processen. Dog skal der være en begrundelse for, hvilken ekstra værdi netop denne arbejdsgang tilfører. Ellers er det bare mere information, hvilket i sig selv ikke nødvendigvis skaber mere transparens ifølge Christensen & Cheney, (2015). Værdien kunne fx være, at stakeholders bliver klar over, at FSR overser processen, og at der er taget højde for fortolkningselementet i bedømmelsen.

Step 4a-5

Denne del af processen er offentliggjort på FSR's hjemmeside, hvilket bidrager til transparens.

4.3 Delkonklusion

Processen med at finde frem til, hvilke rapporter der skal præmieres, indeholder mange trin. Alligevel er det kun de indledende og afsluttende trin, der er beskrevet offentligt af FSR. Det er med til at hæmme foreningens virke som en tredjepart, der fremmer transparens. Da det er beskrivelser af afgørende steps i vurderingen af virksomheders CSR-indsats, der ikke er

offentlige, kan FSR skabe større transparens for stakeholders – både egne og deltagende virksomheders – ved at inddrage beskrivelsen af deres proces på deres hjemmeside, så den er tilgængelig for alle. Gennem analysen er det anbefalet, at FSR offentliggør flere dele af deres proces. Særligt kriterierne som screeningen er baseret på udgør et væsentligt ”hul” i informationen, da det er hhv. 32 og 20 indikatorer, som er ukendte. Det er dog vigtigt at huske, hvad der i det teoretisk afsnit blev pointeret af flere, at transparens ikke nødvendigvis opstår bare fordi, der kommer mere information. FSR må derfor kvalificere deres information efter stakeholderernes behov fx ved at begrunde, hvorfor processen er som den er.

Anden del af analysen

Problemformuleringen, som analysen søger at besvare, er som sagt todelt. Anden del af problemformuleringen lyder:

Hvordan kan kravene [til CSR Rapporteringsprisen] skærpes, så det er den transparente indsats, der præmieres?

Dette spørgsmål udspringer direkte af, at der efter prisuddelingen 2016 var virksomheder, som benyttede prisen til at erklære sig ansvarlige, frem for at fremhæve prisen som en anerkendelse om deres kompetence i at *berette* om deres ansvar på en måde, der overholder god rapporteringsskik og skaber transparens.

Med udgangspunkt i analysen af kravene fra prisuddelingen i 2017, vil jeg derfor undersøge udvikling følgende antagelser:

1. Revideringen af kravene op til prisuddelingen i 2017 samt navneskiftet for prisuddelingen fremmer transparens.
2. Ved at inkludere kvaliteten og eksistensen af benchmarks i CSR-rapporten, skabes der (mere) transparens.
3. Hvis FSR kræver en ekstern revisorerklæring, skabes der (mere) transparens.
4. Hvis virksomheden rapporterer om deres bidrag til konkrete verdensmål, skabes der (mere) transparens.

4.4 Analyse af antagelser

Analysen af antagelsernes potentiale for at skabe mere transparens, følger her.

4.4.1 Antagelse 1

Revideringen af kravene op til prisuddelingen samt navneskiftet for prisuddelingen i 2017 øger transparens.

Forud for prisuddelingen i år 2017 har FSR lavet en række ændringer. For det første har de ændret navnet på prisen fra CSR Prisen til CSR Rapporteringsprisen. Navneskiftet har den

umiddelbare effekt, at der er større klarhed omkring, hvad prisen honorerer. Det tidligere navn, CSR Prisen, kunne henvise til en række aktiviteter, som ikke nødvendigvis har noget med selve CSR-rapporteringen at gøre, og navnet kunne derfor være misledende. Fx var Børsens overskrift i 2016, at ”Mærsk vinder CSR-hæderspris for fjerde gang” (Falck Winther, 2016), og selvom det er korrekt, så vil en læser, der blot bemærker overskriften, nemt kunne forstå det som om, at det var deres arbejde med socialt ansvar, der var præmieret og ikke ”blot” rapporteringen herom. Med det nye navn er det fra start udtrykt meget klart, at det handler om rapporteringen. Om navneskiftet fortæller Birgitte Mogensen, at skiftet skyldes et ønske om at gøre navnet mere eksakt (bilag 1, l. 52). Formatet på rapporteringen kan være forskellig, da brugerne også søger information om virksomhedernes CSR på mange forskellige platforme (bilag 1, l. 53-60). Afgørende er dernæst, om vinderne italesætter deres præmiering anderledes efter navneskiftet. I år 2017, hvor navnet på prisen var blevet ændret, udtalte en af vinderne, Novo Nordisk, bl.a. følgende om deres pris:

”Nu skal vi jo glæde os over den pris, vi har fået, og vi skal fejre det resultat og den anerkendelse det er, at vi har vundet prisen og kan få anerkendt det grundlæggende forretningsprincip, at vi lever op til vores ansvar om godt samfundsansvar”

Lars Green, Koncerndirektør (FSR, 2017h).

Udsagnet går ikke på, at det specifikt er rapporteringen, der er blevet hædret, hvilket tyder på, at navneskiftet i sig ikke har resulteret i, at virksomhederne er transparente omkring deres hæder. Fra samme organisation udtalte CEO for Novo Nordisk, Lars Fruergaard Jørgensen, dog:

”Vi er taknemmelige for prisen, som er en vigtig anerkendelse af vores arbejde. Vi gør os umage for at give rapportlæsere det bedst mulige grundlag for at vurdere virksomhedens resultater og gøre det på en måde, der er konsistent, klart og kort”

(FSR, 2017g).

Her er det tydeligt, at vinderen er opmærksom på, at præmieringen er på baggrund af deres rapportering om samfundsansvar og ikke deres konkrete handlinger inden for samme. Denne udtalelse er i kontrast til tidligere års vindere, hvor det har været selve samfundsansvaret, der har været omtalt (jf. afsnit 1). Det tyder dermed på, at navneskiftet har gjort en positiv forskel for, hvordan vinderne omtaler hæderen, hvilket øger transparensen. Dog er der stadig misledende udtalelser. Der har dog endnu kun været en prisuddeling, mens det nye navn har været implementeret, og der er derfor potentiale for, at prisvindere fremover vil omtale deres hæder på en mere retvisende måde. Navneskiftet har dermed højnet transparensen omkring prisen.

Ud over navneskiftet har FSR også revideret kriterierne, der skal opfyldes for at vinde prisen i hver af kategorierne. Frem til uddelingen i 2017, har der været tre hovedkriterier med en række tilhørende uddybninger. Se tabel 5 for overblik over kriterierne:

Tabel 5. Kriterier ved CSR Prisen 2016 og ved CSR rapporteringsprisen 2017 (FSR, 2016b, 2017b).

Kriterier for CSR Prisen 2016	Kriterier for CSR Rapporteringsprisen 2017
Relevans	Lovkrav vedr. redegørelse for samfundsansvar
Klarhed	Den røde tråd
Troværdighed	Mål og tal
	Tillid og rammer
	Adressering af FN's Verdensmål i rapporteringen

Det første hovedkriterie er et nyt og meget konkret krav, idet det vedrører opfyldelse af lovkravet fra ÅRL §99, som er den paragraf, der forpligtiger virksomheder af en vis størrelse at rapportere om deres sociale ansvar. Det kan undre, at det ikke har været et krav tidligere, idet det er et af de eneste konkrete krav til CSR-rapportering i Danmark, og det derfor ville være oplagt at undersøge, hvorvidt virksomhederne lever op til det. At kravet ikke har været inkluderet tidligere kan skyldes, at dommerpanelets medlemmer er ikke revisorer, og er derfor ikke nødvendigvis vant til at vurdere hvorvidt virksomhedsrapporter lever op til lovkravene herom. Birgitte Mogensen forklarer i interviewet, at i og med at ÅRL §99a er blevet skærpet i år 2017, så der nu er mere, som de rapporteringspligtige virksomheder skal inkludere i deres rapport, så var det oplagt at inkludere kravet i prisuddelingens nye krav (bilag 1, l. 85-95). Hun uddyber også, at det også blev tjekket før, men at det bare ikke var et eksplicit krav (bilag 1, l. 87). At det nu fremgår som et tydeligt krav, øger transparensen.

Det næste hovedkriterie er ”Den røde tråd”, hvor man skal have skabt en

”... sammenhængende rapportering, der ikke blot iscenesætter CSR i kontekst af virksomhedens kerneforretning, men også formidler logisk, koncist, forståeligt og balanceret om virksomhedens arbejde med CSR”
(FSR, 2017b).

Kravene til formidlingen er ikke væsentligt ændret fra tidligere års krav, hvor ordvalget om kravene til formidlingen går igen i kategorierne ”klarhed” og ”troværdighed” (se bilag 2). Revideringen af kravene har derfor ikke ændret noget i denne kategori og dermed heller ikke hverken skærpet eller hæmmet sikringen af transparensen, da det ikke er klart for stakeholders, at vindernes rapporter er blevet tjekket for overensstemmelse med lovgivning.

”Mål og tal”-kriteriet er begrundet med følgende: *”brug af mål og tal vurderes som afgørende i forhold til at understøtte virksomhedens rapportering om fremdrift og årets resultater”* (FSR, 2017b). Også dette er en genganger fra tidligere års formuleringer (se bilag 2) og revideringen har dermed heller ikke hverken skærpet eller hæmmet sikringen af transparensen. Kravet

skiller sig ikke ud fra ÅRL §99a's krav om anvendelse af nøgletalspræstationer og understreger dermed bare et allerede eksisterende krav. Det kan dog være med til at motivere mindre virksomheder, der ikke er underlagt ÅRL §99a, at inddrage nøgletal og KPI'er i deres rapportering.

FSR har fjernet deres eksplicite efterspørgsel om sammenlignelighed i de nye kriterier. Tidligere var sammenlignelighed specifikt efterspurgt under kriteriet "klarhed" (se bilag 1). Dette kan være en hæmsko for transparensen, da sammenlignelighed er en transparensfremmende faktor for både virksomhed og stakeholders. Kravet om sammenlignelighed indgår muligvis et sted i den ukendte del af processen, fx i screeningen eller i vurderingen fra revisorerne.

Det fjerde hovedkriterie har navnet "Tillid & rammer" og indeholder, at der i rapporteringen er:

"... en klar referenceramme, forståelig afgrænsning og inddragelse af uvildig tredjepart omkring virksomhedens rapportering vurderes som betydningsfuldt i forhold til at skabe tillid til rapporteringen"
(FSR, 2017b).

Afgræsning kan forstås som om, at virksomheden skal tage stilling til, hvor langt deres ansvar går. Fx om de er ansvarlige for underleverandørers medarbejdere, materiel de har afsat, ikke-intenderet brug af varer osv. Samtidig kan det også henvise til årstal eller geografisk afgrænsning eller oplysning om til-/fravalg af informationer i rapporten. Der er derfor mange måder at fortolke ordet på, hvilket ikke bidrager til klarheden om, hvad en rapport skal leve op til for at få høj score i denne kategori. Dette mindsker transparensen.

Til et spørgsmål om, hvad begreberne dækker over, svarer Birgitte Mogensen, at referenceramme både kan betyde, hvorvidt virksomheden bruger en rapporteringsstandard, men også hvad de internt har tænkt ift. hvad læseren har brug for at vide (bilag 1, l. 383-396). Denne uddybning konkretiserer ikke kravet synderligt, og kriteriet lægger derfor op til, at opfattelsen af transparens vil være afhængig af læseren. I de tidligere krav var det tydeligt hvilke elementer, der indgår i afgrænsningen, fx hvilke enheder af virksomheden, som rapporten dækker over, data m.v. (bilag 2). Derfor kan det argumenteres, at transparensen bliver hæmmet med det nye og vagere krav.

Det sidste kriterie er først kommet til ifm. prisuddelingen i 2017 og omhandler virksomhedens understøttelse af FN's verdensmål. Under dette kriterie er der ikke noget krav om, hvordan dokumentationen skal forelægges. Virksomheden kan derfor selv vælge det format, der skal bevise deres bidrag til FN's verdensmål, hvilket gør det svært at sammenligne rapporterne. Der er heller ikke specificeret hvorvidt bedømmelsen hviler på fx antallet eller relevansen af verdensmålene, der bliver adresseret i rapporten eller hvorvidt det er kvaliteten af dokumentationen, der bliver vægtet. Det skaber ikke bedre vilkår for sammenligning og er

dermed ikke med til at fremme transparensen. En yderligere analyse af verdensmålenes potentiale som referenceramme følger i afsnit 4.4.5.

4.4.2 Opsamling

Dele af indholdet i de nye krav, er det samme som tidligere, hvilket hverken forringer eller øger transparensen. Andre dele af indholdet påvirker graden af transparens positivt. Navneskiftet har resulteret i, at det nu er klarere, hvad prisen konkret hædrer. Der er dog stadig eksempler på, at vinderne bruger prisen til at hædre deres ansvarlighed frem for rapportering om samme. Ved 2017-uddelingen var der dog i modsætning til 2016-uddelingen et eksempel på, at en repræsentant fra en af vinderne fremhæver prisen som en præmiering af deres rapportering fremfor at virksomhedens sociale ansvar. Dette er en indikation på, at navneændringen nu og fremadrettet kan øge transparensen omkring hvad prisen honorerer.

Det nye lovkrav om efterlevelse af ÅRL §99a, øger ligeledes transparensen, da det nu er tydeligt, at prisen kun tildeles virksomheder, er lever op til lovkravet. FSR har ikke beholdt deres eksplicitte forespørgsel om sammenlignelighed, hvilket kan være med til at forringe transparensen. Der er også uklarhed om, hvad ord som ”referenceramme” og ”afgrænsning” dækker over, hvilket med fordel kunne specificeres. Derudover er det nye krav om adressering af verdensmålene er uklart ift. vurdering af både kvalitet og kvantitet.

