



ECG-bokslutets 17 delar


ECG – Economy for the Common Good

Emma Dalvåg
2717-03-13



de 17 ECG-kriterierna...

Economy for the Common Good 4.1

VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	 A1: Etisk hantering av leverantörskedja 90				
B) Investerarare	B1: Etisk hantering av ekonomi 30				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämställdhet 90	C2: Rättvis fördelning av arbete 50	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende 30	C4: Rättvis fördelning av inkomster 60	C5: Transparens 90
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning 50	D2: Samarbete 70	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster 90	D4: Social design av produkter och tjänster 30	D5: Höja sociala och etiska standarder 30
E) Social/ miljö	E1: Produktens påverkan 90	E2: Bidrag till det lokala samhället 40	E3: Minskad miljöpåverkan 70	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa 60	E5: Extern transparens 30



A1 Etisk hantering av leverantörskedja

A1 Etisk hantering av leverantörskedja

VARDERING	Mänsklig värdighet	Samarbete & Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
INTRESSENTER					
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja Aktiv undersökning av riskerna med köpta varor och tjänster, när det gäller sociala och ekologiska aspekter på leverantörer och andra partners.				
B) Investörer	B1: Etisk hantering av ekonomi Beaktande av sociala och ekologiska aspekter vid val av banktjänster, allmännyttiga investeringar och finansieringar				
C) Anställda & ägare	C1: Kvalitet i arbete och positiv särbehandling Struktur och organisationskultur för medarbetare, rättvis anställnings- och lönepolicy, hälsa och säkerhet på arbetsplatsen, balans mellan arbete och privatliv, flexibla arbetstider, jämlikhet och mångfald.	C2: Rättvis fördelning av arbete (50) Minskning av övertid, borttagande av obetald övertid, minskning av totalt arbetade timmar, bidrar till att minska arbetslöshet	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende Aktivt främjande av hållbar livsstil hos medarbetarna (aktiva, näringsriktig föda), utbildning och aktiviteter som höjer medvetandet, hållbar organisationskultur	C4: Rättvis fördelning av inkomster Liten löneskillnad inom organisationen, följsamhet till min- och maxlön	C5: Transparens och medbestämmande i företaget Omfattande transparens inom organisationen, medarbetare väljer chefer, demokratiska beslut om grundläggande strategiska frågor, överföring av ägande till medarbetarna
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning och kundrelationer Etiska affärsrelationer med kunder, kundorientering och medbestämmande, gemensam produktutveckling, högkvalitativa tjänster, hög insyn i produkter	D2: Samarbete med verksamheter inom samma område Överföring av "know how", personal, uppdrag och ränrefria lån till andra verksamheter inom samma område, medverkan i gemensamma marknadsaktiviteter och krishantering	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster Erbjudna produkter & tjänster som är ekologiskt överlägsna; medvetandehöjande program, beakta ekologiska aspekter när vi väljer kundmålgrupp	D4: Social design av produkter och tjänster Information, produkter & tjänster för socialt missgynnade grupper, stödjande strukturer på marknaden som är värdeorienterade	D5: Höja sociala och etiska standarder Exemplariskt beteende i verksamheten, utveckla ännu högre standards tillsammans med verksamheter inom samma område, lobbying
E) Social miljö: Region, väljare, samhället, framtida generationer, djur & natur	E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster Att produkter & tjänster tillgodoser grundläggande mänskliga behov eller tjänar mänskligheten, samhället eller miljö	E2: Bidrag till det lokala samhället Ömsesidigt stöd och samarbete genom ekonomiska resurser, tjänster, produkter, logistik, tid, kunskap, know-how, kontakter, påverkan	E3: Minskad miljöpåverkan Minskning av miljöeffekter mot en hållbar nivå, resurser, energi, klimat, utsläpp, avfall m.m.	E4: Investera vinsten i det gemensamma bästa Minimera eller ta bort extern utdelning, utbetalningar till anställda, ökad jämlikhet, sociala- ekologiska investeringar	E5: Social transparens och medbestämmande ECG- och hållbarhetsrapportering, lokala intressenter och NGO's deltar i beslutsfattande
Negativa kriterier	Överträdelse av ILO's normer) /mänskliga rättigheter -200 Produkter som skadar människovärde och mänskliga rättigheter (t.ex. landminor, kämkraft, GMO's) -200 Outsourcing eller samarbete med organisationer som kränker människovärde -150	Fientligt övertagande -200 Blockera patent -100 Dumpa priser -200	Massiv miljöförorening -200 Grov kränkning av miljöstandarder -200 Planerad inkurans (kort livslängd för produkter) -100	Betalar olika till män & kvinnor -200 Nedskärningar eller flyttar jobb utomlands trots lönsamhet -150 Dotterbolag i skatteparadis -200 Avkastningsränta på kapital >10% -200	Ikke avslöjande av dotterbolag -100 Förbud mot företagsinsamlingar -150 Ikke avslöjande av betalning till lobbyister -200 Överdrivna inkomstskillnader i en verksamhet -150

*(Internationella arbetsorganisationen (ILO) är FN:s fackorgan för sysselsättnings- och arbetslivsfrågor)



A1 Etisk hantering av leverantörskedja

Delkriterier

A1.1 Regionala, ekologiska och sociala aspekter

A1.2 Aktiv undersökning om köpta varor & tjänsters påverkan

A1.3 Grundförutsättningar för rättvis prissättning

A1 Etisk hantering av leverantörskedja

Del-kriterium A1.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Regionala, ekologiska och sociala aspekter...</p> <p>Mer fördelaktiga alternativ övervägs...</p> <p><i>(Relevans: hög)</i></p>	<p>...begränsat till de fall produkterna har negativa sociala och/eller ekologiska effekter (grön elektricitet)</p>	<p>...i fråga om några viktiga varor & tjänster</p>	<p>...i fråga om flertalet viktiga varor & tjänster + vid jämförelse mycket låg konsumtion eller stor minskning av kritiska material där inga fördelaktiga alternativ finns</p>	<p>.... i fråga om alla viktiga köpta varor & tjänster + innovativa lösningar för att undvika kritiska material där inga fördelaktiga alternativ finns</p>



A1 Etisk hantering av leverantörskedja

Del-kriterium A1.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Aktiv undersökning om köpta varor och tjänsters påverkan och hur man försäkrar måluppfyllelse och verifieringsprocess</p> <p><i>(Relevans: medel)</i></p>	<p>Intern granskning genom att aktivt söka information i frågan. Integrering av sociala och ekologiska aspekter i avtalsmässiga frågor (ex. uppförandekod, etisk kod)</p>	<p>Intern granskning när det gäller risker och huvudleverantörer. Utbildningar, budget, tid för diskussioner med experter för all personal som är involverade i inköpsprocesserna</p>	<p>Rutinmässig utvärdering av sociala / ekologiska effekter och alternativ. Måluppfyllelsen försäkras genom oberoende granskning t.ex. certifiering, kvalitetsstämpel, samarbete med NGOer</p>	<p>Initiativ tillsammans med flera intressenter (t.ex. med marknadspartners, NGOer etc) när det gäller sociala och ekologiska aspekter</p>

A1 Etisk hantering av leverantörskedja

Del-kriterium A1.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Grundförutsättningar för rättvis prissättning</p> <p><i>(Relevans: låg)</i></p>	<p>Inga leverantörskedjor värderas med avseende på enbart pris (ex. utförsäljning eller vid upphandlingar)</p> <p>Inga bonus-system för köparen som är beroende av pris.</p>	<p>Långsiktiga samarbeten & relationer prioriteras jämfört med kostnadsinriktade val</p>	<p>Utvärdering av köparens agerande genom regelbundna diskussioner med anställda, som riktar in sig på förändringar när det gäller etisk hantering</p>	<p>En innovativ försörjningsstruktur (t.ex. delta i något alternativt valutakoncept, ekonomiska tillvägagångsätt för att stimulera solidariskt jordbruk)</p>



B1 : Etisk hantering av ekonomi

B1 Etisk hantering av ekonomi

VÄRDERING	Mänsklig värdighet	Samarbete & Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
INTRESSENER					
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja Aktiv undersökning av riskerna med köpta varor och tjänster, när det gäller sociala och ekologiska aspekter på leverantörer och andra parter. 90				
B) Investörer	B1: Etisk hantering av ekonomi Beaktande av sociala och ekologiska aspekter vid val av banktjänster, allmännyttiga investeringar och finansieringar. 30				
C) Anställda & ägare	C1: Kvalitet i arbete och positiv särbehandling Struktur och organisationskultur för medarbetare, rättvis anställnings- och lönepolicy, hälsa och säkerhet på arbetsplatsen, balans mellan arbete och privatliv, flexibla arbetstider, jämlikhet och mångfald. 90	C2: Rättvis fördelning av arbete (50) Minskning av övertid, borttagande av obetald övertid, minskning av totalt arbetade timmar, bidrar till att minska arbetslöshet. 50	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende Aktivt främjande av hållbar livsstil hos medarbetarna (aktiva, näringsriktig föda), utbildning och aktiviteter som höjer medvetandet, hållbar organisationskultur. 30	C4: Rättvis fördelning av inkomster Liten löneskillnad inom organisationen, följsamhet till min- och maxlön. 60	C5: Transparens och medbestämmande i företaget Omfattande transparens inom organisationen, medarbetare väljer chefer, demokratiska beslut om grundläggande strategiska frågor, överföring av ägande till medarbetarna. 90
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning och kundrelationer Etiska affärsrelationer med kunder, kundorientering och medbestämmande, gemensam produktutveckling, högkvalitativa tjänster, hög insyn i produkter. 50	D2: Samarbete med verksamheter inom samma område Överföring av "know how", personal, uppdrag och ränftefria lån till andra verksamheter inom samma område, medverkan i gemensamma marknadsaktiviteter och krishantering. 70	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster Erbjuda produkter & tjänster som är ekologiskt överlägsna; medvetandehöjande program, beakta ekologiska aspekter när vi väljer kundmålgrupp. 90	D4: Social design av produkter och tjänster Information, produkter & tjänster för socialt missgynnade grupper, stödjande strukturer på marknaden som är värdeorienterade. 30	D5: Höja sociala och etiska standarder Exemplariskt beteende i verksamheten, utveckla ännu högre standards tillsammans med verksamheter inom samma område, lobbying. 30
E) Social miljö: Region, väljare, samhället, framtida generationer, djur & natur	E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster Att produkter & tjänster tillgodoser grundläggande mänskliga behov eller tjänar mänskligheten, samhället eller miljö. 90	E2: Bidrag till det lokala samhället Ömsidigt stöd och samarbete genom ekonomiska resurser, tjänster, produkter, logistik, tid, kunskap, know-how, kontakter, påverkan. 40	E3: Minskad miljöpåverkan Minskning av miljöeffekter mot en hållbar nivå, resurser, energi, klimat, utsläpp, avfall m.m. 70	E4: Investera vinsten i det gemensamma bästa Minimera eller ta bort extern utdelning, utbetalningar till anställda, ökad jämlikhet, sociala- ekologiska investeringar. 60	E5: Social transparens och medbestämmande ECG- och hållbarhetsrapportering, lokala intressenter och NGO's deltar i beslutsfattande. 30
Negativa kriterier	Överträdelse av ILO's normer) /mänskliga rättigheter -200 Produkter som skadar människovärde och mänskliga rättigheter (t.ex. landminor, kämkraft, GMO's) -200 Outsourcing eller samarbete med organisationer som kränker människovärde -150	Fientligt övertagande -200 Blockera patent -100 Dumpa priser -200	Massiv miljöförorenning -200 Grov kränkning av miljöstandarder -200 Planerad inkurans (kort livslängd för produkter) -100	Betalar olika till män & kvinnor -200 Nedskärningar eller flyttar jobb utomlands trots lönsamhet -150 Dotterbolag i skatteparadis -200 Avkastningsränta på kapital >10% -200	Ikke avslöjande av dotterbolag -100 Förbud mot företagsamlingar -150 Ikke avslöjande av betalning till lobbyister -200 Överdrivna inkomstskillnader i en verksamhet -150

