

ARBETSBOK

KOMPLETT ECG- BOKSLUT 5.0

Utgivare: ECG Sverige



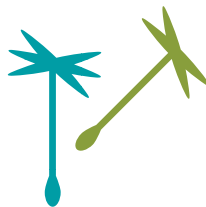


Det finns två varianter av ECG-bokslutet:

- I det **kompletta bokslutet** delas samtliga **teman** in i flera **aspekter**. Denna variant är obligatorisk för medelstora och större företag från och med det andra bokslutet.
- I det **kompakta bokslutet** anges temana i förenklad form. Små företag kan alltid använda sig av denna variant, företag med elva till femtio anställda (heltidsekvivalenter) kan använda sig av denna variant två gånger och större företag kan använda sig av denna variant när de upprättar sitt första bokslut.

Denna arbetsbok till det **kompletta bokslutet** innehåller all information som behövs för att förstå ECG-matrisens teman och aspekter och på egen hand klassificera företaget.

Den ligger till grund för upprättandet av ett **komplett bokslut**.



Innehåll

1. Inledning	7
1.1 Information om arbetsboken	7
1.2 ECG-matrisen och ECG-bokslutet	8
1.3 Val av bokslutsvariant	9
1.4 Utarbetande av rapporten	9
1.5 Bedömning av företagets bidrag till det gemensamma bästa	9
1.6 Beräkning av ECG-poäng	11
1.7 Nytt i matrisversion 5.0	11
2. Intressentgrupper	13
A Leverantörer	13
B Ägare och finansieringspartner	13
C Medarbetare	13
D Kunder och medföretag	14
E Samhället runt omkring	14
3. Matrisgruppens definition av värderingarna i matrisen	15
Mänsklig värdighet	15
Solidaritet och rättvisa	15
Ekologisk hållbarhet	16
Öppenhet och medbestämmande	16
A1 Mänsklig värdighet i leverantörskedjan	17
A1.1 Arbetsvillkor och samhällseffekter i leverantörskedjan	17
A1.2 Minusaspekt: kränkning av den mänskliga värdigheten i leverantörskedjan	19
A2 Solidaritet och rättvisa i leverantörskedjan	20
A2.1 Rättvisa affärsförbindelser med direkta leverantörer	20
A2.2 Positiv inverkan på solidaritet och rättvisa i hela leverantörskedjan	22
A2.3 Minusaspekt: utnyttjande av företagets marknadsstyrka gentemot leverantörer	24

A3	Ekologisk hållbarhet i leverantörskedjan	26
A3.1	Miljöpåverkan i leverantörskedjan	26
A3.2	Minusaspekt: oproportionerligt stor miljöpåverkan i leverantörskedjan	28
A4	Öppenhet och medbestämmande i leverantörskedjan	29
A4.1	Öppenhet och medbestämmanderättigheter för leverantörer	29
A4.2	Positiv inverkan på öppenhet och medbestämmande i hela leverantörskedjan	30
B1	Etisk hantering av ekonomiska resurser	34
B1.1	Finansiellt oberoende genom finansiering med egna medel	34
B1.2	Extern finansiering för det gemensamma bästa	36
B1.3	Etisk hållning hos externa finansieringspartner	37
B2	Social hantering av ekonomiska resurser	39
B2.1	Solidarisk kapitalanvändning för det gemensamma bästa	39
B2.2	Minusaspekt: orättvis fördelning av ekonomiska resurser	41
B3	Social och ekologisk ekonomisk förvaltning	42
B3.1	Investeringarnas ekologiska kvalitet	42
B3.2	Användning av ekonomiska resurser för det gemensamma bästa	43
B3.3	Minusaspekt: beroende av ekologiskt tvivelaktiga resurser	45
B4	Ägande och medbestämmande	46
B4.1	Ägarstruktur för det gemensamma bästa	46
B4.2	Minusaspekt: fientligt uppköp	48
C1	Mänsklig värdighet på arbetsplatsen	49
C1.1	Medarbetarorienterad företagskultur	49
C1.2	Hälsovård och arbetarskydd	51
C1.3	Mångfald och lika möjligheter	52
C1.4	Minusaspekt: oanständiga arbetsvillkor	53