4.4.3 Antagelse 2

Ved at inkludere kvaliteten og eksistensen af baselines i kravene til CSR-rapporteringen, skabes (mere) transparens.

I kriterierne til CSR Rapporteringsprisen er ”mål og tal” kriteriet, hvor dommerpanelet skal lægge vægt på, hvordan virksomheden bruger mål og tal til at understøtte virksomheden fremdrift. I det følgende antages, at man i det kriterie inkluderer et eksplicit ønske om at virksomheden benytter sig af baselines inden for deres forskellige målinger. Ifølge både Frederiksen (2014), Kattrup (2015) og Hess (2008) vil det højne kvaliteten af rapporteringen, da det skaber grundlag for at sammenligne virksomheder. Birgitte Mogensen er enig i vigtigheden af at kunne sammenligne rapporter (bilag 1, l. 448-453).

Implementeringen af sådanne baselines kan dog udfordres. I det følgende opstilles derfor nogle barrierer ved at indføre baselines på baggrund af et tænkt eksempel om en virksomhed, der udleder et kemikalie gennem deres produktion.

Udfordringer ved baselines – et tænkt eksempel

Hvis en baseline skal give mening, så kræver det, at der kontinuerligt rapporteres om samme faktorer, og at dataene er indsamlet på samme måde. Spørgsmålet er så, hvad det er, der skal lægges vægt på i en måling og dertilhørende baseline.

Lad os tage et tænkt eksempel, hvor en virksomhed over en årrække rapporterer på deres udledning af et miljøskadende kemikalie. Her er der flere måder at måle deres ansvarlighed. Det kan fx gøres op i hvor stor en procentdel af kemikaliet, der bruges pr. produktion af et eller flere bestemte emner. Det kan også gøres op i, hvor meget der bruges ift. anbefalede mængder, eller hvor meget der bruges ift. andre virksomheder, som bruger samme kemikalie. En helt tredje måde at måle deres forbrug på er, hvor meget de reducerer det løbende. Der findes utvivlsomt flere måder, og man kunne også vælge at gøre det op på alle måderne.

En oplagt metode er at måle det relativt til en given faktor, fx hvor meget der bliver brugt pr. produktion af et emne. På den måde kan man nemmere sammenligne med andre virksomheder og vurdere år for år, om virksomheden formår at nedsætte deres forbrug af kemikaliet, mens man tager højde for en eventuel udvidelse eller nedsættelse af produktionen af emnet. Så er spørgsmålet, om denne måling er med til at skabe transparens omkring virksomhedens ansvarlighed?

Lad os sige, at der i rapporten er opgjort, hvor meget de har reduceret kemikaliet, og hvorledes de vil reducere det yderligere. Dataene viser en halvering i forbruget i forhold til sidste år. Rapporten indeholder også en 5-årsplan, der viser, hvordan virksomheden vil sikre en yderligere halvering. Der er også et afsnit om, hvordan virksomheden lever op til EU's lovgivning omkring lige netop det kemikalie, og at virksomheden holder sig inden for lovgivningen. Hvis man vurderer disse oplysninger ud fra et objektive perspektiv, så lyder det umiddelbart som et godt resultat, der direkte sammenligneligt med sidste års forbrug er væsentligt bedre, da der er sket en halvering i udledningen. Vi kan se den specifikke mængde, der er brugt, og det står sort på hvidt, hvordan produktionen ændres de kommende år. Hvis vi skal følge argumentationen fra Frederiksen (2014) og Katstrup (2015), så er det en god rapportering, hvor der er en baseline, som vi kan holde virksomhedens resultater op mod. Det er dermed en rapport med en høj grad af transparens set fra deres synspunkt.

Hvis vi så anvender Christensens m.fl. (2011) tankegang om, at transparens er afhængig af modtageres fortolkning, så kan virksomhedens rapport pludselig fremstå knap så transparent. I det følgende udvider jeg eksemplet for at illustrere hvorfor:

Lad os sige, at virksomheden har en magtfuld stakeholder i en miljøorganisation, som er imod brugen af kemikaliet. Det er absolut ikke et utænkeligt scenarie. De er også interesserede i at vide, hvad virksomheden har erstattet kemikaliet med, så det ikke blot er skiftet ud med andet ikke-bæredygtigt alternativ. Derudover er de også interesserede i et benchmark over forbruget, så de kan se, hvordan virksomheden ligger ift. internationale begrænsninger og anbefalinger. Her formår rapporten ikke at skabe transparens for alle stakeholders, da det ikke er muligt for NGO'en at få et indblik i den nye produktionsmetode og derfor ikke kan vurdere, om det er en mere bæredygtig produktion efter udfasningen af kemikaliet.

Dernæst kommer betragtningen af hvilken baseline, der skal bruges til benchmarkingen. Her argumenterer Katstrup (2015) for, at det er vigtigt, at virksomheden ikke selv kan bestemme, da det da er muligt at manipulere med billedet på en måde, hvor virksomheden ansvarlige regnskab "aldrig viser rødt". Derfor skal der være en standard for,

hvornår virksomheden sammenligner med sig selv fx 5 år tilbage. Her kan der opstå nogle uheldige situationer, som utilsigtet og ufortjent sætter virksomheden i et dårligt lys. Hvis vi går tilbage til produktionsvirksomheden med kemikaliet, som nu skal måle sit forbrug 5 år tilbage. I år 1, 2 og 3 reducerer de årligt deres forbrug. I år 4 stiger deres forbrug dog, da de opkøber en konkurrent, som ikke har haft samme fokus på at formindske brugen af kemikaliet. Derfor ser virksomheden i år 4 rigtig skidt ud, på trods af, at de vil omlægge produktionen i den nyindkøbte produktionsfacilitet til at udlede mindre af kemikaliet. Dette vil dog første vise sig i år 7, og derfor er der en periode på 3 år, hvor virksomheden ser rigtig skidt ud på trods af, at det totale forbrug af kemikaliet havde været større, hvis ikke de havde opkøbt konkurrenten. Denne nuance risikerer at gå tabt, hvis man som stakeholder blot går ind og sammenligner virksomheders grafer over forbrug, men ikke har det langsigtede fokus med.

Derudover kommer spørgsmålet om, hvordan målingerne er foretaget. Hvis der skal være grundlag for sammenligning, så skal metoden hvorpå dataene er opgjort være ens. Et stort ubesvaret spørgsmål er fortsat, hvem det er, der skal sætte de standarder, som virksomhederne skal navigere efter. I dag er der en række frivillige initiativer, som virksomheder kan tilslutte sig fx Carbon Disclosure Project (CDP Worldwide, 2017), hvor virksomheders CO₂-udledning bliver opgjort på samme måde blandt alle medlemsvirksomhederne.

Det er tydeligt, at sammenlignelighed mellem virksomheders mål og tal indebærer en række dilemmaer. Om FSR's rolle fortæller Birgitte Mogensen, at de ikke favoriserer nogen standarder, så længe det er klart og tydeligt, hvilken standard eller referenceramme, der er anlagt (bilag 1, l. 398-404). Hun gør det også klart, at det ikke er muligt at måle reel ansvarlighed (bilag 1, l. 461-464) og understreger dermed endnu engang, at FSR's rolle er at udpege god rapporteringsskik frem for gode resultater. FSR's rolle i den sag, er som en forening, der repræsenterer revisorer, og dermed rapporteringsskik frem for rapporteringsindhold. Det er dermed ikke FSR's rolle at vurdere *hvilke* standarder, virksomheder skal holde deres resultater op i mod. Det er nærmere FSR's rolle at vurdere *om* virksomhederne er opmærksomme på at lave konkrete opgørelser om fx deres kemikalieudledninger. Denne specificering af FSR's rolle er central at gøre stakeholderne opmærksom på, hvis graden af transparens skal øges. Hvis vi forlader eksemplet et øjeblik, og i stedet ser på et lignende paradoks fra den virkelige verden, bliver det klart hvorfor. Mærsk gør opmærksom på deres brug af "facilitation payments" i deres CSR-rapport (A.P. Møller Mærsk, 2017), hvilket reelt er bestikkelse af lokale havnemyndigheder i nogle af de lande, hvor de skal lægge til kaj. I disse områder er det kutyme, at de myndigheder, der går ombord på skibene, når de ankommer, forlanger en form for betaling under bordet. Det kan fx være varer eller kontanter. Hvis ikke man betaler, så forhindrer de, at man kan sætte sin last af på havnen. Da Mærsk har brug for at lægge sine skibe til, også selvom det er i et korrupt land, har de valgt at bidrage til korruptionen, for at være i stand til at levere deres varer. Til gengæld har de valgt at være åbne omkring, hvad de giver af betaling under bordet. For Mærsk er det en måde at lægge pres på industrien om at stå sammen for at gøre noget ved problemet. Alternativet til at nægte at betale er, at de ikke kan fragte varer, og mange varer på deres skibe, er livsnødvendige for de samfund, de fragter dem til. Mærsk har derfor valgt en uansvarlig

adfærd (at bidrage til korruption), men samtidig at være åben omkring, hvor mange penge, der bruger på facilitation payments. Denne adfærd er dermed meget svær at vægte på en enkelt skala. Det er derfor FSR's rolle at vurdere opgørelsen af adfærden, og ikke hvorvidt det er etisk eller ansvarligt at bidrage til facilitation payments.

Ud fra analysen af udfordringerne ved at benytte eksplicitte baselines kan det konkluderes, at det ikke er FSR's rolle at udstykke hvilke baselines, virksomhederne skal bruge, men derimod præmiere de rapporter, der tydeligt viser, *at* de bruger dem og ikke mindst *hvordan*, de bruger dem. Potentialet for at fremme transparens ved at lægge mere vægt på baselines er derfor begrænset til at vurdere først og fremmest *om* og dernæst *hvordan*, men ikke *hvilken*. Hvis FSR skulle skabe mere transparens, så kunne de være mere eksplicitte om nødvendigheden af, at skabe kontinuerlige målinger. I begrundelsen for Novo Nordisks pris i 2017, er der blandt andet kommenteret på deres brug af mål og tal således:

Rapporteringen skiller sig særligt ud ved at bære tydeligt præg af tyngde, kontinuitet og finansielle standarder for kvalitet på tværs af nøgletal i den tredobbelte bundlinje. (FSR, 2017c)

Sætningen er meget uklar ift. hvad det er, Novo Nordisk gør godt. Rapporten "bærer tydeligt præg" er en uklar formulering. Er det fx ved at der er meget information, korrekt information, gode illustrationer eller noget andet? De bruger også blandt andre ordet "tyngde" til at beskrive "kvaliteten på tværs af nøgletal". Mon det så henviser til en bred skare af målinger inden for mange eller få kategorier? Eller kunne det være, at det er fordi, de viser den samme information set fra flere vinkler, fx hvorvidt de skar ned i CO₂-forbruget et sted, men den steg et andet sted? Det er uklart, hvad dommerpanelet har lagt vægt på, og det ville derfor øge transparensen, hvis det var tydeligere, hvad FSR ser som god rapporteringsskik og god brug af baselines og nøgletal.

4.4.4 Antagelse 3

En ekstern revisorerklæring skaber (mere) transparens.

Med denne antagelse ønsker jeg at undersøge potentialet for, at virksomhedernes CSR-rapporter er mere transparente ved at få en tredjeparts erklæring om, at informationerne i rapporten er til at stole på og hvorvidt FSR med fordel kan have en erklæring som et kriterium.

En ekstern revisorerklæring er en revisors ord på, at det, der står i CSR-rapporten, er korrekt og at metoden, hvorpå data er indsamlet, er i orden. En finansiell årsrapport skal indeholde en revisorerklæring, men det er frivilligt at have en uvildig erklæring fra en tredjepart i rapporteringen om samfundsansvar. Hvis der er en revisorerklæring inkluderet i en CSR-rapport, skal revisorens udtalelse indeholde en beskrivelse af de væsentligste fejl og mangler specifikt i forhold til CSR-rapporten, og revisoren skal sikre, at der redegøres konsistent mellem politikker, handlinger og resultater (FSR, 2017a). Hvis virksomheden ønsker en

erklæring, så er det op til virksomheden selv at lave en aftale med en revisor omkring, hvilke handlinger revisoren skal erklære sig om. Det kan fx være KPI'er, dataopgørelse eller ledelsessystemer inden for CSR (bilag 1, l. 58-69). Her har revisoren derfor rollen som tredjepart, der skal "oversætte" og verificere komplekse data, således at stakeholders kan være sikre på, at det, virksomheden fortæller, er sandt.

Der findes forskellige niveauer af erklæringer, hvoraf det mindst dækkende niveau er en begrænset erklæring, hvor "begrænset" henviser til graden af sikkerhed (FSR, 2014). Denne form for erklæring er den mest udbredte i CSR-rapporter (GRI, 2013, figur 3, s. 12). Det er en negativt afgrænset erklæring, som tager udgangspunkt i hvorvidt en revisor *ikke* har fundet noget at påtale, fx "vi er *ikke* stødt på forhold, der giver grundt til at tro at rapporten indeholder væsentlige fejlinformationer". Den mest omfattende type erklæring, er en erklæring med en høj grad af sikkerhed. Her kan revisor udtale sig positivt om forholdene i virksomheden. Det er meget sjældent, at man ser denne type af revisorerklæringer i danske CSR-rapporter ifølge Birgitte Mogensen (bilag 1, l. 381). I sådan en erklæring afgiver en revisor et positivt udsagn om rapporteringens indhold, fx "det er vores vurdering, at rapporteringen giver et pålideligt billede af..." (bilag 1, l. 372-375).