*(Internationella arbetsorganisationen (ILO) är FN:s fackorgan för sysselsättnings- och arbetslivsfrågor)



B1 : Etisk hantering av ekonomi

Underkriterier

B1.1 Internalisering

B1.2 Etisk & hållbar kvalitetssäkring av finansiella tjänsters leverantörer

B1.3 Investeringar med fokus på allmännyttan

B1.4 Företagens finansiering inriktad på att generera allmännyttan

B1 : Etisk hantering av ekonomi

Del-kriterium B.1.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Internalisering <i>(Relevans: måttlig)</i>	Förankring av etisk ekonomistyrning i företagets verksamhetsidé	Implementering av etisk ekonomistyrning genom aktiviteter i företaget (1)	Genomförande av etisk ekonomistyrning i ett stort antal av företagets aktiviteter	Etisk ekonomistyrning av företagets alla aktiviteter.

1. T.ex. etik-utbildning för anställda inom ekonomistyrning; ämnesrelaterade informationsmöten för anställda, etc

B1 : Etisk hantering av ekonomi

Del-kriterium B.1.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Etisk & hållbar kvalitet på finansiella tjänsternas leverantörer <i>(Relevans: låg)</i>	Konventionell bank med egna etiska & hållbara produkter (<5% av kredit- eller sparvolym) Ingen inblandning i s.k. kritiska projekt (2)	Konventionell bank med ett stort antal etiska produkter (> 5% av kredit- eller spar-volym)	Bank övervägande specialiserad på etiska & hållbara finansiella tjänster	Leverantör av enbart etiska & hållbara finansiella tjänster

(2) Banktrack bl.a., kan fungera som en forskningskälla för stora finansiella institutioner (www.banktrack.org).

B1 : Etisk hantering av ekonomi

Del-kriterium B.1.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Investeringar inriktade på allmännyttan (3)</p> <p><i>(Relevans: hög)</i></p>	<p>Delvis investeringar i etiska & hållbara projekt men <u>inte</u> i enlighet med de bästa tillvägagångssätten</p>	<p>Huvudsakligen investeringar i etiska & hållbara projekt (4)</p> <p><i>Negativa kriterier + användning av kapital-avkastningen för sociala/ekologiska Investeringar</i></p>	<p>Enbart investering i etiska & hållbara projekt.</p> <p><i>Negativa kriterier + delvis avstår från räntor och eller utdelning på investeringar</i></p>	<p>Enbart investering i etiska & hållbara projekt.</p> <p>Aktieägares påverkansgrad + avsäger sig fullt ut rätten till ränta och/eller utdelning för att kunna göra investeringar</p>

B1 : Etisk hantering av ekonomi

B1.3 Investeringar inriktade med fokus på allmännyttan

3. T.ex. genom öppna finansieringspolicier från banken, definition av tydliga kriterier för uteslutning på grundval av Frankfurt-Hohenheim riktlinjer, till exempel samarbetspartners, kunder, leverantörer, ingen användning av spekulativa finansiella derivat, etc.

4 T.ex. lån för etiska / ekologiska projekt, investeringar i förnybar energi, energirenovering, forskning och utveckling inriktad på allmännyttan.

B1 : Etisk hantering av ekonomi

Del-kriterium B.1.4	Påbörjat (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Företagets finansiering inriktad på att generera allmännytta <i>(Relevans: låg)</i>	Ingen egen kapitalfinansiering via finansiärer utan sysselsättning i företagen (5)	Försök att finansiera via intressenter (6) eller genom lån från banker som inte delar ut vinst	Framgångsrikt påbörjat finansiering via intressenter eller banklån som leder till delvis avstående från räntor	Räntefri finansiering mestadels med hjälp av intressenter eller räntefritt banklån

5 T.ex. handel med aktier, investeringar i tysta partners med avsikt att förbereda en nyemission.

6 kan vara anställda, medborgare (t.ex. lokalt medborgardeltagande inom området hållbar energi).



C1: Arbetsmiljö och jämställdet

C1: Arbetsmiljö och jämställdhet

VÄRDERING	Mänsklig värdighet	Samarbete & Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens	
INTRESSENTER						
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja Aktiv undersökning av riskerna med köpta varor och tjänster, när det gäller sociala och ekologiska aspekter på leverantörer och andra partners.					90
B) Investerarere	B1: Etisk hantering av ekonomi Beaktande av sociala och ekologiska aspekter vid val av banktjänster, allmännyttiga investeringar och finansieringar					30
C) Anställda & ägare	C1: Kvalitet i arbete och positiv särbehandling Struktur och organisationskultur för medarbetare, rättvis anställnings- och lönepolicy, hälsa och säkerhet på arbetsplatsen, balans mellan arbete och privatliv, flexibla arbetstider, jämlikhet och mångfald.	C2: Rättvis fördelning av arbete (90) Minskning av övertid, borttagande av obetald övertid, minskning av totalt arbetade timmar, bidrar till att minska arbetslöshet	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende Aktivt främjande av hållbar livsstil hos medarbetarna (aktiva, näringsriktig föda), utbildning och aktiviteter som höjer medvetandet, hållbar organisationskultur	C4: Rättvis fördelning av inkomster Liten löneskillnad inom organisationen, följsamhet till min- och maxlön	C5: Transparens och medbestämmande i företaget Omfattande transparens inom organisationen, medarbetare väljer chefer, demokratiska beslut om grundläggande strategiska frågor, överföring av ägande till medarbetarna	90 50 30 60 90
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning och kundrelationer Etiska affärsrelationer med kunder, kundorientering och medbestämmande, gemensam produktutveckling, högkvalitativa tjänster, hög insyn i produkter	D2: Samarbete med verksamheter inom samma område Överföring av "know how", personal, uppdrag och rättsfria lån till andra verksamheter inom samma område, medverkan i gemensamma marknadsaktiviteter och krishantering	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster Erbjuda produkter & tjänster som är ekologiskt överlägsna; medvetandehöjande program, beakta ekologiska aspekter när vi väljer kundmålgrupp	D4: Social design av produkter och tjänster Information, produkter & tjänster för socialt missgynnade grupper, stödjande strukturer på marknaden som är värdeorienterade	D5: Höja sociala och etiska standarder Exemplariskt beteende i verksamheten, utveckla ännu högre standards tillsammans med verksamheter inom samma område, lobbying	50 70 90 30 30
E) Social miljö: Region, väljare, samhället, framtida generationer, djur & natur	E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster Att produkter & tjänster tillgodoser grundläggande mänskliga behov eller tjänar mänskligheten, samhället eller miljö	E2: Bidrag till det lokala samhället Ömsidigt stöd och samarbete genom ekonomiska resurser, tjänster, produkter, logistik, tid, kunskap, know-how, kontakter, påverkan	E3: Minskad miljöpåverkan Minskning av miljöeffekter mot en hållbar nivå, resurser, energi, klimat, utsläpp, avfall m.m.	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa Minimera eller ta bort extern utdelning, utbetalningar till anställda, ökad jämlikhet, sociala- ekologiska investeringar	E5: Social transparens och medbestämmande ECG- och hållbarhetsrapportering, lokala intressenter och NGO's deltar i beslutsfattande	90 40 70 60 30
Negativa kriterier	Överträdelse av ILO's normer) /mänskliga rättigheter -200 Produkter som skadar människovärde och mänskliga rättigheter (t.ex. landminor, käckkraft, GMO's) -200 Outsourcing eller samarbete med organisationer som kränker människovärde -150	Fientligt övertagande -200 Blockera patent -100 Dumpa priser -200	Massiv miljöförorenning -200 Grov kränkning av miljöstandarder -200 Planerad inkurans (kort livslängd för produkter) -100	Betalar olika till män & kvinnor -200 Nedskärningar eller flyttar jobb utomlands trots lönsamhet -150 Dotterbolag i skatteparadis -200 Avkastningsränta på kapital >10% -200	Ikke avslöjande av dotterbolag -100 Förbud mot företagssamlingar -150 Ikke avslöjande av betalning till lobbyister -200 Overdrivna inkomstskillnader i en verksamhet -150	

*(Internationella arbetsorganisationen (ILO) är FN:s fackorgan för sysselsättnings- och arbetslivsfrågor)

C1: Arbetsmiljö och jämställdet

Parametrar

- Klassificering av hela arbetsstyrkan i kategorier av anställda, anställningsform (typ av anställningskontrakt) och kön
- Frånvaro av någon av de olika kategorierna i jämförelse med andra företag i branschen?
- Hierarkinivåer med antalet anställda per nivå och mångfaldsparametrar (könsfördelning / personer med funktionsnedsättning / flerkulturella erfarenheter /)

C1: Arbetsmiljö och jämställdhet

C1.1 Personalorienterad organisatorisk kultur och struktur

C1.2 Rättvis sysselsättning- och lönepolicy

C1.3 Arbetsmiljö och hälsofrämjande arbetsplats

C1.4 Jämställdhet och mångfald

C1: Arbetsmiljö och jämställdet

Del-kriterium C.1.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Medarbetar-orienterad organisations-kultur och struktur (8) <i>(Relevans: Måttlig)</i>	Inledande åtgärder; planering av ytterligare åtgärder (idealt: inkorporering i helhetskonceptet) med konkret plan för implementering	Genomförande av övergripande åtgärder; tydliga måttetal för att anpassa strukturer, processer och tänkesätt hos cheferna	Övergripande åtgärder etableras och genomförs. Resultat utvärderas; Utvärderingsresultatet införlivas och genomförs	Övergripande koncept säkerställt genom Utvärdering, är fullständigt genomfört och strukturellt förankrat; alla chefer lever en medarbetar-inriktad organisations-kultur

C1: Arbetsmiljö och jämställdet

C1.1 Medarbetarorienterad organisatorisk kultur och struktur

8. Konkreta arbetsuppgifter och ansvar (och deras gränser), Uppskattande kultur, ledningskultur, konstruktiv hantering av problem, kommunikationskultur inkl. medarbetarenkäter, utbildningar, avancerade utbildningar.

C1: Arbetsmiljö och jämställdhet

Del-kriterium C.1.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Rättvis anställning- och lönepolicy <i>(Relevans: Måttlig)</i>	<p>Svaga anställningsförhållanden endast i de fall verksamheten så kräver</p> <p>Förutseende, transparent personal-planering i samverkan med personal-representanter.</p>	<p>Möjligheter för gynnsammare kontraktsformer för anställda undersöks (intern rutinkontroll) och ett koncept för hållbart positiv arbetsplatsutformning för anställda med korttidskontrakt existerar.</p> <p>Helhetskoncept för integration av alla grupper av anställda i företaget (t.ex. lika rätt till frivilliga sociala förmåner och stöd, samordning, datum och tidsfrister, kommunikation).</p>		<p>Hållbara anställningserbjudanden / perspektiv för alla anställda, t.ex. genom s.k. job rotation inom företaget</p> <p>Positiv särbehandling beaktas och möjligheter för aktivt deltagande, rätt till företags sociala förmåner mm</p>
	<p>Transparent, bindande lönesystem som fastställts i samråd med de anställda (eller deras representanter)</p>			<p>Lönen uppfattas som rättvisa av de anställda och garanterar bra levnadsstandard</p>

C1: Arbetsmiljö och jämställdet

Del-kriterium C.1.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Arbetsmiljö och hälsofrämjande arbetsplats inklusive balans mellan arbete & fritid/ flexibelt arbetsschema</p> <p>Relevans: Måttlig</p>	<p>Utveckling av ett helhetskoncept för främjande av en hälsosam arbetsplats inklusive genomförandeplan.</p> <p>Möjlighet till flexibel arbetstid och modeller för deltid till stöd för en sund balans mellan arbete och fritid.</p> <p>Ergonomiska arbetsplatser, försäkran om en säker arbetsplats.</p>	<p>Helhetskoncept för hälsa på arbetsplatsen är till väsentlig grad implementerat (minst 50%); anställda kan använda sig av konkreta erbjudanden.</p> <p>Modeller för flexibelt arbete och deltids-modeller som bidrar till att främja anställdas balans mellan arbete och fritid är tillgängligt för åtminstone 50% av de anställda</p>	<p>Helhetskonceptet för hälsa på arbetsplatsen är implementerat till 75% och införandet av Kvalitetssäkringsåtgärder; anställda kan utnyttja olika, innovativa erbjudanden.</p> <p>Möjlighet till flexibel arbetsdag och deltidsmodeller för alla anställda som stöds i strukturella termer; Arbete hemifrån stöds om möjligt</p>	<p>Koncept för hälsa på arbetsplatsen är fullständigt förankrat i företaget och integrerad i strukturer och processer; chefer sprider goda exempel.</p> <p>Olika arbetstids-erbjudanden är strukturellt integrerat och kulturellt accepterat; Hela organisationen kan utnyttja dessa möjligheter (även i höga positioner och bland män)</p>

C1: Arbetsmiljö och jämställdhet

Del-kriterium C.1.4	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Jämställdhet och mångfald</p> <p>(Relevans: måttlig)</p>	<p>Insamling av kvalitativa och kvantitativa fakta gällande mångfald. Beslutsunderlag för att främja positiv särbehandling och mångfald.</p> <p>Uppfyller 75% av lagstadgat krav gällande mångfald. 9.</p> <p>Aktivt engagemang gällande positiv särbehandling och mångfald för alla anställda.</p>	<p>Helhetskoncept för förankring av mångfald och jämställdhet i företaget (inkl. konkret genomförande-plan)</p> <p>Legala kvoteringar uppnås till 100%, ingen böter betalas.</p> <p>Anpassad rekrytering (under-representerade grupper har förtur)</p>	<p>Övergripande koncept för förankring av mångfald och jämställdhet i bolaget är till stor del implementerad.</p> <p>Kompetens och motivation hos företagsledning i fråga om mångfald och åtgärder främjas tydligt. 10.</p> <p>Mångfald bland anställda (även i specialist- och chefspositioner) är över genomsnittet för branschen.</p>	<p>Övergripande koncept är implementerat till 100%, dvs strukturellt förankrad i alla områden av organisationen och backas upp och levs av alla i företagsledningen.</p> <p>Antal anställda med olika etniska bakgrunder är långt över genomsnittet för sektorn.</p>

C1: Arbetsmiljö och jämställdet

C1.4 Positiv särbehandling och mångfald

9 I Österrike och Tyskland, minimikvoter för anställning av personer med funktionshinder finns. Om dessa inte uppfylls, relativt försumbara kompensationsavgifter måste betalas, vilket gör överträdelser lätt. Därför har vi utvärdera kvoter som ligger under den rättsliga regleringen positivt när första stegen görs.

10 T.ex. i form av omfattande avancerade utbildningsåtgärder (utbildning för mångfald, positiv särbehandling workshops, genusutbildningar) som syftar till att öka medvetenheten om mångfald och att skapa positiv särbehandling-kompetens).



C2: Rättvis fördelning av arbete

C2: Rättvis fördelning av arbete

VÄRDERING	Mänsklig värdighet	Samarbete & Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens	
INTRESSENTER						
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja Aktiv undersökning av riskerna med köpta varor och tjänster, när det gäller sociala och ekologiska aspekter på leverantörer och andra partners.				90	
B) Investörer	B1: Etisk hantering av ekonomi Beaktande av sociala och ekologiska aspekter vid val av banktjänster, allmännyttiga investeringar och finansieringar				30	
C) Anställda & ägare	C1: Kvalitet i arbete och positiv särbehandling Struktur och organisationskultur för medarbetare, rättvis anställnings- och lönepolicy, hälsa och säkerhet på arbetsplatsen, balans mellan arbete och privatliv, flexibla arbetstider, jämlikhet och mångfald.	C2: Rättvis fördelning av arbete (50) Minskning av övertid, borttagande av obetald övertid, minskning av totalt arbetade timmar, bidrar till att minska arbetslöshet	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende Aktivt främjande av hållbar livsstil hos medarbetarna (aktiva, näringsriktig föda), utbildning och aktiviteter som höjer medvetandet, hållbar organisationskultur	C4: Rättvis fördelning av inkomster Liten löneskillnad inom organisationen, följsamhet till min- och maxlön	C5: Transparens och medbestämmande i företaget Omfattande transparens inom organisationen, medarbetare väljer chefer, demokratiska beslut om grundläggande strategiska frågor, överföring av ägande till medarbetarna	90
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning och kundrelationer Etiska affärsrelationer med kunder, kundorientering och medbestämmande, gemensam produktutveckling, högkvalitativa tjänster, hög insyn i produkter	D2: Samarbete med verksamheter inom samma område Överföring av "know how", personal, uppdrag och ränfria lån till andra verksamheter inom samma område, medverkan i gemensamma marknadsaktiviteter och krishantering	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster Erbjuda produkter & tjänster som är ekologiskt överlägsna; medvetandehöjande program, beakta ekologiska aspekter när vi väljer kundmålgrupp	D4: Social design av produkter och tjänster Information, produkter & tjänster för socialt missgynnade grupper, stödja strukturer på marknaden som är värdeorienterade	D5: Höja sociala och etiska standarder Exemplariskt beteende i verksamheten, utveckla ännu högre standards tillsammans med verksamheter inom samma område, lobbying	50
E) Social miljö: Region, väljare, samhället, framtida generationer, djur & natur	E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster Att produkter & tjänster tillgodoser grundläggande mänskliga behov eller tjänar mänskligheten, samhället eller miljö	E2: Bidrag till det lokala samhället Ömsesidigt stöd och samarbete genom ekonomiska resurser, tjänster, produkter, logistik, tid, kunskap, know-how, kontakter, påverkan	E3: Minskad miljöpåverkan Minskning av miljöeffekter mot en hållbar nivå, resurser, energi, klimat, utsläpp, avfall m.m.	E4: Investera vinsten i det gemensamma bästa Minimera eller ta bort extern utdelning, utbetalningar till anställda, ökad jämlikhet, sociala- ekologiska investeringar	E5: Social transparens och medbestämmande ECG- och hållbarhetsrapportering, lokala intressenter och NGO's deltar i beslutsfattande	90
Negativa kriterier	Överträdelse av ILO's normer) /mänskliga rättigheter -200 Produkter som skadar människovärde och mänskliga rättigheter (t.ex. landminor, kärnkraft, GMO's) -200 Outsourcing eller samarbete med organisationer som kränker människovärde -150	Fientligt övertagande -200 Blockera patent -100 Dumpa priser -200	Massiv miljöförorening -200 Grov kränkning av miljöstandarder -200 Planerad inkurans (kort livslängd för produkter) -100	Betalar olika till män & kvinnor -200 Nedskärningar eller flyttar jobb utomlands trots lönsamhet -150 Dotterbolag i skatteparadis -200 Avkastningsränta på kapital >10% -200	Ikke avslöjande av dotterbolag -100 Förbud mot företagssamlingar -150 Ikke avslöjande av betalning till lobbyister -200 Överdrivna inkomstkänsnader i en verksamhet -150	

*(Internationella arbetsorganisationen (ILO) är FN:s fackorgan för sysselsättnings- och arbetslivsfrågor)

C2: Rättvis fördelning av arbete

Allmänna parametrar

- Betalt arbete är en värdefull tillgång och en viktig faktor för social delaktighet.
- Trots det arbetar många för mycket (lever för att arbeta) och andra för lite (arbetslöshet).
- Undersökningar från hela Europa, visar att människor vill arbeta 25 - 30 timmar i veckan.

C2: Rättvis fördelning av arbete

Allmänna parametrar

- En utmaning är att möjliggöra att alla medborgare får en skälig andel av sysselsättnings-”kakan” - inte för lite och inte för mycket.
- Gradvis minska oövertiden och sedan öka antalet heltidsarbetande: ytterligare förkorta den rättsliga arbetstiden.



C2: Rättvis fördelning av arbete

Del-kriterium

C2.1 Minskning av ordinarie arbetstid

C2.2 Ökning av andelen deltidsmodeller och användning av tillfälligt anställda (med bra betalning)

C2.3 Medveten strategi för livs-arbetstid

C2: Rättvis fördelning av arbete

Del-kriterium C.2.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
C2.1 Minskning av ordinarie arbetstid <i>(Relevans: Hög)</i>	I 50% av anställningsavtalen ingår en pott för övertid; I genomsnitt högst 10 övertidstimmar per anställd / månad. Nyanställningar för att minska övertid.	I 75% av anställningsavtalen ingår en pott för övertid; i genomsnitt högst 5 övertidstimmar per anställd/ månad. Nyanställningar motsvarar minskning av övertid.	Inga fler kontrakt med lönepåslag och slopad övertidsersättning; I genomsnitt ingen övertid per anställd. Nyanställningar motsvarar minskning av övertid.	Vanlig arbetstid per anställd är ca 10% lägre än genomsnittet i branschen eller högst 38,5 timmar. Nyanställningar är gjorda p.g.a. allmän minskning av arbetstiden.