En analyse foretaget på vegne af FSR i 2017 (FSR, 2017a) viser, at det kun er knap hver fjerde (23%) danske virksomhed med over 500 ansatte, der har inkluderet en revisorerklæring i deres ansvarlighedsrapporter. Det er markant færre end international standard, hvor 67 % af alle CSR-rapporter indeholder en ekstern verifikation af data (KPMG, 2017b). I forskningen af Hess (2008), konkluderer han, at tredjepartsassurering er en nødvendighed for at vise sine stakeholders, at man har fremlagt korrekt og tilstrækkelig information. Samme anbefaling gives af praktikere; ifølge World Business Council Sustainable Development (WBCSD), er det en udfordring for virksomhederne, at der ikke er en "best practice" for hvordan man skal assurere sin rapport:

"It is surprising how little academic research is available to inform decisions about external assurance of sustainability, CSR and integrated reports. Because of the variety of assurance providers in the market, with different scopes, methods and assurance statements, it is not easy to prescribe best practice"
(WBCSD, 2016, s. 25).

Citatet er fra en rapport om, hvordan virksomheder kan udnytte ekstern revision til at standardisere processen, hvorved man måler og vejer sit samfundsansvar. Heri er det beskrevet, at før man kan bruge transparens i sin CSR-rapportering som en konkurrencefordel, så skal det verificeres af en uvildig tredjepart (WBCSD, 2016). I rapporten fra WBCSD anbefales det også, at selvom man ikke har helt styr på metodikken omkring måling af samfundsansvar, så kan det, at man engagerer en tredjepart indenfor blot et par områder, være nok til at vise stakeholderne, at man prøver at skabe transparens (WBCSD, 2016, s. 19).

Samme anbefaling giver GRI, som har udgivet en rapport om hvad ekstern verifikation af data kan have af fordele for CSR-rapportering (GRI, 2013). Her lyder fordelene på:

- Øget anerkendelse, tillid og troværdighed.
- Reducere risiko og øget værdi.
- Øget bestyrelses- og topledelse engagement.
- Stærkere intern rapportering og ledelsesstruktur.
- Bedre kommunikation med stakeholders.

Derudover argumenterer GRI i rapporten for, at i og med at flere og flere virksomheder internationalt anvender denne form for garanti, så er det et konkurrenceparameter.

Revisorerklæring ved tidligere prisuddelinger

Vinderen af CSR Prisen i 2016, Mærsk, og Carlsberg, som blev tildelt en anerkendelse for deres afsnit om miljø, havde begge en ekstern revisorerklæring med. Mærsk fik foretaget deres revision af KPMG, som i CSR-rapporten selv beskriver deres rolle som:

“Our assurance engagement was designed to provide limited assurance on whether The Report is presented, in all material respects, in accordance with the reporting criteria. We do not provide any assurance on the achievability of the objectives, targets and expectations of the Group. Procedures performed to obtain a limited level of assurance are aimed at determining the plausibility of information and are less extensive than those for a reasonable level of assurance.”

(Maersk, 2015, s. 36).

I rapporten finder man også revisionsfirmaets metode beskrevet. Praksissen er blevet noteret af dommerpanelet i 2016 i deres begrundelse for tildelingen af prisen (FSR, 2016e), hvilket tyder på, at revisorerklæringen har en positiv værdi for FSR's vurdering. Det er dog ikke angivet af dommerpanelet, hvilken værdi revisorerklæringen giver. I kriterierne for at vinde en pris er det angivet at ”inddragelse af uvildig tredjepart omkring virksomhedens rapportering vurderes som betydningsfuldt i forhold til at skabe tillid til rapporteringen” (FSR, 2017b).

Carlsberg, der i 2016 modtog en anerkendelse af FSR for deres CSR-rapport, har begrænset deres revisorerklæring til enkelte områder af rapporten. Årsagen nævnes ikke, men det kan være baseret på økonomiske overvejelser, da det er bekosteligt at engagere revisorer. Det kan også manglende vilje til at fremlægge data eller tidsbegrænsninger ift. rapportens udgivelsesdato. Også i Carlsbergs tilfælde er revisorerklæringen omtalt i dommerpanelets begrundelse for tildelingen af anerkendelsen (FSR, 2016c). Birgitte Mogensen fortæller, at den delvise revisorerklæring (generelt, og ikke kun i Carlsbergs tilfælde) kan være et udtryk for, hvor virksomheden er i deres arbejde med rapportering (bilag 1, l. 353). På nogle områder er de måske langt fremme i deres arbejde med dataindsamling, mens de på andre områder kun lige er begyndt. Det kan derfor give mening for virksomheden kun at have en revisorerklæring på de områder, hvor de kan demonstrere en god og etableret praksis. Det kan også være en

kommunikativ vurdering fra virksomheden (bilag 1, l. 355-361). Carlsberg vurderer måske, at de oplysninger, der er en erklæring på, er dem, der er de vigtigste for stakeholderne, og det er derfor dem, der er fokus på at få verificeret. Virksomheden har ikke besvaret mine henvendelser om dette grundet manglende ressourcer.

Det kan dog argumenteres, at virksomheden løber en risiko ved kun at erklære dele af rapporten. Det er et eksempel på hvad Christensen & Cheney (2015) beskriver som en ulempe ved forsøg på transparens, nemlig at kaste lys på noget og dermed skygge på noget andet. Som læser kan man undres over, hvorfor det ikke er hele rapporten der er assureret, og man kan mistænke dem for at gøre et dårligt stykke arbejde inden for de områder, som ikke er assureret.

Danske Spil vandt CSR Prisen i 2016 i kategorien ”virksomhed med færre end 6000 medarbejdere”. De har ikke inkluderet en revisorerklæring, men dommerpanelet nævner det ikke i deres forslag til forbedringer (FSR, 2016d). Det tyder derfor på, at når revisorerklæringen er til stede, er det et plus, men hvis ikke, så trækker det ikke ned i bedømmelsen. I 2015 er tilstedeværelsen af eller manglen på revisorerklæringen ikke påtalt hos nogen af vinderne. Konklusionen er derfor, at den ikke udgør en væsentlig parameter inden for kriterierne ’klarhed’, ’relevans’ og ’troværdighed’, som var bedømmelsesgrundlaget for CSR Prisen 2015 og 2016.

Alle vinderne i 2017 – Novo Nordisk, Palsgaard og Vandcenter Syd – har inkluderet en begrænset revisorerklæring i deres rapporter, og det er blevet noteret i begrundelsen for tildelingen af hver af priserne (FSR, 2017c, 2017d, 2017e), men det er ikke beskrevet, hvorvidt det har nogen særlig betydning for bedømmelsen.

På baggrund af WBCSD og GRI’s anbefalinger og set i lyset af den internationale standard, kan en revisorerklæring være med til at skabe mere transparens. Birgitte Mogensen nævner også, at der er en klar sammenhæng mellem kvaliteten af rapporten og den manglende tilstedeværelse af en revisorerklæring:

”... så er hypotesen jo inde hos os, at dem der så har fået en revisorerklæring, hvordan ligger de så på de andre parametre? Er de så bedre til at fortælle om deres anvendte regnskabspraksis, om deres KPI’er, og udviklingsforklaringer osv.? Og ja, det er de. Og derfor må man jo så sige, at det revisoren gør ud over at lave en erklæring, det er at revisoren er med til at skubbe processen i at det bliver en meget bedre rapport. ”

(Bilag 1, l. 331-335).

Hun bemærker også, at de virksomheder, som får en revisorerklæring, ikke giver afkald på den igen (bilag 1, l. 326). Det er et eksempel på, at virksomheden institutionaliserer deres praksis omkring CSR-rapportering, som Graafland m.fl. (2004) og Hess (2008) ser som et vigtigt skridt i retning mod at kunne bruge CSR-rapporten som en konkurrencefordel.

En revisorerklæring har også potentialitet til at sikre, at virksomheder ikke laver kommunikative krumspring for at virke ansvarlige. Frederiksen & Nielsen (2015a) gjorde netop opmærksom på virksomheders tendens til at pakke deres ansvarlighed ind i case historier, hvor det er følelser, der er virkemidlet og ikke data og politikker. En revisorerklæring ser nemlig bort fra case historier, og kigger i stedet kun på resultater og metode, og hvis de ikke findes konkret, så trækker det ned ift. at få revisors erklæring om dataenes korrekthed, hvilket hæmmer transparensen. Undervejs i udvælgelsen af nominerede til CSR Rapporteringsprisen ser revisorerne kun på lovpligtigt indhold, dvs. at de ser bort fra case historier ifølge Birgitte Mogensen (bilag 1, l. 417). I dommerpanelet sidder dog ingen revisorer, så det kan ikke udelukkes, at eventuelle case historier kan være med til at påvirke dommerpanelets beslutning.

Ifølge Birgitte Mogensen, er de opmærksomme på den store forskel i antallet af danske virksomheder, der anvender en revisorerklæring ift. deres internationale konkurrenter. Hun mener dog, at FSR er i et dilemma ift. at promovere brugen af revisorerklæringer, da det kan fremstå som en måde at sælge flere ydelser for deres medlemmer (bilag 1, l. 341). Om deres CSR-udvalg skriver FSR selv:

”Udvalgets primære formål er, at understøtte revisor som den foretrukne samarbejdspartner i forbindelse med private og offentlige virksomheders arbejde med CSR med særlig fokus på rapportering om samfundsansvar og valg af erklæringsydelser på CSR-området.”
(FSR, 2015, s. 12).

4.4.5 Antagelse 4

Hvis virksomheden rapporterer om deres bidrag til konkrete verdensmål, så skabes der (mere) transparens.

Verdensmålene er et internationalt initiativ, som alle virksomheder uanset branche og beliggenhed, har mulighed for at bidrage til. Verdensmålene går også under navnen Global Goals og Sustainable Development Goals (SDG). Da verdensmålene er udstedt af FN, som er en organisation med høj legitimitet, er de en rigtig god målestok for virksomheder, når de skal rapportere om deres samfundsansvar.

En nylig rapport fra FSR med 56 danske virksomheder med over 500 ansatte viser, at kun 36 % af dem rapporterer direkte på verdensmålene (FSR, 2017a). Den lave andel kan dog skyldes, at verdensmålene først blev vedtaget i september 2015 og først trådte i kraft 1. januar 2016. Hvis virksomhedens regnskabsårs løber fra 1/1, så har rapporten for 2016 været den første, der har haft mulighed for at inkludere verdensmålene, og derfor har virksomhederne muligvis ikke haft tilstrækkelig tid til at få procedurer, strategier og metoder til at måle deres bidrag på plads til denne første rapportering. En stigning må derfor forventes i rapporterne for 2017, som udkommer i 2018.

FSR's fokus på verdensmålene som del af rapporteringen er ifølge Birgitte Mogensen et udtryk for, at FSR ser verdensmålene som en vigtig faktor i fremtiden, og de vil derfor gerne være med til at "skubbe til den udvikling" (bilag 1, l. 129-137). Samme udsagn kommer fra flere ledende organisationer:

"Every business leader should be able to identify the SDGs that are truly relevant to their business and set metrics to understand their wider impacts. Only then can they effectively report on their contribution to the SDGs."

Malcolm Preston, Global Sustainability Leader, PwC UK (PwC, 2017b).

"From a reporting perspective, while many companies already communicate on the topics covered by the SDGs, aligning disclosure with the goals and identifying progress made on targets set against the SDGs, provides an opportunity for businesses to sharpen their existing reporting and to place more focus on the impacts of their activities."

Peter Bakker, President, World Business Council for Sustainable Development (PwC, 2017b).

Begge organisationer advokerer altså for, at virksomheder skal stille skarpt på de verdensmål, som specifikt lægger sig på af virksomhedens virke, og det vil derfor være forskelligt fra virksomhed til virksomhed, hvad man rapporterer om.

FN har i samarbejde med GRI, Global Compact og PwC udarbejdet en vejledning til rapportering om verdensmålene (PwC, 2017a). Heri er der anbefalinger til, hvordan man i sin CSR-rapport forholder sig til de 17 verdensmål samt de undermål, som hører til hvert mål. Vejledningen er ikke en facitliste i forhold til ens rapportering om verdensmål, men i praksis en række af frivillige retningslinjer. Det bliver i praksis til 169 forslag, hvor virksomheden selv skal udvælge, hvilke mål og delmål, de vil rapportere om. Det er påvist i teorien, at retningslinjer om rapportering ikke højner transparensen (Frederiksen, 2014; Frederiksen & Nielsen, 2015a; Isaksson & Steimle, 2009), og jeg må derfor slutte, at før rapportering om verdensmålene kan øge transparensen, må rammerne for sammenlignelighed etableres.

Derudover er der endda en række af delmålene som end ikke FN, GRI og PwC kan vejlede om, så der i vejledningen blot er noteret:

"There is very little information available on how business could support the achievement of this target through core business strategies and operations. Therefore this publication does not include any illustrative actions or indicator mapping for this target."

(PwC et al., 2017, s. 194, 199, 200 m.fl.).

Det vil altså sige, at selvom virksomhederne søgte at finde vejledning om rapportering inden for en række af delmålene, så er der ingen forslag fra organisationen bag verdensmålene. Dette hæmmer også muligheden for sammenligning og dermed transparens, for virksomhederne må

selv udvikle en passende rapportering. Spørgsmålet bliver da i henhold til problemformuleringen, om FSR selv formår at skabe mere transparens med deres krav om adressering af verdensmålene.

FSR har heller ikke offentligt specificeret, hvordan der skal rapporteres på verdensmålene, hvilket ikke højner transparensen. FSR har dog en intern metode til at vurdere kvaliteten af virksomhedernes rapporter. Metoden er nedskrevet i et arbejdsark, som det eksterne analysehus skal bruge, når de vurderer denne parameter, se tabel 6:

Tabel 6. Pointtildeling ved screening for adressering af verdensmålene (Bilag 1, l. 124-135).

Indeholder rapporten omtale af verdensmålene?

Nej	0 point
Ja	
✓ Er det en beskrivelse hvorfor verdensmålene er relevante?	1 point
✓ Er det en identifikation af SDG'erne, hvor virksomheden har et særligt fokus?	2 point
✓ Er der lavet en kobling til virksomhedens strategi?	3 point
✓ Opstiller virksomhedens egne mål på SDG-området?	4 point
✓ Er der opstillet rapport om nøgletal, kvantitativ/kvalitativt?	5 point

Her får virksomheden point efter, hvor langt i arbejdet, de er kommet med verdensmålene. Som det fremgår af tabel 6, får man flest point, og dermed bedre placering i vurderingen, hvis man har opstillet nøgletal inden for området.