C2: Rättvis fördelning av arbete

Del-kriterium C.2.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
C2.2 Ökning av andelen deltids-arbetsmodeller och användning av tillfälliga anställningar (med bra lön) <i>(Relevans: Måttlig)</i>	Upp till 10% av de anställda kan arbeta deltid. Tillfällig anställning endast med lika lön; andel tillfälligt anställda <10% av alla anställda under ett år.	Upp till 25% av anställda kan arbeta deltid. Tillfällig anställning endast med lika lön; andel tillfälligt anställda <5% av alla anställda under ett år.	Upp till 50% av anställda kan arbeta deltid. Tillfällig anställning endast med lika lön; andel tillfälligt anställda <2,5% av alla anställda under ett halvår.	Mer än 50% av anställda kan arbeta deltid. Tillfällig anställning endast med lika lön och om man kan motivera med drift-omständigheter; tillfällig anställning under max ett halvår.

C2: Rättvis fördelning av arbete

Del-kriterium C.2.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Medvetent förhållningssätt gentemot (livs-) arbetstid</p> <p><i>Relevans: Måttlig</i></p>	<p>Utbildning och avancerad utbildning erbjuds regelbundet inom "time-management".</p>	<p>Regelbunda medarbetarundersökning om "optimala" arbetstider och arbetsmodeller.</p>	<p>4-dagarsvecka (med full lön) möjliggörs inom rimliga gränser.</p>	<p>Medarbetare fastställer själva sin arbetstid (modell)</p>



C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende

C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende

INTRESSENTER \ VÄRDERING	Mänsklig värdighet	Samarbete & Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja Aktiv undersökning av riskerna med köpta varor och tjänster, när det gäller sociala och ekologiska aspekter på leverantörer och andra partners.				
B) Investörer	B1: Etisk hantering av ekonomi Beaktande av sociala och ekologiska aspekter vid val av banktjänster, allmännyttiga investeringar och finansieringar.				
C) Anställda & ägare	C1: Kvalitet i arbete och positiv särbehandling Struktur och organisationskultur för medarbetare, rättvis anställnings- och lönepolicy, hälsa och säkerhet på arbetsplatsen, balans mellan arbete och privatliv, flexibla arbetstider, jämlikhet och mångfald. 90	C2: Rättvis fördelning av arbete (50) Minskning av övertid, borttagande av obetald övertid, minskning av totalt arbetade timmar, bidrar till att minska arbetslöshet 50	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende Aktivt främjande av hållbar livsstil hos medarbetarna (aktiva, näringsriktig föda), utbildning och aktiviteter som höjer medvetandet, hållbar organisationskultur 30	C4: Rättvis fördelning av inkomster Liten löneskillnad inom organisationen, följsamhet till min- och maxlön 60	C5: Transparens och medbestämmande i företaget Omfattande transparens inom organisationen, medarbetare väljer chefer, demokratiska beslut om grundläggande strategiska frågor, överföring av ägande till medarbetarna 90
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning och kundrelationer Etiska affärsrelationer med kunder, kundorientering och medbestämmande, gemensam produktutveckling, högkvalitativa tjänster, hög insyn i produkter 50	D2: Samarbete med verksamheter inom samma område Överföring av "know how", personal, uppdrag och ränftefria lån till andra verksamheter inom samma område, medverkan i gemensamma marknadsaktiviteter och krishantering 70	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster Erbjuda produkter & tjänster som är ekologiskt överlägsna; medvetandehöjande program, beakta ekologiska aspekter när vi väljer kundmålgrupp 90	D4: Social design av produkter och tjänster Information, produkter & tjänster för socialt missgynnade grupper, stödjande strukturer på marknaden som är värdeorienterade 30	D5: Höja sociala och etiska standarder Exemplariskt beteende i verksamheten, utveckla ännu högre standards tillsammans med verksamheter inom samma område, lobbying 30
E) Social miljö: Region, väljare, samhället, framtida generationer, djur & natur	E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster Att produkter & tjänster tillgodoser grundläggande mänskliga behov eller tjänar mänskligheten, samhället eller miljö 90	E2: Bidrag till det lokala samhället Ömsesidigt stöd och samarbete genom ekonomiska resurser, tjänster, produkter, logistik, tid, kunskap, know-how, kontakter, påverkan 40	E3: Minskad miljöpåverkan Minskning av miljöeffekter mot en hållbar nivå, resurser, energi, klimat, utsläpp, avfall m.m. 70	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa Minimera eller ta bort extern utdelning, utbetalningar till anställda, ökad jämlikhet, sociala- ekologiska investeringar 60	E5: Social transparens och medbestämmande ECG- och hållbarhetsrapportering, lokala intressenter och NGO's deltar i beslutsfattande 30
Negativa kriterier	Överträdelse av ILO's normer) /mänskliga rättigheter -200 Produkter som skadar människovärde och mänskliga rättigheter (t.ex. landminor, kärnkraft, GMO's) -200 Outsourcing eller samarbete med organisationer som kränker människovärde -150	Fientligt övertagande -200 Blockera patent -100 Dumpa priser -200	Massiv miljöförorening -200 Grov kränkning av miljöstandarder -200 Planerad inkurans (kort livslängd för produkter) -100	Betalar olika till män & kvinnor -200 Nedskärningar eller flyttar jobb utomlands trots lönsamhet -150 Dotterbolag i skatteparadis -200 Avkastningsränta på kapital >10% -200	Ikke avslöjande av dotterbolag -100 Förbud mot företagsamlingar -150 Ikke avslöjande av betalning till lobbyister -200 Överdrivna inkomstkänsnader i en verksamhet -150

* (Internationella arbetsorganisationen (ILO) är FN:s fackorgan för sysselsättnings- och arbetslivsfrågor)



C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende

Del-kriterium

C3.1 Matvanor under arbetstid

C3.2 Mobilitet till arbetsplatsen

C3.3 Organisationskultur, ökad medvetenhet och interna processer



C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende

Del-kriterium C.3.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Matvanor under arbetstid <i>(Relevans: Hög)</i>	Påbörjat en förändring för hållbara matvanor (t ex vegetarisk alternativ eller särskilda erbjudanden i biologisk restaurang)	Tydlig bekräftelse av hållbara matvanor (klart reducerad konsumtion av animaliska produkter i företagsmatsalen)	Övervägande vegetarisk / vegan och lokal mat, säsongsbetonade och biologiskt Certifierad mat + kött från lokalt bete.	Till stor del vegetarisk / vegan + mat från övervägande Lokala leverantörer, säsongsbetonade, biologiskt certifierade; om möjligt från stödda jordbruk (CSA) + kött från lokalt bete.

C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende

Del-kriterium C.3.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Resor till och från arbetet <i>(Relevans: Hög)</i>	Första stegen mot hållbara resor till och från arbetet (t ex finansiellt incitament för användning av kollektivtrafik; etablerad tjänstebil Utsläpp: <130 gr. CO2 / km, utbildningar för bränslesnål körning)	Systematisk hållbar resepolitik (t ex där ingen allmän transport finns: aktiv med erbjudande om samåkning, parkeringsplatser uteslutande för samåkningsfordon, tillgänglighet som en väsentlig kriterium för plats, tillhandahållande av företagscyklar), deltagande i externt cykelinitiativ.	Som ett resultat av företags incitament för hållbara resor använder majoriteten av de anställda kollektivtrafik / buss / tåg / cykel / samåkning, arbetar hemifrån.	Som ett resultat av företags incitament använder nästan alla anställda kollektivtrafik / buss / tåg / cykel / samåkning, arbetar hemifrån.

C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende

Del-kriterium C.3.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Organisationskultur, ökad medvetenhet och interna processer</p> <p><i>(Relevans: Måttlig)</i></p>	<p>Tydlig uppmärksamhet gällande ekologiska aspekter (t ex nyhetsbrev, etc.)</p> <p>Ledning demonstrerar ekologiskt beteende (t ex inga lyxbilar eller frekventa flygresor)</p>	<p>Den ekologiska aspekten är integrerad genom utbildningsprogram, de anställda är involverade i ekologiska beslutsfattningsprocesser (frågan lyfts regelbundet, informationsevenemang, skyltar på kontor, etc.)</p>	<p>Integrering av ekologiska aspekter genom regelbundna avancerade utbildningsprogram. Medarbetarna är regelbundet delaktiga i ekologisk beslutsfattningsprocesser. (t.ex. system för miljöförbättrande förslag, budget för externa ekologiska projekt)</p>	<p>Förankrat program för ökat hållbart medvetande för varje anställd (t ex rutiner undersökningar /diskussion om ekologiska beteende; Fotavtryck workshops).</p> <p>Innovativa tillvägagångssätt: t ex "förmåner för grönt beteende "</p>



C4: Rättvis fördelning av inkomster

C4: Rättvis fördelning av inkomster

VÄRDERING	Mänsklig värdighet	Samarbete & Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja Aktiv undersökning av riskerna med köpta varor och tjänster, när det gäller sociala och ekologiska aspekter på leverantörer och andra partners.				
B) Investerares	B1: Etisk hantering av ekonomi Beaktande av sociala och ekologiska aspekter vid val av banktjänster, allmännyttiga investeringar och finansieringar				
C) Anställda & ägare	C1: Kvalitet i arbete och positiv särbehandling Struktur och organisationskultur för medarbetare, rättvis anställnings- och lönpolicy, hälsa och säkerhet på arbetsplatsen, balans mellan arbete och privatliv, flexibla arbetstider, jämlikhet och mångfald.	C2: Rättvis fördelning av arbete (50) Minskning av övertid, borttagande av obetald övertid, minskning av totalt arbetade timmar, bidrar till att minska arbetslöshet	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende Aktivt främjande av hållbar livsstil hos medarbetarna (aktiva, näringsriktig föda), utbildning och aktiviteter som höjer medvetande, hållbar organisationskultur	C4: Rättvis fördelning av inkomster Liten löneskillnad inom organisationen, följsamhet till min- och maxlön	C5: Transparens och medbestämmande i företaget Omfattande transparens inom organisationen, medarbetare väljer chefer, demokratiska beslut om grundläggande strategiska frågor, överföring av ägande till medarbetarna
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning och kundrelationer Etiska affärsrelationer med kunder, kundorientering och medbestämmande, gemensam produktutveckling, högkvalitativa tjänster, hög insyn i produkter	D2: Samarbete med verksamheter inom samma område Överföring av "know how", personal, uppdrag och ränftefria lån till andra verksamheter inom samma område, medverkan i gemensamma marknadsaktiviteter och krishantering	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster Erbjuda produkter & tjänster som är ekologiskt överlägsna; medvetandehöjande program, beakta ekologiska aspekter när vi väljer kundmålgrupp	D4: Social design av produkter och tjänster Information, produkter & tjänster för socialt missgynnade grupper, stödjande strukturer på marknaden som är värdeorienterade	D5: Höja sociala och etiska standarder Exemplariskt beteende i verksamheten, utveckla ännu högre standards tillsammans med verksamheter inom samma område, lobbying
E) Social miljö: Region, väljare, samhället, framtida generationer, djur & natur	E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster Att produkter & tjänster tillgodoser grundläggande mänskliga behov eller tjänar mångfalden, samhället eller miljö	E2: Bidrag till det lokala samhället Ömsesidigt stöd och samarbete genom ekonomiska resurser, tjänster, produkter, logistik, tid, kunskap, know-how, kontakter, påverkan	E3: Minskad miljöpåverkan Minskning av miljöeffekter mot en hållbar nivå, resurser, energi, klimat, utsläpp, avfall m.m.	E4: Investera vinsten i det gemensamma bästa Minimera eller ta bort extern utdelning, utbetalningar till anställda, ökad jämlikhet, sociala- ekologiska investeringar	E5: Social transparens och medbestämmande ECG- och hållbarhetsrapportering, lokala intressenter och NGO's deltar i beslutsfattande
Negativa kriterier	Överträdelse av ILO's normer) /mänskliga rättigheter -200 Produkter som skadar människovärde och mänskliga rättigheter (t.ex. landminor, kämkraft, GMO's) -200 Outsourcing eller samarbete med organisationer som kränker människovärde -150	Fientligt övertagande -200 Blockera patent -100 Dumpa priser -200	Massiv miljöförorening -200 Grov kränkning av miljöstandarder -200 Planerad inkurans (kort livslängd för produkter) -100	Betalar olika till män & kvinnor -200 Nedskärningar eller flyttar jobb utomlands trots lönsamhet -150 Dotterbolag i skatteparadis -200 Avkastningsränta på kapital >10% -200	Ikke avslöjande av dotterbolag -100 Förbud mot företagsamlingar -150 Ikke avslöjande av betalning till lobbyister -200 Överdrivna inkomstkänsnader i en verksamhet -150