Arbejdsarket er ikke offentliggjort, hvilket hæmmer transparensen, da virksomhederne ikke har nogen referenceramme som sikrer sammenlignelighed.

4.5 Delkonklusion

Formålet med anden del af analysen var at vurdere, hvorvidt FSR kunne tilføje konkrete elementer til deres kriterier for at højne transparensen af virksomhedernes CSR-indsats.

Det konkluderes at navneskiftet på prisen, til CSR Rapporteringsprisen, har bidraget positivt til at fremme transparens, idet der er eksempler på, at vinderen omtaler hæderen retvisende. Der er dog fortsat også eksempler på, at vinderen fremlægger baggrunden for tildelingen på en misvisende facon. Da navneskiftet kun har været implementeret i kort tid, er der dog fortsat potentiale for at navneskiftet skaber mere transparens.

Revideringen af kravene har resulteret i enkelte elementer af forhøjet transparens. Det nye krav om efterlevelse af ÅRL §99a fremmer transparens, da det nu er tydeligt, at FSR sikrer, at nominerede virksomheder overholder lovgivningen. De resterende revideringer bidrager ikke til at fremme transparens, da de er for uklare og ikke fremmer sammenlignelighed som både den teoretiske ramme i afhandlingen.

Et større fokus på at virksomheder skal inkludere baselines i deres rapporter indebærer dog væsentlige udfordringer. Ved at fastlægge en baseline, som virksomhederne skal arbejde ud fra, risikerer man at miste vigtige nuancer i arbejdet med ansvarlighed. Det konkluderes derfor, at det ikke er FSR's rolle at udstykke *hvilke* baselines, der skal benyttes, men derimod *om* og dernæst *hvordan* baselines bliver brugt. Det er konkluderes yderligere, at når FSR inkluderer ros for fokus på baselines i deres begrundelse for at tildele en given virksomhed en pris, så kan de fremme transparensen ved at være mere eksplicit omkring, hvorfor denne baseline var god. På den måde er de med til at fremme god rapporteringsskik.

Analysen forholder sig yderligere til tilstedeværelsen af en revisorerklæring i CSR-rapporterne. Her kan det konkluderes, at en revisorerklæring er med til at skabe transparens, da den tilkendegiver at en uvildig og kvalificeret tredjepart har gennemset virksomhedens metode og resultater. FSR omtaler tilstedeværelsen af erklæringen positivt i deres begrundelser for tildelingen af priserne, men har ingen formelle krav om, at rapporter skal indeholde en. Det er dog tydeligt, at erklæringen er at finde i de rapporter, der bliver præmieret. Derudover er fremtrædende organisationer fortalere for at få en revisorerklæring i sin ikke-finansielle rapport, bl.a. GRI og WBCSD, hvilket er medvirkende til konklusionen om, at en revisorerklæring fremmer transparens.

Det sidste deelelement i analysen forholder sig til, hvorvidt rapportering om konkrete verdensmål fremmer transparens. Det konkluderes at, som det er i øjeblikket, er potentialet for at fremme transparens begrænset, da der ikke er en fælles referenceramme, som gør det muligt at sammenligne rapporter. FSR formår ikke at vise hvilken vej, de vil skubbe udviklingen, da deres kriterier for at få en god score i denne kategori, ikke er offentlige og de formår dermed heller ikke at fremme transparens om rapportering om verdensmål gennem deres kriterier.

Kapitel 5

5. Diskussion

Metode

Det var på forhånd meldt ud fra min interviewperson, Birgitte Mogensen, at der var en time til interview. Det viste sig dog, at min spørgeramme og tilgang med åbne spørgsmål ikke var optimalt i forhold til det relativt lille ridsrum. Jeg havde en del flere spørgsmål at stille, da interviewet sluttede. Det ville derfor have været værdifuldt at have aftalt et interview mere, anmodet om mere tid eller interviewe en person yderligere, så jeg kunne få stillet alle spørgsmål. Derudover ville det have været værdifuldt at have planlagt et interview længere fremme i processen, da der løbende dukkede nye vinkler og spørgsmål op. Alternativt skulle jeg have været længere fremme i skriveprocessen, før jeg afholdt interviewet.

Rent metodisk var der også elementer af interviewet, som jeg gerne ville have udført anderledes. På tidspunktet for interviewet var jeg stadig i gang med at indsamle sekundær empiri, og havde derfor ikke det fulde overblik over, hvad jeg manglede svar på. Denne tilstand kombineret med min beslutning om at lave et semistruktureret interview betød, at jeg flere gange fik spurgt for bredt i forhold til formålet. De spørgsmål, som faldt ved siden af formålet, var i høj grad drevet af faglig nysgerrighed om emnet, men det optog en del tid. Det ville derfor have været bedre, hvis jeg havde forberedt min rolle som interviewer bedre og indset, at det ville være mere hensigtsmæssigt med en interviewform, der var mere kontrolleret – eller jeg skulle have bedt om mere tid.

Derudover havde jeg en forventning om, at der ville være flere af mine spørgsmål, som ikke ville blive besvaret grundet fordi de gik specifikt på interne processer, hvilket jeg forventede ville inkludere en høj grad af hjemmelighedsfuldhed. Det viste sig dog ikke at være tilfældet, da alle mine spørgsmål blev besvaret med stor åbenhed. Det ville dog have været værdifuldt i forhold til tematisering og planlægning af interview, hvis jeg på forhånd havde spurgt Birgitte Mogensen, hvorledes det forholdt sig med graden af åbenhed fra hendes side, så jeg kunne planlægge spørgeramme bedre i forhold til den tidsramme, der var givet. Hvis jeg havde undersøgt på forhånd, at jeg ville blive mødt med stor åbenhed, kunne jeg have planlagt en mere kontrolleret interviewsession, der ville sikre, at fik stillet de spørgsmål, jeg gerne ville mere direkte.

Diskussion af analyse

Gennem analysen argumenteres der flere gange, at FSR kan øge transparensen, hvis de er mere åbne omkring deres udvælgelsesproces. Der er dog en risiko i og med, at det kan gå hen og blive en tjekliste for virksomhederne. Hvis man introducerer en "tick the box"-metode, hvor virksomhederne ikke behøver at være innovative, men blot kan leve op til efterspørgslen, så risikerer man udviklingen i rapporteringen aftager. Hvis FSR derfor beslutter sig for, at åbne op for transparens i deres proces, bør de derfor gøre opmærksom på, at det ikke er en statisk tilstand, men at deres kriterier vil udvikle sig. På den måde forbliver den slags standardiserede opgørelser relevante ifølge Hess (2008).

6. Konklusion

Motivationen til denne afhandling udsprang af, at virksomheder talte uklart om den hæder, det er at vinde CSR Rapporteringsprisen. Prisen er for rapportering, men flere vindere italesatte det som om, at det var selve deres ansvarlighed, der var blevet hædret.

Afhandlingen søger i første omgang at afdække, hvorvidt FSR er transparente i deres prisuddeling af CSR Prisen. Dernæst hvorvidt FSR kan skærpe deres krav, for at skabe mere transparens og slutteligt diskuteres 4 antagelser om transparens, hvilket tilsammen udgør problemformuleringen:

Hvordan kan FSR sikre transparens i uddelingen af CSR Rapporteringsprisen (del 1), og hvordan kan kravene til at vinde prisen skærpes, så det er den transparente indsats, der præmieres (del 2)?

Del 2 af problemformulering indeholder fire antagelser:

5. Revideringen af kravene op til prisuddelingen samt navneskiftet for prisuddelingen i 2017 øger transparens.
6. Ved at inkludere kvaliteten og eksistensen af benchmarks i CSR-rapporten, skabes der (mere) transparens.
7. En ekstern revisorerklæring skaber (mere) transparens.
8. Hvis virksomheden rapporterer om deres bidrag til konkrete verdensmål, skabes der (mere) transparens.

Det empiriske grundlag i afhandlingen udgøres af internationale rapporter om CSR-rapportering fra internationale revisionshuse og et kvalitativt interview med formanden for CSR-udvalget i FSR, Birgitte Mogensen. Den primære empiri er begrænset til et enkelt interview, som giver dybdegående indsigt i de valg, der ligger bag FSR's processer frem mod prisuddelingen. Det kunne dog have været hensigtsmæssigt at inkludere flere interviews, da de ydre omstændigheder, primært mængden af tid afsat til interview, var for begrænset i forhold til mængden af viden, der var og villigheden til at dele ud af den.

Afhandlingen konkluderer, at FSR kan øge transparensen ved at offentliggøre flere elementer af deres udvælgelsesproces. Som det er nu, er det kun de indledende og afsluttende processer, der er tilgængelige. Hvis FSR viser, hvordan de bedømmer rapporterne, giver det stakeholders mulighed for at vurdere relevansen af FSR's pris. Samtidig er det også en mulighed for FSR om at opfylde deres erklærede formål; at udvikle CSR-rapportering, da virksomheder har mulighed for at se, hvad det FSR mener, der udgør god rapportering.

Anden del af problemformuleringen søger at afdække, hvordan FSR kan skærpe deres krav for at sikre mere transparens. Her opstilles fire antagelser som repræsenterer mulige skærpelser. Antagelserne analyseres på baggrund af afhandlingen teoretiske og empiriske

grundlag. Det konkluderes, at navneskiftet af prisen til CSR Rapporteringsprisen har bidraget til at øge transparensen, da de seneste vindere udtaler sig mere retvisende, om den hæder, de er blevet tildelt af FSR. Derudover konkluderes det, at FSR må sikre brug og kvalitetstjek af anvendte baselines i rapporteringen, men at det ikke er deres rolle at diktere hvilke baselines, der ska bruges i rapporterne. Derudover anbefales det at motivere til at inkludere en revisorerklæring i rapporteringen, da tredjepartserklæringer ses som et positivt bidrag til transparens, da det øger tilliden til informationen og samtidig fungerer som en "oversættelse" af komplekse informationer. Slutteligt konkluderes det, at rapportering omkring verdensmålene endnu ikke er af en sammenlignelig karakter, og det derfor ikke i sig selv bidrager til transparensen.

7. Perspektivering

FSR's rolle som formidler af god rapporteringsskik og fokus på transparent CSR-rapportering kan være væsentlig ift. udpege rollemodeller i andre henseender end CSR Rapporteringsprisen. Ift. at sikre udvikling af rapportering om verdensmålene, kunne det være interessant, hvis FSR gik ind og udpegede nogle af de virksomheder, som *har* forholdt sig til deres rolle og udviklet deres rapportering, på trods af manglende ensrettede retningslinjer. Det behøver ikke at være i forlængelse af prisuddelingen, da det ikke nødvendigvis er alle virksomheder, hvis CSR-rapportering indgår i processen.

Et, ifølge nærværende research, enestående eksempel inden for rapportering om verdensmålene er Chr. Hansen (Chr. Hansen, 2017). Virksomheden er en global produktionsvirksomhed, der leverer bakteriekulturer til bl.a. fødevarer- og landbrugsindustrien (CDP Worldwide, 2017). De har fået eksterne forskere til at kortlægge, hvor meget af deres arbejde, der er med til at støtte op om FN's verdensmål. Udfaldet er en rapport, hvor det konkluderes at 81% af den samlede indkomst kommer fra varer, der har bidraget til et eller flere af verdensmålene (Chr. Hansen, 2017). Udvælgelsen af hvilke verdensmål, virksomheden ville fokusere på, er sket i samarbejde med stakeholders (Kesia Paulsen, 2017), hvilket bidrager til transparensen ifølge Frederiksen (2014) og Christensen & Cheney (2015). Derudover er det muligt at læse i rapporten, hvilke data bedømmelsen er lavet ud fra og hvordan opgørelsen er blevet gjort. Rapporten indeholder også en revisorerklæring, hvilket er med til at fremme transparensen om deres metode og resultater.

Det konkluderes i analysen, at det er FSR's rolle at vurdere kvaliteten af virksomhedernes brug af baselines. I den forbindelse kunne det være interessant, hvis FSR i deres bedømmelser, holder virksomhederne op i mod deres rapport fra tidligere år. Det kunne være interessant at se, om der i deres øjne var sket væsentlige forbedringer, og om virksomhederne fortsat rapporterer på samme baselines. Det kunne være med en metode til at sikre kontinuerlig transparent udvikling af rapporteringen.

De væsentligste konklusioner i denne afhandling overdrages til formand for CSR-udvalget i FSR, Birgitte Mogensen.

8. Litteratur

- A.P. Møller Mærsk. (2017). 2017 Sustainability Report. Hentet 9. marts 2018, fra https://www.maersk.com/-/media/business/sustainability/pdf/reports/apmm_sustainability_report_2017_a3_180221_final.ashx
- Accountancy Europe. (2017). Enhancing the coordination of non-financial information initiatives & frameworks. Call for action. Hentet 9. marts 2018, fra <https://www.accountancyeurope.eu/publications/call-for-action-nfi-frameworks/>
- Ankersborg, V., & Boolsen, M. W. (2007). *Tænk selv! Videnskabsteori og undersøgelsesdesign i samfundsvidenskab*. Forlaget Politiske Studier.
- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2004). Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. *California management review*, 47(1), 9–24.
- CDP Worldwide. (2017). About us. Hentet 13. december 2017, fra <https://www.cdp.net/en/info/about-us>
- Chr. Hansen. (2017). Let's grow our future. Naturally. Hentet 3. januar 2018, fra https://www.chr-hansen.com/_/media/a2e3ea6ea41b47978cf62a6eae34d8b2.pdf
- Christensen, L. T., & Cheney, G. (2015). Peering into transparency: Challenging ideals, proxies, and organizational practices. *Communication Theory*, 25(1), 70–90. <https://doi.org/10.1111/comt.12052>
- Christensen, L. T., Morsing, M., & Thyssen, O. (2011). The Polyphony of Corporate Social Responsibility. Deconstructing Accountability and Transparency. *Handbook of Communication Ethics*, (13859), 457–474. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2010.54498058>
- Danske love. (u.å.). Årsregnskabsloven § 99 a. Hentet 14. december 2017, fra <https://danskelove.dk/årsregnskabsloven/99a>
- Danske Spil A/S. (2016). Danske Spils ansvarlighedsrapport 2015. Hentet 17. september 2017, fra https://om.danskespil.dk/~/_/media/files/pdf/csr-rapport2015.pdf?la=da
- Drucker, S. J., & Gumpert, G. (2007). Through the looking glass: illusions of transparency and the cult of information. *Journal of Management Development*, 26(5), 493–498. <https://doi.org/10.1108/02621710710748329>
- Eisenberg, E. M. (1984). Ambiguity as strategy in organizational communication. *Communication Monographs*, 51(3), 227–252.
- Escrig-Olmedo, E., Muñoz-Torres, M. J., Fernández-Izquierdo, M. Á., & Rivera-Lirio, J. M. (2014). Lights and shadows on sustainability rating scoring. *Review of Managerial Science*, 8(4), 559–574. <https://doi.org/10.1007/s11846-013-0118-0>
- European Commission. (2018). Corporate social responsibility (CSR). Hentet 5. marts 2018, fra http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_da
- Falck Winther, A. (2016, september 10). Mærsk vinder CSR-hæderspris for fjerde gang. *Børsen*. Hentet fra <http://borsen.dk/nyheder/avisen/artikel/11/150365/artikel.html>
- Frederiksen, C. S. (2014). CSR-rapporter bør kunne sammenlignes. Hentet 14. maj 2017, fra <http://csr.dk/csr-rapporter-bør-kunne-sammenlignes>
- Frederiksen, C. S., & Nielsen, M. E. J. (2015a). An Evaluation Framework for CSR Reporting. I S. O. Idowu, C. S. Frederiksen, A. Y. Mermod, & M. E. J. Nielsen (Red.), *Corporate Social Responsibility and Governance* (s. 241–252). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10909-1>
- Frederiksen, C. S., & Nielsen, M. E. J. (2015b). CSR Reporting Seen from an Ethical

- Perspective: An Empirical Investigation. I S. O. Idowu, C. S. Frederiksen, A. Y. Mermoud, & M. E. J. Nielsen (Red.), *Corporate Social Responsibility and Governance* (s. 211–225). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10909-1>
- FSR. (2014). *Forskellen mellem revisors erklæringer*.
- FSR. (2015). Nye krav til redegørelse for samfundsansvar. Hentet 2. marts 2018, fra http://www.fsr.dk/Faglige_informationer/Publikationer/Publikationer-liste/Redegorelse_for_samfundsansvar_99a
- FSR. (2016a). A.P. Møller - Mærsk og Danske Spil vinder CSR Prisen 2016. Hentet 2. september 2017, fra http://www.fsr.dk/Nyheder_og_presse/Pressemeddelelser/2016-pressemeddelelser/CSR-prisen-2016
- FSR. (2016b). *CSR-prisen 2016*. Hentet fra <https://www.youtube.com/watch?v=sMilvy1cnSk>
- FSR. (2016c). CSR Prisen 2016 - anerkendelser. Hentet 12. december 2017, fra http://www.fsr.dk/Faglige_informationer/CSR/Corporate_social_responsibility_2013/CSR_Prisen_2016_a/Anerkendelser_2016
- FSR. (2016d). CSR Prisen 2016 for mellemstore virksomheder: Danske Spil. Hentet 14. september 2017, fra http://www.fsr.dk/Faglige_informationer/CSR/Corporate_social_responsibility_2013/CSR_Prisen_2016_a/Danske_Spil_2016
- FSR. (2016e). CSR Prisen 2016 for store virksomheder: A.P. Møller - Mærsk. Hentet 12. december 2017, fra http://www.fsr.dk/Faglige_informationer/CSR/Corporate_social_responsibility_2013/CSR_Prisen_2016_a/APMM_2016
- FSR. (2017a). *Børsnoterede virksomheders rapportering om samfundsansvar*. Hentet fra <https://www.google.dk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjmgMG2y8vYAhUpYpoKHWOhDNkQFggqMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.fsr.dk%2F-%2Fmedia%2FFiles%2FPresse%2520og%2520nyheder%2Fpressemeddelelser%2F2017%2FAnalyse-brochurer%2520web.a>
- FSR. (2017b). CSR Rapporteringsprisen 2017. Hentet 3. marts 2018, fra http://www.fsr.dk/Faglige_informationer/CSR/Corporate_social_responsibility_2013/CSR_Rapporteringsprisen_2017
- FSR. (2017c). CSR Rapporteringsprisen 2017, børsnoteret virksomhed med flere end 500 medarbejdere: Novo Nordisk. Hentet 12. december 2017, fra http://www.fsr.dk/Faglige_informationer/CSR/Corporate_social_responsibility_2013/CSR_2017_-_Novo_Nordisk
- FSR. (2017d). CSR Rapporteringsprisen 2017, virksomhed med flere end 250 medarbejdere: Palsgaard. Hentet 12. december 2017, fra http://www.fsr.dk/Faglige_informationer/CSR/Corporate_social_responsibility_2013/CSR_2017_-_Palsgaard
- FSR. (2017e). CSR Rapporteringsprisen 2017, virksomhed med færre end 250 medarbejdere: VandCenter Syd. Hentet 12. december 2017, fra http://www.fsr.dk/Faglige_informationer/CSR/Corporate_social_responsibility_2013/CSR_2017_-_VandCenter_Syd
- FSR. (2017f). CSR Rapporteringsprisen 2017. Hvem udmærker sig og udgiver de bedste CSR-rapporter i Danmark? Hentet 8. december 2017, fra http://csr.dk/sites/default/files/CSR_Rapporteringsprisen_2017_-_2610-17_-_FSR_-_danske_revisorer_2.pdf
- FSR. (2017g). Novo Nordisk, Palsgaard og VandCenter Syd vinder priser for deres rapportering om samfundsansvar. Hentet 24. februar 2018, fra http://www.fsr.dk/Nyheder_og_presse/Pressemeddelelser/2017-pressemeddelelser/CSR-prisen

- FSR. (2017h). *Novo Nordisk vinder af CSR Prisen 2017*. Hentet fra https://www.youtube.com/watch?time_continue=61&v=hOAJL6dFvmk
- Gade, C. (2016). A.P. Møller-Mærsk vinder CSR-pris. Hentet 2. september 2017, fra https://www.soefart.dk/article/view/291847/ap_mollermaersk_vinder_csrpris#
- GRI. (2013). *The external assurance of sustainability reporting. Global Reporting Initiative, Research and Development Series*. Hentet fra <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Assurance.pdf>
- GRI. (2018a). GRI standards. Hentet 1. marts 2018, fra <https://www.globalreporting.org/information/sustainability-reporting/Pages/gri-standards.aspx>
- GRI. (2018b). How can the GRI Standards be used? Hentet 28. februar 2018, fra <https://www.globalreporting.org/standards/getting-started-with-the-gri-standards/>
- Graafland, J. J., Eijffinger, S. C. W., & Smid, H. (2004). Benchmarking of Corporate Social responsibility: Methodical Problems and Robustness. *Journal of Business Ethics*, 53, 137–152.
- Heald, D. (2006). Varieties of transparency. I *Transparency. The Key to Better Governance?* (s. 25–43). Oxford University Press.
- Hess, D. (2008). The Three Pillars of Corporate Social Reporting As New Governance Regulation: Disclosure, Dialogue, and Development. *Business Ethics Quarterly*, 18(4), 447–482. <https://doi.org/10.2307/27673249>
- Isaksson, R., & Steimle, U. (2009). What does GRI reporting tell us about corporate sustainability? *The TQM Journal*, 21(2), 168–181. <https://doi.org/10.1108/17542730910938155>
- Jones, M. J., & Solomon, J. F. (2010). Social and environmental report assurance: Some interview evidence. *Accounting Forum*, 34(1), 20–31. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2009.11.002>
- Kattrup, J. (2016). Debat: Troværdig CSR-rapportering for hvem? Hentet 3. september 2017, fra <http://erhvervsfilosofi.dk/2016/09/csr-prisernes-pris/>
- Kesia Paulsen, C. (2017). Chr. Hansens arbejde med FN's verdensmål. Hentet 4. januar 2018, fra <http://nytfokus.nu/nummer-9/chr-hansens-arbejde-med-fns-verdensmaal/>
- KPMG. (2017a). Reporting and assurance. Hentet 20. februar 2018, fra <https://home.kpmg.com/dk/en/home/insights/2017/08/reporting-and-assurance.html>
- KPMG. (2017b). *The road ahead. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017*. Hentet fra https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/campaigns/csr/pdf/CSR_Reporting_2017.pdf
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Interview. Det kvalitative forskningsinterview som håndværk*. (3. udgave). Hans Reitzels Forlag.
- Maersk. (2016). Sustainability Report 2015. Hentet 17. januar 2018, fra https://www.google.dk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj_6IrTq4nYAhXmd5oKHWFRDacQFggnMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.maersk.com%2F-%2Fmedia%2Fbusiness%2Fsustainability%2Fmaersk_group_sustainability_report_2015_a3_final.ashx&usg
- Maersk. (2017). Sustainability Report 2016. Hentet 17. januar 2018, fra <https://www.maersk.com/-/media/business/sustainability/sustainability-report.ashx>
- Malhotra, K. N., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research. An applied approach*. (5. udgave). Pearson.

- Møller, N. L., & Secher, M. (2016). Afsløring: Mærsk-skib forsvandt fra radaren – nu ligger det på farlig strand. Hentet 30. august 2017, fra <http://nyheder.tv2.dk/udland/2016-10-15-afsløring-maersk-skib-forsvandt-fra-radaren-nu-ligger-det-paa-farlig-strand?cid=tv2.dk:Afsløring%3AMærsk-skib forsvandt fra radaren – nu ligger det på farlig strand:article>
- Nielsen, P. (2007). *Produktion af viden* (3. udgave). Nyt Teknisk Forlag.
- Nordahl, C., & Skotte Møller, L. M. (2016). MÆRSK OG DET LIVSFARLIGE AFFALD I INDIEN. Hentet 30. august 2017, fra <https://www.danwatch.dk/undersogelse/maersk-og-det-livsfarlige-affald/>
- Nygaard, C. (2005). *Samfundsvidenskabelige analysemetoder* (1. udgave). Forlaget Samfundslitteratur.
- Palsgaard. (2017). CSR Report 2016. Hentet 18. februar 2018, fra <https://www.palsgaard.com/sustainable-emulsifiers/csr-is-part-of-our-dna/2016-csr-report/>
- PwC. (2017a). Business Reporting on the SDGs. Hentet 15. februar 2018, fra <https://www.pwc.com/gx/en/services/sustainability/sustainable-development-goals/business-reporting-on-the-sdgs.html>
- PwC. (2017b). SDG Reporting Challenge 2017. Hentet 21. januar 2018, fra <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/pwc-sdg-reporting-challenge-2017-final.pdf>
- PwC. (2018). Sustainability and climate change issues. Hentet 9. marts 2018, fra <https://www.pwc.com/gx/en/services/sustainability/business-issues.html>
- Rawlins, B. (2008). Give the Emperor a Mirror: Toward Developing a Stakeholder Measurement of Organizational Transparency. *Journal of Public Relations Research*, 21(1), 71–99. <https://doi.org/10.1080/10627260802153421>
- Retsinformation. (2016). Bekendtgørelse af lov om spil. Hentet 17. september 2017, fra <https://www.retsinformation.dk/Forms/r0710.aspx?id=183646>
- Ritzau. (2018, november). Falske nyheder blev delt mere end de sande i USA-valgkamp. Hentet 9. marts 2018, fra <https://www.dr.dk/nyheder/udland/falske-nyheder-blev-delt-mere-end-de-sande-i-usa-valgkamp>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students* (7. ed.). Harlow.
- Scalet, S., & Kelly, T. F. (2010). CSR rating agencies: What is their global impact? *Journal of Business Ethics*, 94(1), 69–88. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0250-6>
- Sutantoputra, A. W. (2009). Social disclosure rating system for assessing firms' CSR reports. *Corporate Communications: An International Journal*, 14(1), 34–48. <https://doi.org/10.1108/13563280910931063>
- UNGC. (2012). *AFTER THE SIGNATURE. A Guide to Engagement in the United Nations Global Compact*. Hentet fra https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/after_the_signature.pdf
- UNGC. (2018). Hvad er FN's verdensmål for bæredygtig udvikling? Hentet 9. marts 2018, fra <http://www.verdensmaalene.dk/fakta/verdensmaalene>
- WBCSD. (2016). *Generating Value from External Assurance of Sustainability Reporting*. Hentet fra http://wbcsdpublications.org/wp-content/uploads/2016/03/WBCSD_Redefining_assurance_guide.pdf
- Windolph, S. E. (2011). Assessing Corporate Sustainability Through Ratings : Challenges and Their Causes. *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1), 61–80. <https://doi.org/10.14448/jes.01.0005>

1	Indholdsfortegnelse	
2	Bilag 1 – interview med Birgitte Mogensen	1
3	Bilag 2 - kriterier i 2016 og 2017	15
4		

5 **Bilag 1 – interview med Birgitte**

6 **Mogensen**

7

8 *Hvad er din rolle i forhold til prisuddelingen CSR Rapporteringsprisen?*

9

10 Min rolle er, at jeg er formand for CSR-udvalget i FSR – danske revisorer og FSR har som

11 brancheforening forskellige udvalg, forskellige faglige fokus og det, der er CSR udvalgets opgave og

12 kommissorium, det er jo at være med til at udbrede kendskabet til CSR-rapportering. Men især fordi

13 det også er en revisorforening; at arbejde for at den kommunikation, de rapporteringer, er troværdige

14 og tillidsvækkende, dvs. der både er et rapport issue og et tillids-assurance-issue.