* (Internationella arbetsorganisationen (ILO) är FN:s fackorgan för sysselsättnings- och arbetslivsfrågor)

C4: Rättvis fördelning av inkomster

Del-kriterium

C4.1 Inkomstskillnader i företaget

C4.2 Minmilön

C4.3 Öppenhet och institutionalisering

C4: Rättvis fördelning av inkomster

Del-kriterium C.4.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Inkomstskillnader i företaget <i>(Relevans: Hög)</i>	Maximal skillnad: - upp till 20 anställda: 1:8 - 20-200 anställda: 1:10 - >200 anställda: 1:12	Maximal skillnad: - upp till 20 anställda: 1: 5 - 20-200 anställda: 1: 7 - >200 anställda: 1: 9	Maximal skillnad: - upp till 20 anställda: 1: 4 - 20-200 nställda: 1: 5 - >200 anställda: 1: 6	Maximal skillnad: - upp till 20 anställda: 1:2 - 20-200 anställda: 1: 3 - >200 anställda: 1: 4

C4: Rättvis fördelning av inkomster

Del-kriterium C.4.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Minimilön <i>(Relevans: Måttlig)</i>	Minimi-inkomst skall anpassas till levnadskostnader i landet eller aktuell regionen. Referensvärden är 1,330 € (netto) för Österrike och Tyskland och CHF 3,500 (netto) för Schweiz.			

C4: Rättvis fördelning av inkomster

Del-kriterium C.4.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Öppenhet och internalisering <i>(Relevans: Låg)</i>	Intern öppenhet av de 10 lägst och 10 högst betalda i företaget	Levnads-löner I hela företaget. Allmän öppenhet genom statistik. 14.	En uttalad & bindande definiering av en maximal inkomstskillnad som man arbetar aktivt gentemot.	Implementering av alla målen. Medarbetarna gör ömsesidig bestämning av varandras löner. Publicering av Samtliga löner.

14. Såsom högsta inkomsterna, lägst inkomst, median, andel av totala intäkter intjänas av de 10% mest välbetalda och 10% lägst betalda. Efter noggrant övervägande har vi bestämt att beräkning av Gini-koefficienten skulle ta för mycket tid.

http://en.wikipedia.org/wiki/Gini_coefficient



C5: Transparens och medbestämmande i företaget

C5: Transparens och medbestämmande i företaget



VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerarare	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämslälldet (90)	C2: Rätllvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rätllvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensamma bästa (60)	E5: Extern transparens (30)





C5: Transparens och medbestämmande i företaget

Bakgrund:

Ur ett soci-politiskt perspektiv lever vi i en formell demokrati, även om möjligheterna att involvera sig som individ är mycket begränsat.

Inom företag lever vi ofta mer som i en monarki:

Ledning och chefer bestämmer och personalen har, beroende av lokala regler och ett företagskultuten, begränsade rättigheter till delaktighet och medbestämmande.

Öppenhet är en förutsättning för en fungerande demokratiskt företag; för att arbeta tillsammans i partnerskap tillsammans med ansvarstagande medarbetare.

I demokratiska företag är anställda är mer nöjda, engagerad, innovativ och produktiv än i traditionella herrarkiska organisationer.



C5: Transparens och medbestämmande i företaget

Delkriterier

C 5.1 Intern transparens

C 5.2 Legitimering av ledningspersoner

C 5.3 Medbestämmande gällande grundläggande beslut

C5.4 Medarbetar-ägande

C5: Transparens och medbestämmande i företaget

Del-kriterium C.5.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Intern transparens <i>(Relevans: Låg)</i>	Initiala åtgärder vidtas för att säkerställa ökad transparens	Mindre antal kritiska uppgifter (1) är transparenta.	Kritiska nyckeluppgifter är transparenta	All data är Transparent och tillgängliga för alla anställda

1: Kritiska uppgifter är till exempel investeringar i andra bolag och dotterbolag i skatteparadis, lobby genom betalning till politiska beslutsfattare / institutioner (partier, föreningar)

C5: Transparens och medbestämmande i företaget

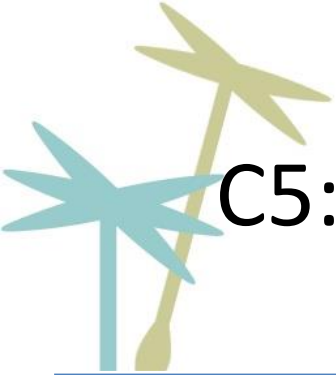
Del-kriterium C.5.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Legitimering av ledningspersoner <i>(Relevans: måttlig)</i>	Utfrågning / samrådan när nya verkställande chefer anställs	Vetorätt vid inhyrning av nya verkställande chefer, en testfas (2) upp till 25% av rösterna	25-75% av ledningspersoner väljs regelbundet	76-100% av verkställande personal väljas regelbundet

2. Testfasen = tid, att "testa" inom demokratiska beslutsformer , det vill säga avstått från verkställande chef till förmån för gemensamt beslutsfattande.



C5: Transparens och medbestämmande i företaget

Del-kriterium C.5.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Medbestämmande gällande grundläggande beslut <i>(Relevans: hög)</i>	Utfrågning / samråd + motivering, begreppet demokratiskt medbestämmande är implementerat	Testfasen, - 25% av alla beslut är Demokratiskt fattade, delvis i samrådan, inkl. de gällande vinst fördelning	25-75% av besluten demokratiskt, 25% av dem samrådan, inkl. de gällande vinst fördelning	76-100% av beslut är demokratiskt, åtminstone 50% av dem är samrådan, inkl. de gällande vinst fördelning



C5: Transparens och medbestämmande i företaget

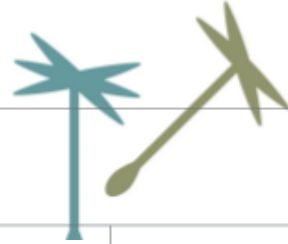
Del-kriterium C.5.4	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Medarbetar- ägande <i>(Relevans: måttlig)</i>	Övergripande koncept och själv skyldighet från föregående ägare; inledande Åtgärder i denna riktning	Medarbetarna äger upp till 25%	Anställda äger 25,1-75%	Medarbetare Äger 76 till 100%



D1: Etisk försäljning och kundrelationer

D1: Etisk försäljning och kundrelationer

VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerarare	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämställdhet (90)	C2: Rättvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rättvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa (60)	E5: Extern transparens (30)





D1: Etisk försäljning och kundrelationer

Delkriterier

D.1.1 Hur mycket har företaget gjort när det gäller etiska kundrelationer (etisk marknadsföring + försäljning)

D.1.2 Insyn i produkten, rättvis prissättning och etiskt urval av kunder

D.1.3 Omfattning av kund delaktighet/ gemensam produktutveckling / marknadsundersökningar

D.1.4 Kundservice

D1: Etisk försäljning och kundrelationer

Del-kriterium D.1.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Hur mycket har företaget gjort när det gäller etiska kundrelationer (etisk marknadsföring + försäljning)</p> <p><i>(Relevans: Hög)</i></p>	<p>Totalt konceptet gällande etiska kundrelationer och eget ansvar gällande intern styrning.</p>	<p>Helhetskonceptet gällande etiska kundrelationer implementerat till minst 50%; tydliga åtgärder vidtas för att förändra strukturer, processer och tänkesätt bland de anställda; lön oberoende av försäljningssiffror</p>	<p>Helhetskonceptet implementerats till 75%; omfattande åtgärder vidtagits för att förändra strukturer, processer och tänkesätt bland de anställda</p>	<p>Övergripande koncept implementerats till 100% och strukturellt förankrad; alla anställda leva utifrån tänkesätt kring etiska kundrelationer</p>

D1: Etisk försäljning och kundrelationer

Del-kriterium D.1.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Insyn i produkten, rättvis prissättning och etiskt urval av kunder</p> <p><i>(Relevans: måttlig)</i></p>	<p>Koncept för förbättring av produkt-transparens / rättvis prissättning + etisk urval av kunder</p>	<p>Produkt-transparensen ligger över sektorns genomsnitt.</p> <p>Transparent prissättning och etik utvärdering av alla kunder</p>	<p>Produkt-transparensen ligger långt över Sektorns genomsnitt.</p> <p>Lämpliga priser i jämförelse med sektorn.</p> <p>Uteslutning av vissa oetiskt kunder</p>	<p><i>Erfarna +</i> (elektronisk) länk till ECG-bokslut</p> <p>Uteslutande av alla oetiskt kunder</p>

D1: Etisk försäljning och kundrelationer

Del-kriterium D.1.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Omfattning av kund delaktighet/ gemensam produktutveckling / marknadsundersökningar <i>(Relevans: Måttlig)</i>	Första steg mot att skapa en rådgivande styrelse + pilotprojekt med gemensamma produktutveckling	Etablerad rådgivande styrelse, insyn i resultat + upp till 25% av produkter är gemensamt utvecklade	Rådgivare styrelse = upp till 50% genomförande av rekommendationer + upp till 50% av produkter är gemensamt utvecklade	Rådgivare styrelse = upp till 75% genomförande, möten på minst en gång/ månad + upp till 75% av produkter är gemensamt utvecklade