15 Opgaven for os er jo også at holde øje med, hvad sker der internationalt og være med til at præge det

16 danske samfund i en retning, der giver værdi for samfundet og for virksomhederne.

17

18 *Som en konkurrencefordel?*

19

20 Som en konkurrencefordel og en risikostyringsfordel. Det er sådan sagt med lidt andre ord, det er det,

21 der er vores opgave, og det er jeg formand for, og en af de aktiviteter der ligger og har ligget i mere

22 end 20 år, er jo ikke-finansiell rapportering, som så har været grønne regnskaber, miljøregnskaber og

23 mange forskellige navne har det her barn haft. Og en af delene har været at lave en pris og dermed

24 bidrage til at finde virksomheder, som kan ses som en slags rollemodeller på den ene eller anden

25 måde, afhængig af hvordan man ser på dem og dermed være med til at inspirere andre. Så prisens

26 formål er at synliggøre gode elementer af rollemodeller, så man kan lære af hinanden, så det er

27 gensidig læring.

28

29 *Så det er fra virksomhed til virksomhed og ikke virksomhed ud til specifikke stakeholdere?*

30

31 Nej, vi faciliterer en synlig platform, der gør, at man kan kigge efter nogle andre. Det er formålet. Det
32 der jo så er i en rapporteringspris, og det er der også, når man taler om regnskabsprisen, som så er den
33 finansielle årsregnskabspris, at det er rammen, måden, transparensen, tilliden til rapporteringen man
34 kan have via indhold, og det sagt med andre ord, vi går jo ikke ind og siger, at hvis en virksomhed har
35 haft en besparelse på 10 % og en anden virksomhed på 5 %, så er det den med 10 %, der er bedre end
36 andre. Vi går jo ikke ind i indholdet i den relation, men vi går ind i rapporteringsframeworket og de
37 kriterier, der er, for at man kan have en rapport, der er klart forståelig, skaber tillid og er konsistent
38 over tid, og som kan give nytte og brugsværdi til dem, der læser den. Så derfor kan man sige en
39 rapport, som den finansielle verden siger, at vi vil omsætte så og så meget, og så kommer der en
40 ekstern faktor, så kan man jo ikke vide, fra det tidspunkt at man laver den rapport, at der vil ske noget
41 ude i fremtiden. På samme måde er det med rapportering på CSR-området; så kan man jo ikke vide
42 om det sker noget herude, der påvirker virksomheden, men det man kan gøre, specielt i en europæisk
43 kontekst, det er, at man styrer sin virksomhed, at man har et leadership, at man er årvågen,
44 agtpågivende for at virksomheden og den organisation og medarbejderes værdikæde agerer så godt,
45 som man kan. Og derfor kan man aldrig sige, at der ikke vil kunne ske noget i fremtiden som ”hvorfor
46 er det ikke med i den rapport?”.

47
48 *Så man kigger hele tiden tilbage?*

49
50 Så beredskabet er klar til, at man agerer i tide, hvis der er noget, der er vigtigt.

51
52 *Så har I skiftet navn på prisen fra CSR-prisen til CSR Rapporteringsprisen.*

53
54 Ja, men den har heddet en hel masse andre ting.

55
56 *Hvorfor har I skiftet den nu?*

57
58 Det har vi jo fordi at med CSR prisen; er det en CSR-pris fordi du har et ledelsessystem, fordi du har
59 en tilgang på et område, og hvad vil det så sige? Så for at gøre det mere eksakt, så har vi kaldt den
60 CSR Rapporteringsprisen. og i den forbindelse kan man så sige ”skulle den have heddet ”CSR
61 regnskabsprisen”, ”CSR Rapportprisen” eller ”CSR Rapporteringsprisen”?”. Det kan der være fordele
62 og ulemper ved; hvad det er for en ramme, man lægger dem ind i. Men en rapportering har jo i hvert
63 fald, på måden man definerer det på nuværende tidspunkt, den fordel, at det ikke behøver at være en af
64 papir. Det kan være en rapport der kan være på forskellige medier, forskellige platforme og det
65 betyder så, at noget kan være på nettet. Der skal være interaktion på forskellige medier, men man kan
66 have mulighed for at have mediet, og en rapportering kan jo også fremadrettet ikke bare være noget en
67 virksomhed lægger ud, men lige så meget noget, du som bruger går ind og trækker ud. Så derfor vil
68 rapporten jo altid være grundlaget, grundbasen vil være fra virksomhed og blive spredt ud til jer, I kan

69 bruge dem, men brugerfladerne kan være forskellige, og derfor mente vi, at rapporteringsprisen var
70 bedre end rapport-pris eller regnskabspris.

71

72 *Jeg har heller ikke stødt på CSR-regnskabet før?*

73

74 Nej, det gør man jo ikke og det tror jeg egentlig hænger sammen med, at man kaldte det et årsregnskab
75 tidligere. Nu definerer lovgivningen selv i den finansielle verden, at det hedder en årsrapport, så der
76 kan du sige, at hvor man før gør regnskab til noget som måske også er sådan lidt i sin ideologi bagud
77 sigtet, så har en rapport aspektet i, at vi er her, vi kom herfra, vi skal herhen. Så et eller andet sted så
78 favner rapport bedre. Den anden dimension, der kommer ind i det, i hvert fald fordi at ideen kommer
79 ovre fra den fine verden, er, at en rapport favner mere end tal.

80

81 *Så har I tilføjet et par krav og så vidt som jeg læser det, så er der modificeret lidt i de krav, der var*
82 *før?*

83

84 Der var tre krav eller kriterier for at man kunne opnå prisen tidligere. Nu har vi så tilføjet efterlevelse
85 af ÅRL §99A og adressering af verdensmålene.

86 *Den her eksplicite forespørgsel på efterlevelse af årsregnskabsloven §99A; Jeg tænker bare, at det*
87 *skulle den være også være før?*

88

89 Ja, ja.

90

91 *Så det er et eller andet formelt?*

92

93 Vi havde jo også tidligere været inde og kigge på om rapporten lever op til de krav, der var i
94 årsregnskabsloven. Grunden til at vi lægger de ting som en forudsætning for, at man kan gå videre er,
95 at kravene i årsregnskabsloven på det her område er blevet skærpet fra 2016-2017, dvs. for de
96 regnskaber der var fra 2016, så var der flere ting de skulle i relation til at fortælle om deres
97 forretningsmodel og risikostyring, due diligence og så videre. Og dvs. at når vi har en større palette
98 end nogle få ting, så fandt vi det relevant at italesætte at det var en forudsætning. Det betyder så, at
99 hvis en virksomhed laver en flot rapport men ikke lever op til årsregnskabsloven, kan man så vinde, er
100 man så en rollemodel? Så derfor skal man jo se årsregnskabsloven som en adgangsbillet til, at man
101 overhovedet kommer ind i gruppen af dem der potentielt kan gå videre.

102

103 *Et opklarende spørgsmål: Når du kommer med din årsrapport sammen med din CSR-rapport, så er*
104 *der jo en revisorerklæring i årsrapporten, som i princippet også skal dække den ikke-finansielle*
105 *rapport?*

106
107 Ja, men der er ikke nogen revisorerklæring, for revisoren har jo ikke pligt til at revidere årsrapporten.
108 De har pligt til at gå ind og egentlig give én udtalelse, og en udtalelse er et konsistentstjek, og et
109 konsistentstjek er, at de har pligt til at gå ind og sige; man skal fortælle, at man har en politik, og hvis
110 man ikke har en politik, så skal man fortælle, hvorfor man ikke har det. Ikke et spørgsmål om hvad
111 man skriver, men om man adresserer det. Og det er rigtigt at revisoren har den pligt til at gå ind og
112 sige ”er det okay?”. Baggrunden for at vi ikke bruger det til noget er jo, at de i Erhvervsstyrelsen har
113 lavet en undersøgelse der viser, at der er faktisk er mange virksomheder, som ikke lever op til de
114 formalia de skulle, og hvor revisoren ikke har været inde og give en udtalelse. Der ligger et
115 fortolkningselement et sted, og det er en helt anden problemstilling, men det vi har gjort, det er at vi
116 har sagt, den portefølje af virksomheder vi tager, der går vi selv ind og vurderer om vi synes, at det dér
117 har fundet sted. Så vi laver et selvstændigt stykke arbejde.

118
119 *Og er det jeres oplevelse at I må sortere mange fra på den baggrund?*

120
121 Nej, det vil jeg ikke sige, men der er mange som ”uh, det har de sluppet meget let og elegant henover”
122 på den ene eller anden facon, så vi vil ikke gå ind og rose nogen, og få dem ind i en kategori, af nogen
123 der kan vinde uden selv at have tjekket, om de har compliance-krav i orden.

124 Så kan du kalde det livrem og seler. Men der ligger jo også en anden ting, når vi er inde og synliggøre
125 det. Husk nu selv at tjekke om det her er i orden. Lad være med at lave en fodfejl.

126
127 *Så har I tilføjet det her med, at de skal adressere verdensmålene. Hvordan opgør man adresseringen*
128 *af verdensmålene?*

129
130 Jamen, det har vi gjort, det er, om CSR-rapporteringen indeholder omtale, ja/nej. Hvis ja, er det så en
131 beskrivelse af hvorfor SDG er relevante, er det en identifikation af SDG'erne, hvor virksomheden har
132 et særligt fokus, er der lavet en kobling mellem den strategi, opstiller man virksomhedens egne mål på
133 SDG-området, er der opstillet rapport om nøgletal, kvantitativ/kvalitativt? De her punkter har vi gået
134 ned og kigget på. og det vil så sige, at det vi har fokus på, velvidende at vi står med 2016, mange
135 virksomheder er lige startet op med at arbejde med SDG'erne, så derfor er det mere et spørgsmål om
136 at man kan få en anerkendelse, at vi synes, det er en god ide, men det er ikke et must i sig selv at man
137 har gjort det. Men vi vil gerne kunne følge den der udvikling og også være med til at skubbe til den
138 udvikling. Så derfor havde vi ingen forventning om, at vi kunne sige tjek, tjek, tjek, men vi kunne godt
139 tænke os at have et billede af, hvor mange har så adresseret og hvor mange går ind og tager det ind på
140 den ene eller anden facon. Så vi har taget den med, fordi vi tror at SDG'erne får en meget stigende

141 betydning fremadrettet, så derfor er det også noget vi vil skelne til, men vi skriver jo ikke direkte, at
 142 det er et must for at vinde.

143

144 Så derfor er det man har sagt, som er kerneelementerne i den her, 1'eren er en forudsætning, 2-4 er så
 145 fundamentet. (her hentyder Birgitte Mogensen til kriterierne til CSR Rapporteringsprisen)

146

147 *Så bare lige: "Adressering" kan i princippet være "vi adresserer ikke SDG'erne"?*

148

149 Ja, det er det, men det er der så ikke nogen, der har gjort.

150

151 *Jeg kunne godt tænke mig at vide meget mere om metoden. Man ved, der er et dommerpanel, men*
 152 *hvordan bedømmer de så? Det er jo ikke revisorer, der sidder i panelet.*

153

154 Nej, ingen revisorer i panelet.

155 Det vi har gjort er, at sidste år havde vi en portefølje af virksomheder. Så tog vi ind med de her
 156 kriterier, som er offentliggjort og så fik vi lavet et stykke eksternt analysearbejde. Med alle de her
 157 underkriterier sendte vi et struktureret skema, hvor man går ind punkt for punkt og siger; "er det og det
 158 og det opfyldt?", og så får du en kvalitativ oversigt over, hvad der er opfyldt/ikke opfyldt. Og så kan
 159 man så sige; "hvor mange har så opfyldt med ja/nej/delvis", og der, hvor vi så går ind i vores
 160 undersøgelse, det er, at hvis man kan sige klart nej, så er det et minus, klart ja er et plus, siger man
 161 delvis, så har vi sagt okay, de kommer så med i "ja-et" i den her undersøgelse. Og det betyder så, at så
 162 får du en række virksomheder, som man kan sige nej nej nej, de falder nede i den nederste kvartil, de
 163 går ikke videre. Så har vi en række virksomheder der hedder ja eller delvis. De virksomheder, de er så
 164 i fase 2 gået til arbejdsgruppen.

165 Arbejdsgruppen er medarbejdere i de fire virksomhed, som er repræsenteret i CSR-udvalget, og er de
 166 fire revisionshuse i Danmark som så har adresseret og arbejdet proaktivt omkring CSR-rapportering,
 167 det er Deloitte, PWC, EY og Beierholm. Deres repræsentanter får så den her portefølje af regnskabet
 168 og det gør så, at de får dem med hjem. Alle virksomheder i denne portefølje bliver læst og vurderet af
 169 to virksomheder. Så hvis vi har en rapport, så er det måske PWC og Deloitte, der læser rapporten
 170 uafhængigt af hinanden, forholder sig til hvad de så synes om de her kriterier, og hvem der er bedst.
 171 Så gør vi det i den her sortering, at hvis du er revisor for en virksomhed, der er med, så kan du ikke
 172 bedømme den rapport. Da det er ikke bare et spørgsmål om du har lavet aktiv rådgivning for den
 173 virksomhed, men hvis den virksomhed har valgt dig som revisor, så er de ude.

174 Når det så er sket, så mødes, og der strukturerer man og dokumenterer selvfølgelig, og det betyder
 175 internt i den proces, så giver bedømmerne fra revisionshusene, point. Så er der en beskrivelse af
 176 forretningsmodellen, så siger man ja/nej, og så går man ind og siger "er den god", får den et 1-tal eller
 177 et 5-tal. Så regner man point sammen. Det er altså et internt redskab, de her point, og så går vi ind og

178 siger; ”hvem ligger højest og hvem ligger lavest?”, og så har vi også en mulighed for at sige at ”hvis
179 du og jeg har læst hver sin rapport, er vi så enige?”, fordi så får vi også en kalibrering af, om der er
180 tolkningsproblematikker i den relation. Så samler vi alle rapporterne til et møde, hvor jeg så sidder ved
181 bordenden, og så tager vi simpelthen rapporterne og går dem igennem slavisk; de har fået så og så
182 mange point, hvorfor har vi gjort det, og så går vi ind og vurderer, hvilke rapporter, der i sin helhed, er
183 de bedste.

184 Når vi har gjort det, så laver vi en selektering igen og siger, dem vi så, i arbejdsgruppen finder, er den
185 øverste kvartil, dem sender vi så til det uafhængige dommerpanel. Og det uafhængige dommerpanel,
186 som du har set, hvem sidder i, de får så de her øverste kvartils-rapporter. Og det vi så gør, udover at de
187 får dem, så får de også en SWOT-oversigt, hvor vi skriver, hvad er rapportens styrker, hvad er der af
188 forbedringsmuligheder, og det er ikke en facitliste, men det er for at guide dem. Så de får ikke
189 bedømmelserne fra revisorerne.

190 Så sidder de med alle deres forskellige øjne, og de er meget meget forskellige, og læser rapporterne,
191 og når de så har gjort det, så er der den tredje session, hvor at dommerpanelet mødes. Dommerpanelet
192 har up front vurderet rapporterne i den her kvartil, men de har sådan set adgang til de andre rapporter
193 også. Så hvis de sidder og siger, ”okay, vi har fået de her 15 rapporter, men den der, gad vide hvorfor
194 den ikke er med?”, så kan de hente den. Det er et hjælperedskab, at vi har sorteret dem inden. Så
195 sidder dommerpanelet og har vurderet dem, og så tager vi en evaluering rundt om bordet, hvor vi
196 simpelthen laver det sådan workshopagtigt og går ind og siger til dommerpanelet, ”hvem synes du er
197 den bedste og hvorfor?”. Og så laver vi konsensus til hele dommerpanelet er enige om, at de her 3-4-5
198 er de bedste rapporter. Det er en lang proces. Og det, vi har gjort nyt i 2016 er, at vi har sagt okay, her
199 er 7 virksomheder, det er nok de bedste, tror vi. Som noget nyt inviterede vi så de 7 virksomheder ind
200 til en session, hvor de fik 25 min hvor de fik tid til at præsentere for dommerpanelet. Så fik
201 virksomhederne muligheden for lige at præsentere, og så var det, der var kernen i det møde, det var at
202 dommerpanelet havde mulighed for at stille spørgsmål. Så man havde simpelthen en
203 præsentationsrunde og virksomhederne havde også mulighed for at præcisere nogle ting. Da det så var
204 færdigt, så gjorde dommerpanelet det, at de vurdere om det havde givet en forandring, og først der i
205 step 5, går dommerpanel ind og siger ”Det er vinderen”.

206 Så derfor kan du sige, at det er en proces med rigtig mange ressourcer og rigtig meget arbejde til
207 egentlig at komme op i den flade. Og det betyder egentlig at, dem der så vinder, så kan det godt være,
208 at de har et etisk issue noget tid efter, men der har været mange forskelligartede synspunkter ind under.
209 Og man kan jo lave prisvurderinger på mange måder. Man kan også lægge det ud som en Facebook-
210 afstemning eller nogle andre ting, men det vi så gerne vil med den her pris, for vi er i erhvervslivet, så
211 vi vil jo gerne have at de CSR-rapporteringer der er fra virksomhederne, de er gode synes man. Hvis
212 man er LO, arbejdstager, finansanalytiker, synes man, hvis man er kommunikation, arbejdsgiver og
213 tilhører Dansk Erhverv. Så hvis du kigger hvem der sidder i dommerpanelet, så har vi jo arbejdstager,
214 arbejdsgiver, vi har investorer, også med Københavns Fondsbørs, og Finansforeningen, vi har..

215

216 *NGO'er?*

217

218 NGO'er ja, og vi har også forskning og udvikling. Og kommunikation. Så vi har faktisk en palette af
219 hvilke interessenter, der interesserer sig for virksomheden. Er det mon så det samme man kigger efter,
220 hvis man repræsenterer forskning eller LO? Nej, det er det ikke, men er der nogle virksomheder, der
221 rammer så rigtig på målskiven inden for det. Så derfor har vi så haft den her proces, hvor det både er
222 teknisk analyse, og det er egentlig også en tillidsvækkende analyse i relation i forhold til det
223 revisorerne er inde og kigge på, og så er det jo også en faglig analyse. Og hvis nu vi havde gjort det
224 sådan, at vi havde nogle rapporter og lagt til dommerpanelet, de er jo parts-interessenter, og derfor kan
225 man sige, at hvis det kun var dem.. Der findes jo masser af priser i verden på alle mulige områder,
226 hvor det egentlig er partspriser, og de er meget meget afhængige af den ene eller anden part, der sidder
227 rundt om bordet, og det er jo godt nok, man skal bare vide hvor man er. Men for os har det været
228 vigtigt, at vi har mange lag med i den relation.

229 Dommerpanelet er jo et panel, der skal repræsentere interessenter for en virksomhed, og dermed er det
230 jo ikke sådan, at vi siger, det er tilfældigt, hvem der kommer med. Vi skifter jo ud en gang i mellem,
231 og man laver jo gratis arbejde, der er jo ikke nogen penge i det her, det er rent NGOagtigt. Så alle har
232 jo interesse i at være med til at skubbe den her agenda.

233

234 *Er der så din opfattelse at efter præsentationerne fra virksomhederne, så var der mere klarhed?*

235

236 Ikke i det store vilde, men der kan være i detaljen, ja. Hvorfor har man egentlig gjort, som man har
237 gjort, hvorfor har man brugt så mange sider på det, hvad var det, der skete i den relation? Det der
238 selvfølgelig også interesserede dommerpanelet, det er jo at lige spørge ind til, hvad er det for nogle
239 limitations man har haft i virksomheden, for når man ender med at skrive så meget om det og det
240 emne, hvad er det så for en proces, der har været i virksomheden i relation til, at det er et transparent
241 billede, og hvor meget nogen har lagt deres klamme hånd ind over den relation. Det ved vi ikke rigtigt,
242 men vi spørger ind til processen.

243

244 *Så det er et tiltag I fortsætter med?*

245

246 Ja, altså nu har vi jo ikke udmeldt hvad vi gør i 2018 i den relation, men den proces, der har været
247 omkring så lang en rejse, det holder vi på, og det med at vi inviterer ind, det vil vi også gentage, for
248 dommerpanelet syntes, det var en rigtig god proces og de virksomheder, som så har deltaget, de har
249 haft mulighed for at lige ringe tilbage og spørge tilbage til konkrete ting til CSR-udvalget, og jeg har
250 også holdt møde med nogle af dem, og så har jeg jo spurgt tilbage til, hvad virksomhederne syntes om
251 den proces, og de syntes, det var rigtig rart at have mulighed for egentlig at uddybe nogle ting.

252

253 *Det er vel også en værdi for virksomhederne at se, hvad der ikke har været klart i deres rapport?*

254

255 Ja, og det der har været i vores udviklingsproces har været, at dommerpanelet har siddet nogle gange
256 og sagt ”gad vide, hvorfor de har gjort det?”. Og nu har vi jo så lagt det element ind, at man kan
257 spørge.

258

259 *Jeg er også nysgerrig på, at når I sidder som revisorer og rangerer de her rapporter fra 1-5, hvad får*
260 *så vinderrapporten typisk? Altså, ligger den helt oppe i toppen?*

261

262 Man kan sige, at hvis du har en skala, og du har de sidste 15 rapporter, så ligger de her (Birgitte viser
263 med fingrene, at de ligger i toppen, red.) og de andre ligger hernede (Birgitte viser med fingrene, at de
264 ligger på midten, red.), så går vi ind og egentlig siger ”hvorfor er det at den rapport skulle derop eller
265 derned?”, og det arbejde går jeg bl.a. ind og siger” hvad er årsagen til, at den lå lige netop der eller
266 der?”.

267

268 *Så vinderrapporterne, de er gode?*

269

270 De er bare gode. Og der er jo mange flere, der er gode end lige dem, der ender med at være hos os.

271

272 *Indsender folk deres rapport?*

273

274 Ja, men det er jo lidt en forskel. I 2016 der havde vi 3 indgange. Vi tog de børsnoterede virksomheder
275 med mere end 1500 medarbejdere og tog deres rapporter. Vi skrev ud til dem og sagde, at de indgår i
276 den her analyse, og hvis de var meget irriterede over det, så kunne de jo sige nej, men det var der ikke
277 nogen, der gjorde. Og så tog vi alle virksomheder, som egentlig har tilsluttet sig Global Compact og
278 skrev et brev til dem og opfordrede dem til, selv at sende deres rapporter ind. Vi havde nemlig den
279 hypotese om, at hvis man har tilsluttet sig Global Compact, så har man en ledelsesmæssig interesse for
280 det her område og dermed vil en del af dem også have en interesse i at sende rapporten ind. Det må vi
281 så sige: Det var ikke tilfældet. Så det gør vi ikke igen. Det er jo faktisk interessant, at hvordan kan det
282 være, at der er så mange, der har tilsluttet sig Global Compact og alligevel så få, der så vælger ikke at
283 sende deres rapporter ind.

284

285 *Det må jo pege på, at det ikke er et fokus for virksomhederne?*

286

287 Det viser, at det er noget man gør, men hjertet er ikke så stort for det. Og derudover ved
288 virksomhederne som i al almindelighed havde lyst til at sende ind, så kunne de gøre det. Så derfor fik
289 vi jo rundt om bordet, en palette af de store og de andre, som selv har skulle sende ind, så det er et

290 miks, kan man kalde det. Vi gjorde det også ud fra den betragtning, at hvis du tager de store
291 børsnoterede virksomheder i Danmark, så er der da nogle store virksomheder i Danmark, som vi gerne
292 vil have med, men som ikke er børsnoterede. Vi har mange fondsejede virksomheder i Danmark, store
293 fondsejede virksomheder, vi har Danfoss, Lego, og vi har mange flere. De er jo ikke på Børsen, så det
294 vil så sige, at de kom jo ikke med i vores udtræk.

295

296 *Hvad med sådan en som Chr. Hansen?*

297

298 Det kan jeg ikke lige svare på.

299

300 *Jeg spørger fordi, at jeg har læst deres seneste rapport og de har en meget speciel tilgang til CRS-*
301 *rapportering.*

302

303 Ja, de har en meget speciel tilgang til det. Men jeg må være dig svar skyldig.

304

305 *Det var egentlig også af ren interesse, at jeg spurgte.*

306

307 Ja, men når de så ikke er på Børsen, så kommer de ikke med i vores udvælgelse. De skal aktivt sende
308 deres rapport ind. Og derfor bør man have mulighed for selv at deltage. Altså så man skal ikke
309 udelukkes bare fordi man en anden ejerstruktur.

310

311 *Men I ser alligevel at deltagere, er dem I selv trækker ud i høj grad?*

312

313 Hm, nej, det vil jeg ikke sige.

314

315 *Den måde, jeg undersøger er, at jeg har sat nogle antagelser op og så undersøger om hvis man gjorde*
316 *en af de ting, så ville det fremme transparensen, og en af de ting, jeg har taget med det er den her*
317 *separate revisorerklæring på den ikke-finansielle rapport. Når jeg ser på internationale analyser, så*
318 *er det 2/3 der har det med og i Danmark er det under 1/4, hvilket jeg jo kan se i jeres rapport. Hvordan*
319 *kan det være?*

320

Ja, det er et virkelig godt spørgsmål, jeg godt vil vide noget mere om. Er det fordi revisorerne ikke er proaktive nok, er det fordi at virksomhederne siger nej tak, er det fordi det ikke bliver diskuteret på det ledelsesniveau, hvor det kunne være relevant, eller hvad er det? Og det sjove er jo, at dem der har valgt at få en revisorerklæring, de går jo ikke fra den igen. Så når de først har den, så er de glade for den. Men tærsklen til, at der er flere der får den, den kan også ændre os en lille smule. Og det, der er interessant, og det kan du ikke læse nogen steder, men det kan jeg godt sige, det er, at når vi så er inde og kigge på alle vores kriterier, så kigger vi også af interesse på, hvor mange der har revisorerklæring med og hvor mange har ikke. Det har vi jo så gjort bagefter og tænkt ”hm”. Vi har også fundet nogle andre ting, at folk fx ikke fortæller om deres afgrænsning, om deres regnskabspraksis, og så er hypotesen jo inde hos os, at dem der så har fået en revisorerklæring, hvordan ligger de så på de andre parametre? Er de så bedre til at fortælle om deres anvendte regnskabspraksis, om deres KPI’er, og udviklingsforklaringer osv.? Og ja, det er de. Og derfor må man jo så sige, at det revisoren gør ud over at lave en erklæring, det er, at revisoren er med til at skubbe processen i at det bliver en meget bedre rapport. Og så kan man sige, hvorfor har vi så ikke skrevet om det, og det kan også godt være, at vi kommer til at gøre det.

Jeg kan se, at I har påtalt det i jeres forslag til forbedringer.