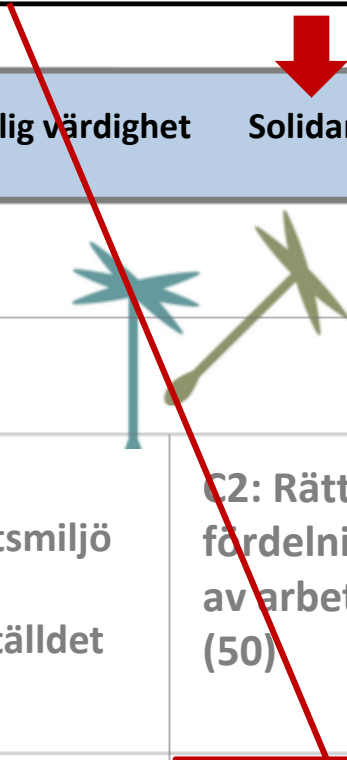
D1: Etisk försäljning och kundrelationer

Del-kriterium D.1.4	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Kundservice <i>(Relevans: Måttlig)</i>	Övergripande koncept för serviceförvaltning + testfas, minst kundservice/ kunder kan höra av sig per telefon	Inplementerad struktur för att ta emot klagomål; enkel process	+ åtgärder omfattande tjänster	+ påföljande åtgärder vid klagomål + transparent dokumentation



D.2: Samarbete med verksamheter inom samma område

D2: Samarbete med verksamheter inom samma område



VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerares	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämslälldet (90)	C2: Rätllvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rätllvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensamma bästa (60)	E5: Extern transparens (30)



D.2: Samarbete med verksamheter inom samma område

Delkriterier

D.2.1 Lämna ut ekonomisk- och teknisk information

D.2.2 Delar med sig av personal, kundkontrakt och ekonomiska resurser; delaktig på en kooperativ marknad

D.2.3 Gemensam marknadsföring



D.2: Samarbete med verksamheter inom samma område

Del-kriterium D.2.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Lämnar ut ekonomisk- och teknisk information <i>(Relevans: Måttlig)</i>	Utlämnande av ekonomiskt och teknisk informationen	Omfattande utlämnande av Kostnad-beräkningar, transparent leverantörs- och teknik kjedja/ ursprung	Ytterligare: förmedla enskild teknik utan kostnad	Fullständig öppenhet och <i>open source</i> mentalitet



D.2: Samarbete med verksamheter inom samma område

Del-kriterium D.2.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Delar med sig av personal, kundkontrakt och ekonomiska resurser; delaktig på en kooperativ marknad <i>(Relevans: Hög)</i>	Samverkan enbart på begäran	Samarbete enbart kring områden som har liten inverkan på verksamheten	Samarbete inom företags verksamhetsfält	Samarbete inom företags verksamhetsfält + deltar i kooperativ marknaden deltagande



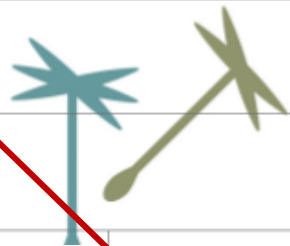
D.2: Samarbete med verksamheter inom samma område

Del-kriterium D.2.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Gemensam marknadsföring <i>(Relevans: Måttlig)</i>	Ingen misskreditering av konkurrenter	Inga massmedier reklam (TV, radio, skyltar)	Samarbete kring gemensam produkt informationssystem (PIS)	Stöttning från sektors-initiativ kring etiskt-kooperativ marknadsföring

D3: Ekologisk design av produkter och tjänster



VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerarare	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämställdet (90)	C2: Rättvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rättvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa (60)	E5: Extern transparens (30)





D3: Ekologisk design av produkter och tjänster



D3: Ekologisk design av produkter och tjänster

Delkriterier

D 3.1 Ekologisk jämförelse av produkter/tjänster

D 3.2 Tillräcklighet (sparsamhet): aktiv design för ekologisk användning och tillräcklig konsumtion

D 3.3 Kommunikation: aktiv kommunikation av ekologiska aspekter till kunder

D3: Ekologisk design av produkter och tjänster

Del-kriterium D.3.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Produkter/ Tjänster är lika användbara som konkurrenters eller andras P/T vid en ekologisk jämförelse</p> <p>(Relevans: hög)</p>	<p>Karakteriseras av ett mindre ekologiskt fotavtryck eller av trevande försök mot en ekologisk design över genomsnittet</p>	<p>Företaget har en tydlig, lättförståelig strategi och tar igenkännbara åtgärder för att göra P/T ekologiskt vänliga</p>	<p>P/T långt över genomsnittet för branschen (t ex Bästa Tillgängliga Teknologin)</p>	<p>P/T är ledande för branschen (t ex cradle-to-cradle)</p>

D3: Ekologisk design av produkter och tjänster

Del-kriterium D.3.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>TILLRÄCKLIGHET (sparsamhet): aktiv design för ekologisk användning och tillräcklig konsumtion.</p> <p>(Relevans: måttlig)</p>	<p>Företaget undersöker potentiellt skadliga tillämpningsområden för sina produkter (t ex internanalys av sina egna P/T). Produkter motsäger inte en "tillräcklig"-livsstil.</p>	<p>De första åtgärderna för en "tillräcklig" – livstill (tillämpning av kriterier för uteslutande, P/T för ekologiskt orienterade marknader) har tagits</p>	<p>Företaget främjar hållbar användning aktivt via bättre villkor och tjänster (t ex prisfördelar, premiesystem, längre garantitider, billig reparation)</p>	<p>Omfattande support för ekologiskt "tillräckliga" kundbeteenden (prisfördelar, premiesystem, reparation, återanvändning och delad användning är en nyckelfaktor i affärsmodellen)</p>

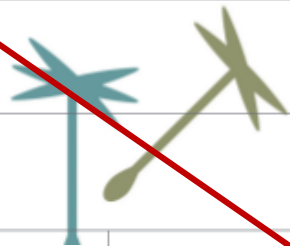
D3: Ekologisk design av produkter och tjänster

Del-kriterium D.3.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>KOMMUNIKATION: Aktiv kommunikation av ekologiska aspekter till kunder</p> <p>(Relevans: måttlig)</p>	<p>Företaget påpekar aktivt överlägsna alternativ (inklusive konkurrenters). De ekologiska aspekterna presenterade i kommunikation är inte vilseledande (se green-washing)</p>	<p>Explicit och täckande information kring ekologiska- och livsstilsaspekter för P/T</p>	<p>Aktiv återkoppling angående ekologiska- och livsstilsaspekter efterlyses från kunder (t ex användningsbetende, förbättringspotential etc)</p>	<p>Ekologiska- och livsstilsaspekter är en väsentlig del av kundrelationer.</p>

D4: Social design av produkter och tjänster



VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerarare	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämfästlladet (90)	C2: Rättvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rättvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa (60)	E5: Extern transparens (30)





D4: Social design av produkter och tjänster



D4: Social design av produkter och tjänster

Delkriterier

D 4.1 Underlätta tillgång av information för produkter & tjänster till missgynnade kundgrupper

D 4.2 En värdig marknadsföring stöds i försäljnings-policys

D4: Social design av produkter och tjänster

Del-kriterium D.4.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Underlätta tillgång av information för produkter & tjänster till missgynnade kundgrupper* (Relevans: hög)	Företaget har identifierat de relevanta missgynnade kundgrupperna och information är tillgänglig för de mest relevanta grupperna	+ Säljarna är utbildade i att hantera / hitta lösningar för de mest relevanta kundgrupperna och tillräckliga resurser ställs till förfogande för kundvård + lösningar finns att övervinna de största hindren för de mest relevanta kundgrupperna. (t.ex. finns en social gradering av priser eller att underlätta för den grupp av hushåll med låga inkomster) + nuvarande P / T är speciellt anpassade till kraven från de mest relevanta kundgrupperna		

*med missgynnade kundgrupper menar vi ex. låginkomsttagare, personer med inlärningssvårigheter, personer med fysisk funktionsnedsättning, äldre, invandrare samt NGO's, ideella organisationer, samhällsprojekt och initiativ. Och även icke-kommersiella institutioner från områdena utbildning, hälsovård och sociala tjänster.

D4: Social design av produkter och tjänster

D4.2 En värdig marknadsföring stöds i försäljningspolicies

- Har små & medelstora företag (SME) och "ECG"-företag samma villkor som de stora företagen? (vi mäter försäljningsresultat: bidrar stora köpare med lika stort resultat som SME och "ECG"-företag)?
- Har dessa företag samma kundservice som de stora företagen?

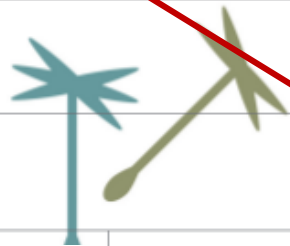
D4: Social design av produkter och tjänster

Del-kriterium D.4.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
En värdig marknadsföring stöds i försäljningspolicys (Relevans: medel)	Kunderna får villkor och tjänster som är relativt likvärdiga med de som erbjuds de stora företagen & köparna	+ särskilda serviceåtgärder stödjer dessa kunder + särskilda villkor stödjer dessa kunder + övriga stödåtgärder för dessa kunder		

D5: Höja sociala och etiska standarder



VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerarare	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämfästlllet (90)	C2: Rättvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rättvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa (60)	E5: Extern transparens (30)





D5: Höja sociala och etiska standarder



D5: Höja sociala och etiska standarder

Delkriterier

D5.1 Samarbete med konkurrenter och partners i värdekedjan

D5.2 Bidrar aktivt till lagstiftning för att höja standarder

D5.3 Omfång, internalisering och djup

D5: Höja sociala och etiska standarder

Del-kriterium D.5.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Samarbete med konkurrenter och partners i värdekedjan</p> <p>(Relevans: hög)</p>	<p>Pilotprojekt för gemensam utveckling av högre standards med marknads-partners (t.ex. FoU-samarbete).</p> <p>Aktiv extern kommunikation för högre standards (ex. hemsida)</p>	<p>Rutiner för gemensam utveckling av högre normer som fastställts. Högre standarder är en viktig del av företagets kommunikations-policy</p>	<p>Egen skyldighet. Eget ansvar på branschnivå.</p>	<p>Försäkran och verifiering av högre standarder (t.ex. externa revision och oberoende kontroller, samarbete med NGO's)</p>

D5: Höja sociala och etiska standarder

Del-kriterium D.5.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Bidrar aktivt till lagstiftning för att höja standarder (Relevans: hög)</p>	<p>Marginell social eller ekologisk aspekt</p>	<p>Stor social eller ekologisk aspekt. Tillämpning av högre krav påverkar >25% av intäkterna</p>	<p>Flera stora sociala eller ekologiska aspekter. Tillämpning av högre krav påverkar >50% av intäkterna</p>	<p>Alla stora socio ekologiska aspekterna. Att ta upp de sektoriella normerna är en självklar komponent i bolagets positionering (> 90%)</p>