Ja, men det der er i det, er, at vi vil så gerne, når vi laver en undersøgelse, være så neutrale som muligt. Det er jo det værste i en brancheforening, det er, at der altid er nogen der kommer og siger ”æv bæv, I vil bare sælge revisorerklæringer”, og det vil vi også gerne, så jeg har faktisk været med til ikke at fokusere på det her endnu. Det kan vi så gøre på et andet tidspunkt. For så bliver det sådan at det der er det interessante, det kigger de ikke på. Så kigger de bare på revisorerne og siger ”åh, det her er bare skæg” og det skal det ikke være. Det er ikke formålet. Men det er givet, at der er en forskel på de virksomhed som har en revisorerklæring. Det kunne også være en anden tredjepart, men bare det, at der er en tredjepart, til at diskutere hvorfor har I ikke det med, er I klar over, at det vil give den værdi, så får man en anden proces i virksomhed og så får man en mere robust helhedsorienteret rapport.

Jeg kan også se, at der er forskel på revisorerklæringer. Mærsk har en, men Carlsberg har en delvis erklæring. De har kun givet adgang til nogle ting som skal revideres. Skal man tage det som et udtryk for at de ikke har metoder og procedurer på området?

Der kan være flere årsager til det. Det kan være, at man siger, ”det her er en rejse, vi er på og vi har nogle elementer, nogle data på miljøområdet fx, og de er faktisk robuste. Det vil vi gerne have en erklæring på. Så er der noget, hvor vi egentlig arbejder på det, så det vil vi gerne vente med at have en erklæring på det”, så derfor kan det give god mening at man tager noget med og noget andet. Der kan også være et andet forhold, der siger at ”de her informationer er vigtige for dig som bruger. Det er dem som du egentlig skal have mest tillid til. Det andet er nice to know, men det er ikke så vigtigt”, så derfor laver de en revisorerklæring, som kommer ind om den her delmængde, som du skal have størst

360 tillid til. Der hvor erklæringen og rapporten kan blive svag er, hvis du som læser ikke kan se, hvorfor
361 du har valgt det ene og det andet

362

363 *Ja, for det var min undring nemlig, "hvorfor må jeg ikke vide det"?*

364

365 Og det er jo et samspil mellem virksomhed og revisor, at man egentlig er transparent om den rejse
366 man er på. Og hvis man ikke har den information med, så nærer du jo mistillid til helheden, så ved du
367 ikke, hvad du skal bruge det til. Så ud fra en kommunikationsvinkel, så er der nogle
368 udviklingspotentialer i at man er bedre i relation revisor/virksomhed til at forklare de ting.

369

370 *Det næste må jo så være de her niveauer af revision?*

371

372 Ja, en begrænset erklæring er en erklæring, som har negativt afgrænsede spørgsmål som "vi har ikke
373 grundet det og det". Der hvor man siger, vi har revideret og fundet den positive erklæring, hvis revisor
374 udtaler sig positivt om de her ting, det er der, hvor man laver mest. Den negative erklæring er der,
375 hvor man laver mindst.

376

377 *Og vi er ikke nået til den positive erklæring endnu?*

378

379 Nej, der er nogle få virksomheder som har den positive. Novozymes har den positive fx.

380

381 *Jeg kunne også godt tænke mig at spørge; inde i jeres 4. punkt hvor I kigger på tillid og rammer, så*
382 *denne her referenceramme, som I nævner, hvad er det?*

383

384 Referencerammer er, at når du læser en rapport, hvad er det så virksomheden har tænkt som reference
385 når de laver deres rapport. Er det en GRI-rapportering (Global Reporting Initiative), er det en GC-
386 rapport (Global Compact) eller er det en anden fortællingsramme, man har kigget efter fx en
387 industrispecifik rapport? Og også når folk skal læse den, så har du fx. som kommunikationsfaglig en
388 referenceramme, hvad er "rammen" rundt om det, jeg læser, og det er egentlig den, vi efterlyser.
389 Verdensmålene fx. udvikler sig, og det vil også være en referenceramme, man har rundt omkring. Og
390 derfor synes vi, at når du har en CSR-rapport, hvad skal den så favne i sin referenceramme, og hvis du
391 egentlig har en ide om, at du gerne vil lave en GRI-rapportering, så har du jo en tænkning og et sæt
392 kriterier, du lægger ind i den her ramme. Hvis det er en GC-rapport, så har du mere frie rammer i den
393 relation, og for at man kan forstå rammerne, som virksomheden har siddet med, når de har tænkt, det
394 forøger forståelsen for, hvad det er jeg læser.

395

396 *I favoriserer ikke nogen ramme?*

397

398 Nej, overhovedet ikke. Det vi siger er, at hvis man siger, at det er transparensen og vigtigheden af at
399 man forklarer, hvilken ramme, man har brugt. Der er også mange virksomhed som udover
400 årsregnskabet og compliance-relationer, derudover selv har valgt og ladet sig inspirere af andre
401 aspekter og så har de siddet med alle den her inspiration og sagt ”nej, vi vil ikke følge det slavisk, vi
402 vil lave vores egen ramme” og det er fint. Vi skal bare vide hvilken. Det er egentlig et spørgsmål om
403 transparens.

404

405 *Har du nogen ting I kommer til at ændre næste år?*

406

407 Det kan jeg ikke svare dig på, for vi har ikke haft nogen beslutningsmøder omkring de ting. Men den
408 trend der er, at fra at man går fra, at man fortæller en historie og underbygger med KPI'er og tal, så er
409 vi der nu, at det er egentlig KPI'erne og tallene og ESG-udviklingen, som man gerne vil have, som
410 man kan bruge til noget i hvert fald for finansielle interessenter, og så har man en historie udenom
411 tallene. Og det er jo ikke enten eller, men det er en udviklingstrend fra at man i de første rapporter
412 havde en meget stærkt storytelling med nogle tal gemt lidt væk.

413

414 *Jeg kan også se, at dommerpanelet også skal kigge på det lovpligtige indhold. Betyder det så, at man*
415 *skal se bort fra historien?*

416

417 Ja, hvis man siger, at man har en forpligtelse som revisor til, at hvis man læser noget, som man ved
418 positivt er forkert, så skal man reagere. Men hvis en virksomhed skriver, at ”vi er de ypperste i
419 Danmark til at arbejde med klimaforbedringer”, så må man jo som revisor sige ”arh, det er lige stærkt
420 nok. Er det reklame det her?”. Men hvis man går ind og siger, ”vi har en politik, og vi har valgt de og
421 de områder, vi måler på det og det, og vi arbejder på den og den måde”, så hvis man informerer
422 om den rapportering der er typemæssig, så har revisoren ikke pligt til at gå ind i materien med mindre
423 virksomheden vælger at det vil de gerne have revisor til. Og det er jo det man gør i nogle af de
424 erklæringer, som vi nu kan læse. Hvor revisor går ind i realia udover formalia og forholder sig til, er
425 det den rigtige ramme, struktur, rigtige måde man får samlet sine KPI'er på og får forklaret dem.

426

427 *Revisorerne er i stand til at vurdere de her ting? Det er ikke en yderligere udfordring fordi det er en*
428 *ikke-finansiell rapport?*

429

430 Nej, det er det ikke. Men der findes jo ikke noget job, hvor man ikke skal have en hvis form for viden.
431 Men du kan sige at værktøjskassen som revisoren har med, når man evaluerer regnskaber og alt muligt
432 andet som revisoren har speciale i, den værktøjskasse er den samme om en information ender på EUR
433 eller kWh. Groft sagt i hvert fald. Så kan der være nogle forudsætninger for at man fx skal gå ind og
434 forholde sig til menneskerettigheder, og det har revisorer nok ikke lige lært på CBS, så der en form for
435 opgradering eller tillæg til det, men det er jo ikke noget, som kræver en ny uddannelse. Men du skal
436 forholde sig til de ting og det skal du også kunne i revision, hvor du skal kunne forholde dig til nye
437 kommunikationsmedier. Så man skal holde sig ajour. Og der er selvfølgelig nogen, der ikke
438 interesserer sig for menneskerettigheder. Og andre vil kunne. Så næsten så godt som alle revisorer har
439 en eller anden specialisering, enten fordi de sidder i en bestemt funktion i en større virksomhed eller
440 de arbejder med kunder i en bestemt sektor. Så den specialisering er jo ikke i grunduddannelsen, men
441 den kommer, når man kommer ud i virksomhed. Og der er så nogle af dem, som er mere
442 specialiserede på CSS-området end andre.

443

444 *Noget af det, som jeg læser forskning om, er, at når man så kigger på rapporter inden for samme*
445 *industri og samme guidelines, fx GRI, men man kan faktisk ikke rigtig sammenligne de rapporter. Er*
446 *det noget, du synes, står i vejen for CSR-rapportering?*

447

448 Det gør det da. Hvis man er en, der gerne vil sammenligne virksomheder fx investor, analytiker, bank
449 eller noget andet, hvad er det så egentlig, du gerne vil i den relation? Og hvis man ikke kan
450 sammenligne, så har de da et problem. Og det er derfor, jeg synes, det er så interessant, og det er der
451 flere forskellige projekter på, at man skal kunne sammenligne.

452

453 *ESG er kommet med nye anbefalinger til rapportering. Er det noget I kommer til at have med i jeres*
454 *prisuddeling?*

455

456 Ja, det vil jeg tro. Hvorvidt vi har det næste år, ved jeg ikke rigtig, men hele governance-delen vil vi
457 komme til at sætte fokus på også.

458

459 *Tror du overhovedet at der er potentiale for at man kan lave en egentlig vurdering af hvem der er mest*
460 *ansvarlig?*

461

462 Det kan du ikke. Nej.

463

464 *Hvad er det der motiverer virksomheder mest til at rykke på CSR-området? Har I succes med at*
465 *motivere dem med CSR-prisen?*

466

467 Ja, altså virksomhederne ser at værdiskabelse er mere end ren kortsigtet kroner og øre. Ansvarlighed
468 overfor eksternalitet er en helt anden dimension i dag. Det er god tone. Så skal du også lave nogle
469 produkter som fremtidens forbrugere vil købe, og så har du et globalt samfund, hvor kommunikation
470 er her og nu og alle steder, så din shitstorm den vil altid komme. Så du skal have et beredskab og så
471 skal du også kunne tiltrække nogle medarbejdere, og hvem vil arbejde for nogle bøv-virksomheder. Så
472 governance er noget helt andet end det er i dag.

473

474 *Så du tror på at udviklingen skal motiveres af guleroden og ikke lovgivning?*

475

476 En kombination. Men nogle gange bruger man lovgivning til at skubbe folk i en bestemt retning, men
477 lovgivning i sig selv er et middel, ikke et mål.

Bilag 2 - kriterier i 2016 og 2017

Kriterier 2016:

Relevans

- *Det forretningsmæssige formål:* Beskrives virksomhedens formål med CSR og sammenhæng til forretningsstrategien, herunder virksomhedens forretningsmodel?
- *Interessentinvolvering:* Beskrives virksomhedens tilgang til, samt dialog og samarbejde med væsentlige interessentgrupper som led i virksomhedens arbejde med CSR?
- *Væsentlighed:* Begrunder virksomheden, hvorfor de valgte CSR emner er væsentlige at arbejde med og rapportere om, herunder med en beskrivelse af den proces virksomheden anvender for at beslutte hvilke emner, der er de væsentlige?
- *Risici:* Beskrives CSR-relaterede risici i forhold til virksomhedens forretningsaktiviteter?

Klarhed

- *Overblik:* Indeholder rapporteringen et overblik over virksomhedens emner og aktiviteter inden for CSR og behandles disse emner konsistent - fra strategi og politik, over handlinger til resultater og forventninger til fremtiden?
- *Afgrænsning:* Er det tydeligt hvilken periode og dele af virksomheden rapporteringen gælder for (f.eks. anføres et konkret regnskabsår; hvilke af virksomhedens kontrollerede enheder / aktiviteter der er indeholdt; forståelig angivelse af medtagne aktiviteter, data mv. hvor virksomheden har medindflydelse mv.)?
- *Sammenlignelighed:* Er der mulighed for at sammenligne årets resultater til tidligere års resultater (f.eks. tabel med seneste års resultater; udviklingsforklaringer i tal og tiltag), herunder med andre virksomheder (f.eks. brug af branche-specifikke indikatorer mv.)?
- *Koncis:* Er det en præcis rapportering, der giver indsigt, er logisk opbygget og let forståelig?

Troværdighed

- *Balance:* Er der balance i rapporteringen med omtale af både positive og negative udviklinger (f.eks. i resultater), samt om lette og svære CSR forhold, herunder dilemmaer?
- *Målbarhed:* Indeholder rapporteringen mål, nøgletal og indikatorer på væsentlige CSR-områder til at understøtte fremdrift og årets resultater?
- *Dataopgørelse:* Beskrives det hvilke kilder og metoder, der er brugt til opgørelse af kvantitative data (regnskabspraksis)?
- *Pålidelighed:* Er rapporteringen underkastet ekstern verifikation med en offentliggjort erklæring fra en uvildig tredjepart og/eller giver rapporteringen indsigt i virksomhedens brug af interne kontroller til reduktion af risici og sikring af pålidelig rapportering?

Kriterier 2017

1. **Lovkrav vedr. redegørelse for samfundsansvar**
 - efterlevelse af Årsregnskabslovens oplysningskrav vedr. § 99 a vurderes som en grundlæggende forudsætning for at komme i betragtning til prisen
2. **Den røde tråd**
 - en rød tråd vurderes som væsentlig for at skabe en sammenhængende rapportering, der ikke blot iscenesætter CSR i kontekst af virksomhedens kerneforretning, men også formidler logisk, koncist, forståeligt og balanceret om virksomhedens arbejde med CSR
3. **Mål & tal**
 - brug af mål og tal vurderes som afgørende i forhold til at understøtte virksomhedens rapportering om fremdrift og årets resultater
4. **Tillid & rammer**
 - en klar referenceramme, forståelig afgrænsning og inddragelse af uvildig tredjepart omkring virksomhedens rapportering vurderes som betydningsfuldt i forhold til at skabe tillid til rapporteringen
5. **Adressering af FN's Verdensmål i rapporteringen**
 - et fokus på hvordan virksomheden konkret understøtter FN's Verdensmål vurderes som afgørende i forhold til at opnå anerkendelse