D5: Höja sociala och etiska standarder


Del-kriterium D.5.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Omfång, internalisering och djup</p> <p>(Relevans: hög)</p>	<p>Rör marginella sociala eller ekologiska aspekter</p>	<p>Rör en större sociala eller ekologiska aspekt faktisk genomförande av högre standard påverkar > 25% av intäkterna</p>	<p>Rör flera stora sociala eller ekologiska aspekter vars implementering innebär en högre standard som påverkar > 50% av intäkter</p>	<p>Rör alla större socio-ekologiska aspekter. Att höja sektor-standarder är en självklar komponent av bolagets positionering (> 90%)</p>




E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster

E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster



VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	 <p>A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)</p>				
B) Investerares					
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämsättet (90)	C2: Rättvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rättvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa (60)	E5: Extern transparens (30)






E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster

Delkriterier

E.1.1 Produkten/tjänsten uppfyller ett grundläggande behov

E.1.2 Ekologisk och social jämförelse av produkter / tjänster



E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster

9 mänskliga behov

1. **Försörjningsmöjligheter**; mat, boende, arbete
2. **Trygghet/ säkerhet**; social trygghet, hälso-och sjukvård, säker arbets-situation
3. **Relationer**: partnerskap, familjen, närhet till naturen
4. **Utbildning**: litteratur, utbildning, kommunikation
5. **Deltagande**: t.ex. rättigheter, ansvar, arbete
6. **Rekreation/ avkoppling**: spel, sport
7. **Konst/design**
8. **Identitet**: språk, religion, traditioner, värderingar
9. **Frihet**: mänsklig värdighet, till exempel jämställdhet

E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster

E.1.1 Produkten/tjänsten uppfyller ett grundläggande behov

Översiktstabell

Topp 5 erbjudna produkter / tjänster (% av omsättningen)	Möter P / TJ ett grundläggande behov (tillräckligt) och är det av största viktigt? (bidrar det till att skapa det ett enkel liv, ett bra liv eller är det en lyxvara?)	Positiv påverkan på människor / samhälle/ jord	Eventuell negativ effekt på grund av P/TJ

E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster

Del-kriterium E.1.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Produkten /tjänsten uppfyller ett grundläggande behov eller bidra till utvecklingen av människor / samhället/ jorden och genererar något positivt</p> <p><i>(Relevans: Hög)</i></p>	<p>Upp till 25% av P / TJ - tillgodoser ett grundläggande behov eller har en bevisad bevisad effekt på människor / samhället / jorden; högst 25% P / TJ har en hämmande/ falska/ har negativt påverkan</p>	<p>Upp till 50% av P / TJ - tillgodoser ett grundläggande behov eller har en bevisad positiv inverkan på människor / samhället / jorden; ingen P/ TJ är hämmande/ falska/ har negativt påverkan</p>	<p>Upp till 75% av P / TJ- tillgodoser ett grundläggande behov eller ha positiv och bevisad inverkan på människor / samhället / jorden</p>	<p>Upp till 100% av P / TJ- tillgodoser ett grundläggande behov eller ha en positiv och bevisad effekt och lösa större samhälls-problem</p>

E1: Värderingar och social påverkan av produkter & tjänster

Del-kriterium E.1.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Ekologisk och social jämförelse av produkter / tjänster till alternativ med liknande slutliga fördelar <i>(Relevans: Hög)</i>	Selektiv tillvägagångssätt: exempelvis företaget erbjuder sociala och ekologiska nisch-produkter	Företaget erbjuder över genomsnittet gällande P / TJ sociala / ekologiska aspekter	Betydligt över sektoriellt snitt i avseende till sociala / ekologiska aspekter	I jämförelse med alternativ, hög kvalitet på P / TJ igällande sociala och ekologiska aspekter, t ex energi, grön el, mobilitet: tåg / buss / sol-drivna fordon



E2: Bidrag till det lokala samhället

E2: Bidrag till det lokala samhället

VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet		Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
	A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerarare	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)					
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämfästllädet (90)	C2: Rättvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rättvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)	
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)	
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa (60)	E5: Extern transparens (30)	





E2: Bidrag till det lokala samhället

Delkriterier

E.2.1 Resultat

E.2.2 Effekter

E.2.3 Intensitet

E2: Bidrag till det lokala samhället

Del-kriterium E.2.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Resultat <i>(Relevans: Hög)</i>	0 – 0.5 %	0.5 – 1.5 %	1.5 – 2.5 %	> 2.5 %

16. Ekonomisk dimension av alla åtgärder (% av omsättningen eller betald och fakturerbar årsarbetstid)

E2: Bidrag till det lokala samhället

Del-kriterium E.2.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Effekter <i>(Relevans: Hög)</i>	Isolerade, märkbara effekter främst av en symptomatisk natur	Fördjupade effekter utan någon hållbarhet eller inledande åtgärder med en bred inverkan	Intensifierad och hållbar effekt inom enskilda områden	Hållbar effekt på flera områden

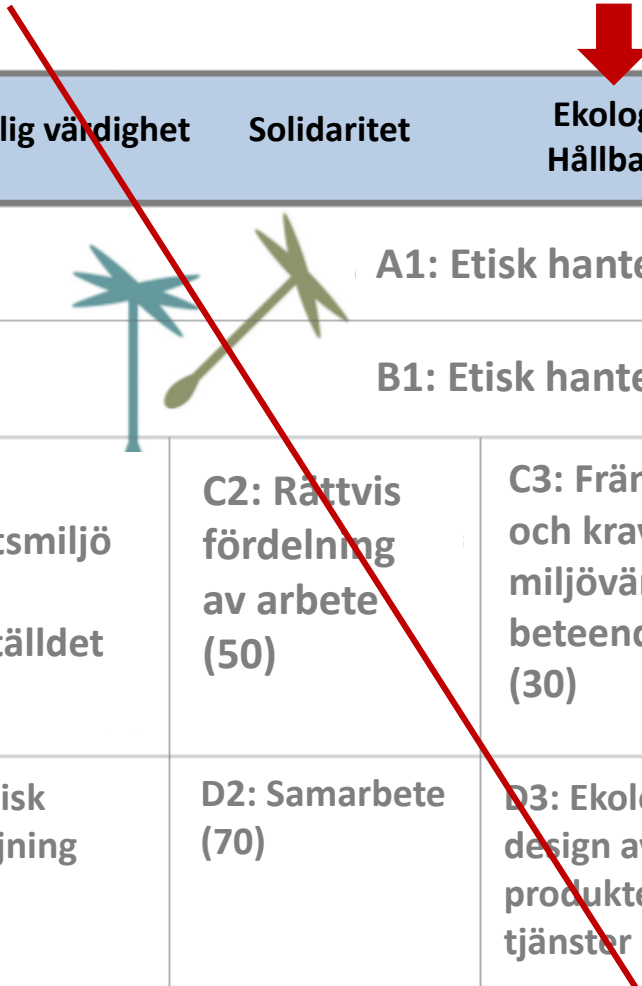
E2: Bidrag till det lokala samhället

Del-kriterium E.2.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Intensitet <i>(Relevans: Låg)</i>	Enstaka åtgärder, inte institutionaliserad/förankrad i verksamheten, lågt ansvarstagande för samhället i stort	Individuell åtgärder som vidtagits på regelbunden basis, märkbar utveckling av strategi, Påtagligt ansvarstagande	Omfattande strategi, Internalisering / förankrad i verksamheten, väl förankrat ansvarstagande	Implementerat i enlighet med tidigare, i minst 3 år



E3: Minskad miljöpåverkan

E3: Minskad miljöpåverkan



VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerares	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämställdhet (90)	C2: Rättvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rättvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa (60)	E5: Extern transparens (30)



E3: Minskad miljöpåverkan

Delkriterier

E.3.1 Verklig påverkan

E.3.2 Relativ påverkan

E.3.3 Management och strategi

E3: Minskad miljöpåverkan

Del-kriterium E.3.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Verklig påverkan <i>(Relevans: Måttlig)</i>	... vet användningsområde för egna P / TJ och ursprunget för förbrukningsvaror och produktionsvaror	+ känner sin resursutnyttjandet och dess utsläpp (OEF (1.) Guide punkterna 4 och 5 eller motsvarand)	+ bedriver OEF analys på en rutinmässigt (OEF guide punkterna 6-9 eller motsvarande)	+ publicerar uppgifter och initsierar samarbete med andra företag i den sektorn på grundval av resultaten

E3: Minskad miljöpåverkan

Del-kriterium E.3.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Relativ påverkan: Sektors jämförelse, där den bästa tillgängliga tekniken och juridiska kraven är berörda, befinner sig företaget ...</p> <p><i>(Relevans: Hög)</i></p>	<p>... ovan sektoriella snitt i avseende till flera ekologiska effekter</p>	<p>... ovan sektoriellt genomsnittet, med klart igenkännbara förbättrings-åtgärder, i beaktande av flera ekologiska effekter</p>	<p>...ovan sektoriellt genomsnittet, med klart igenkännbara förbättring-åtgärder, beträffande viktiga ekologiska effekter/ ekologiska nyckeleffekter</p>	<p>...långt över genomsnittet (innovationsledare, branschledare, etc.) när det gäller viktiga ekologiska effekter</p>

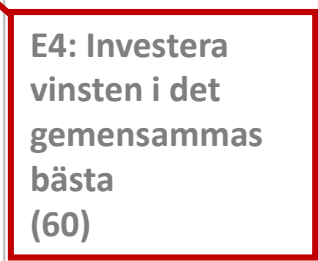
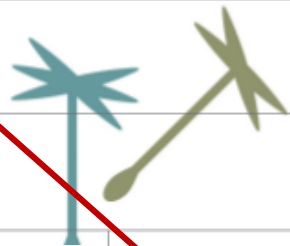
E3: Minskad miljöpåverkan

Del-kriterium E.3.3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Management och strategi <i>(Relevans: hög)</i>	... tar initiala steg mot att identifiera ekologiska nyckeleffekter och risker (tydliga ansvar, institutionaliserad processer, identifierbar miljö beräkningar	+ ... samlar in data genom miljö beräkningar i enlighet med parametrar och har en optimering strategi på plats	+ ... som "utökad" men långsiktigt minskning / substitution strategier	+ ... som "erfaren" + klar bedömning av "Kvartett hållbarhet "i beaktande miljö beräkningen.

E4: Investera vinsten i allmännyttan



VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerares	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämställdhet (90)	C2: Rättvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rättvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa (60)	E5: Extern transparens (30)





E4: Investera vinster i allmännytta

E4: Investera vinster i allmännyttan

Delkriterier

E 4.1 Extern utdelning

E 4.2 Användning av vinsten för det samhällsnyttan

E4: Investera vinster i allmännytta

Del-kriterium E.4.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Extern utdelning (Relevans: hög)	I genomsnitt under 5 år: utdelning är inte högre än inflationen plus 5%	I genomsnitt under 5 år: utdelning är inte högre än inflationen plus 2,5%	I genomsnitt under 5 år: utdelning är inte högre än inflationen	Ingen vinstutdelning till externa ägare

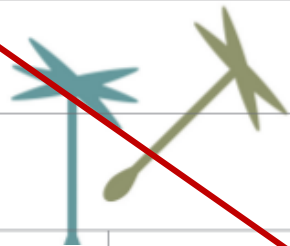
E4: Investera vinster i allmännytta

Del-kriterium E.4.2	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Användning av vinsten för det gemensammas bästa (Relevans: hög)	50-70% av vinsten; minst 50% av dessa är social-ekologiska investeringar	71-80% av vinsten; minst 50% av dessa är social-ekologiska investeringar	81-90% av vinsten; minst 50% av dessa är social-ekologiska investeringar	91-100% av vinsten; minst 50% av dessa är social-ekologiska investeringar

E5: Extern transparens



VÄRDERING INTRESSENER	Mänsklig värdighet	Solidaritet	Ekologisk Hållbarhet	Social Rättvisa	Demokratiskt medbestämmande & transparens
A) Leverantörer	A1: Etisk hantering av leverantörskedja (90)				
B) Investerarare	B1: Etisk hantering av ekonomi (30)				
C) Anställda & ägare	C1: Arbetsmiljö och jämställdhet (90)	C2: Rättvis fördelning av arbete (50)	C3: Främjande och krav på miljövänligt beteende (30)	C4: Rättvis fördelning av inkomster (60)	C5: Transparens (90)
D) Kunder / Produkter / Tjänster / affärspartners	D1: Etisk försäljning (50)	D2: Samarbete (70)	D3: Ekologisk design av produkter och tjänster (90)	D4: Social design av produkter och tjänster(30)	D5: Höja sociala och etiska standarder (30)
E) Social miljö	E1: Produktens påverkan (90)	E2: Bidrag till det lokala samhället (40)	E3: Minskad miljöpåverkan (70)	E4: Investera vinsten i det gemensammas bästa (60)	E5: Extern transparens (30)





E5: Extern transparens



E5: Extern transparens

Delkriterier

E5.1 Omfattning av ECG-bokslut

E5.2 Medbestämmande

E5.3 Omfattning av med-bestämmande + intressenter
inblandade

E5: Extern transparens

Del-kriterium E.5.1	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
Omfattning av ECG-bokslut <i>(Relevans: hög)</i>	ECG-Rapport med färre än 3 viktiga uttalanden om varje delkriterium	CG-Rapport med 3 viktiga uttalanden om varje delkriterium	Detaljerad beskrivning av varje delkriterium; direktlänk från huvudsidan	+ alla kritiska**1 aspekter är namngivna; direktlänk från huvudsidan; aktiv marknadsföring av ECG-Rapporten

**1: Kritiska data, till exempel investeringar i andra bolag och dotterbolag i skatteparadis, lobbybetalningar till politiska beslutsfattare / institutioner (partier, föreningar)

E5: Extern transparens

E.5.2

Om ingen ECG-rapport gjordes under det senaste året, kan följande bedömning användas med er hållbarhetsredovisning

GRI Nivå *	GRI Nivå C	GRI Nivå B	GRI Nivå A	GRI Nivå A + sektortillägg
Bekräftelse	Selektivt, indirekt extern utvärdering	Extern utvärdering av risker	Extern kontroll av alla viktiga kriterier, "låg nivå av bekräftelse"	Extern kontroll av alla viktiga kriterier, "hög bekräftelse" + omfattande samarbete med NGO's

*: Normer som anges av GRI = Global Reporting Initiative - nuvarande standard för hållbarhetsredovisning

E5: Extern transparens

E.5.2 Medbestämmande

Del-kriterium E.5.2-3	Påbörjad (0-10%)	Utökad (11 - 30%)	Erfarna (31 - 60%)	Exemplarisk (61-100%)
<p>Typ av medbestämmande + dokumentation</p> <p>(Relevans: hög)</p>	Reaktiv: Frågor vid klagomål och reaktioner	Aktiv: dialog med berörda beslutsfattare i företaget + omfattande dokumentation	Aktiv +: konsensusbeslut, dokumentation med konsekvenser görs tillgänglig för allmänheten	Innovativ: minst 50% konsensusbeslut
<p>Omfattning av medbestämmande + intressenter inblandade</p> <p>(Relevans: måttlig)</p>	Enskilda åtgärder eller projekt under begränsad tid. Vissa intressenter inblandade	Upprepade omfattande medbestämman deprocesser med de viktigaste intressenterna	Rutinmässig inblandning i viktiga frågor & strategiska beslut med alla intressenter	Löpande dialog och medbestämman de i centrala frågor & strategiska beslut med alla intressenter

E5: Extern transparens

Lista över medbestämmandeformer under perioden

Typ av beslut	Inblandade intressenter	Vem har bestämy vad och hur?

Negativa kriterier

Mänsklig värdighet

Negativt kriterium 1 – Överträdelse av ILO's normer för arbetsrätt / mänskliga rättigheter (minus 200 poäng)

ILO. Internationella arbetsorganisationen (ILO) är FN:s fackorgan för sysselsättnings- och arbetslivsfrågor. ILO har som grundläggande mål att bekämpa fattigdom och befrämja social rättvisa. I uppgifterna ligger att främja sysselsättning och bättre arbetsvillkor i hela världen, samt att värna om fackliga fri- och rättigheter.

Negativt kriterium 2 – Produkter som skadar och inte respekterar mänsklig värdighet (minus 200 poäng)

exempel: landminor, genmanipulerade organismer, kärnvapen

Negativt kriterium 3 – Outsourcing / upphandling av produkter och tjänster eller samarbete med företag som kränker människovärde (MINUS 150 poäng)

exempel: omänskliga förhållanden i värdekedjan är känd (t.ex. konflikter med närboende och det civila samhället). Det negativa kriteriet anses också uppfyllt om det finns en passiv hållning eller företaget bara gör kosmetiska åtgärder.

Negativa kriterier

Samarbete och solidaritet

Negativt kriterium 4 - Fientligt övertagande av annat företag (minus 100 poäng)

Negativt kriterium 5 - Blockerande av patent (minus 100 poäng)

Vissa företag redovisar betydligt fler innovationer eftersom de utnyttjar detta i syfte att patentera och kunna "blockera" forskningen. Effekterna blir blockad av innovation. Detta blir ett första steg att höja medvetenheten om denna praxis.

Negativt kriterium 6 – Dumpning av priser (minus 200 poäng)

Vissa företag erbjuder produkter på nya marknader som är lägre än produktionskostnaden för att vinna marknadsandelar. Detta motsäger den verkliga kostnaden och rättvis konkurrens.

Negativa kriterier

Ekologisk hållbarhet

Negativt kriterium 7 – Massiv miljöförorening (minus 200 poäng)

exempel: miljöföroreningar flyttas till plats där det är möjligt (dvs inte olagligt). Detta drabbar lokalbefolkning och miljö. 193

Negativt kriterium 8 – Kraftig överträdelse av Miljöbestämmelserna.

Kriteriet används när ett företag strider mot miljöbestämmelser, t.ex. användning av kemikalier som är på den förbjudna listan (76/769 / EEG)

Negativt kriterium 9 - Planerad "inkurans" (minus 100 poäng)

Termen "planerad inkurans" betyder att tillverkarna använder produktionsteknik som förkortar livslängden på produkterna.

exempel: produkten kan inte repareras, glödlampor, Iphone kan inte byta ut batteriet è livslängden är begränsad till batteriets livslängd, användning av delar som snabbt slits trots att det finns alternativ med längre livslängd (t.ex. plastredskap).

Negativa kriterier

Social rättvisa

Negativt kriterium 10 - arbetsrättslig vårdslöshet (minus 200 poäng)

Economy for the Common Good kan komplettera och förstärka arbetsrätten.

exempel: betalar olika till män och kvinnor, domar mot bolaget för brott mot arbetsrätten, flera dokumenterade fall av arbetsrättsliga klagomål.

Negativt kriterium 11 – nedskärningar eller flyttar jobb utomlands trots god lönsamhet (minus 150 poäng) för att nå högre avkastningskrav.

Negativt kriterium 12 – Dotterbolag i skatteparadis (minus 200 poäng)

Indikatorn E2 beskriver företagets frivilliga insatser, utöver skyldigheter, att uppnå social trygghet, medan N12 beskriver åtgärder för att kringgå dessa skyldigheter. OECD räknar upp ett antal "skadliga skattepraxis" som leder till global skatteflykt i stor skala och spridning av korrupktion. Det finns listor över länder som tillåter sådan praxis; inga eller marginella inkomst- eller vinstskatter, bristande tillgång till information, bristande informationsutbyte med myndigheter i andra länder, brist på företags öppenhet, förskjutning av vinster inom en koncern länder er med mindre inkomstskatt, osv

Negativt kriterium 13 – Avkastningsränta på kapital >10% (minus 200 poäng)

Kapitalinkomster är i sig problematiska eftersom de tvingar ekonomin till tillväxt. Cirka 80 procent av de finansiella tillgångarna är i händerna på 20% av befolkningen. Av 4/5 av kapitalavkastningen kommer endast en femtedel befolkningen tillgodo. Dvs ju rikare en människa är, desto lättare är det att bli rikare, även om inget arbete utförs

Negativa kriterier

Demokratiskt medbestämmande och transparens

Negativt kriterium 14 – Att inte offentliggöra investeringar och existerande dotterbolag (minus 100 poäng)
Öppenhet är en förutsättning för förtroende, styrning, demokrati och förebyggande av maktkoncentrationen.
Företagets egendom är inte rent privata utan också allmänhetens.

exempel: brevlådeföretag i skatteparadis, tankfartyg från EU-företag som seglar under en panamansk flagg).

Negativt kriterium 15 – Förbud mot ”företagssamlingar” (minus 150 poäng)

Om företagsledningen motverkar val av företagsråd eller liknande. I Sverige finns lagen om medbestämmande.

Det ska finnas anonyma medarbetarundersökningar, anställda ska ha möjlighet att uttrycka sig utan att bli belastade.

Negativt kriterium 16 – Icke avslöjande av betalning till lobbyister (minus 200 poäng)

Lobbying i egenintresse - och inte i allmänhetens intresse - är ett av de största hoten mot demokratin.

Negativt kriterium 17 – Överdrivna inkomstskillnader i en verksamhet (minus 100 poäng)

Ingen inkomst (full arbetstid) överstiger 20 gånger den föreslagna minimilönen i landet (se indikator E4)

MÖJLIGHETER

- Kortsiktiga mål Vilka kortsiktiga ECG-mål strävar vi att genomföra under 1-2 år?
- **LÅNGSIKTIGA MÅL** Vilka långsiktiga ECG-mål vi strävar att genomföra under tidsperioden 3 - 5 år?
- Beskrivning av arbetet med att utforma ECG-BALANSRÄKNINGEN Vilka evar inblandad i utarbetandet av ECG-balansräkningen? / ECG-rapporten i företaget? Vilka intressenter var inblandade?
- Namn + position / koppling till företaget
- Under vilken tidsperiod blev dessa handlingar upprättade?
- Hur många arbetstimmar behövdes för att göra det?
- Hur blev balansräkningen / rapporten kommunicerad internt?

Datum: månad / dag / år