C2	Utformning av anställningsavtal	55
C2.1	Lönesättning	55
C2.2	Utformning av arbetstiden	57
C2.3	Utformning av anställningsförhållandet och balans mellan arbete och fritid	58
C2.4	Minusaspekt: orättvisa anställningsavtal	59
C3	Främjande av medarbetarnas ekologiska beteende	61
C3.1	Matvanor under arbetstid	61
C3.2	Resor till jobbet	62
C3.3	Företagskultur och ökad medvetenhet om ekologiska processer	64
C3.4	Minusaspekt: uppmuntran till slöseri eller tolerans av oekologiskt beteende	65
C4	Öppenhet och medbestämmande internt	66
C4.1	Öppenhet inom företaget	66
C4.2	Chefernas legitimitet	67
C4.3	Medarbetarnas medbestämmande	68
C4.4	Minusaspekt: förhindrande av företagsråd	70
D1	Etiska kundrelationer	71
D1.1	Anständig kommunikation med kunder	71
D1.2	Tillgänglighet	73
D1.3	Minusaspekt: oetiska reklamåtgärder	74
D2	Samarbete och solidaritet med medföretag	76
D2.1	Samarbete med medföretag	76
D2.2	Solidaritet med medföretag	78
D2.3	Minusaspekt: missbruk av företagets marknadsstyrka gentemot medföretag	79
D3	Ekologiska effekter av att varor och tjänster används och tas om hand	81
D3.1	Ekologisk kostnadseffektivitet hos varor och tjänster (effektivitet och konsistens)	81
D3.2	Måttlig användning av varor och tjänster (tillräcklighet)	83
D3.3	Minusaspekt: medveten acceptans av oproportionerligt stora ekologiska effekter	86

D4 Kundmedverkan och produkttransparens	87
D4.1 Kundmedverkan, gemensam produktutveckling och marknadsundersökningar	87
D4.2 Produkttransparens	89
D4.3 Minusaspekt: ingen deklaration av farliga ämnen	90
E1 Varors och tjänsters ändamål och samhällseffekter	91
E1.1 Varorna och tjänsterna tillgodoser de grundläggande behoven och bidrar till ett gott liv	91
E1.2 Varors och tjänsters ändamål och samhällseffekter	93
E1.3 Minusaspekt: icke människovärdiga varor och tjänster	95
E2 Bidrag till samhället	97
E2.1 Skatter och sociala avgifter	97
E2.2 Frivilliga bidrag för att stärka samhället	99
E2.3 Minusaspekt: illegitim skatteoptimering	101
E2.4 Minusaspekt: avsaknad av antikorrupsionsåtgärder	102
E3 Minskning av ekologiska effekter	105
E3.1 Absoluta effekter/förvaltning och strategi	105
E3.2 Relativa effekter	109
E3.3 Minusaspekt: brott mot miljökrav samt olämpliga miljöbelastningar	110
E4 Öppenhet och samhälleligt medbestämmande	111
E4.1 Öppenhet	111
E4.2 Samhälleligt medbestämmande	113
E4.3 Minusaspekt: främjande av bristande öppenhet och medveten spridning av felaktig information	114

1. Inledning



1.1 Information om arbetsboken

Den här arbetsboken riktar sig främst till företag och andra organisationer¹ som vill utarbeta en ECG-rapport. Den innehåller all information som behövs för att förstå ECG-matrisens teman och aspekter och på egen hand klassificera företaget.

Vi har valt att hålla boken kortfattad. Den innehåller därför bara sådan information du behöver för att förstå, bedöma och på egen hand utarbeta en ECG-rapport.

Mer ingående information finns i separata dokument på nätet. De dokumenten riktar sig främst till konsulter och revisorer samt en särskilt intresserad allmänhet, och du behöver inte läsa dem för att utarbeta en ECG-rapport.

Utöver en ingående beskrivning av alla ECG-teman innehåller dokumenten på nätet även

- information om ECG-matrisens och ECG-bokslutets syfte, historia och funktion
- information om hur ECG-rapporter kontrolleras genom kollegial utvärdering och revision
- mer ingående information om bedömningsmetoden och den viktade beräkningen av ECG-poängen
- mer ingående information om vad som är nytt i matrisversion 5.0
- information om vad bedömningen av bidraget till det gemensamma bästa kan användas till och vilka konsekvenser den har för företag och konsumenter
- information om matrisgruppens arbete och en presentation av de redaktörer som har deltagit i arbetet
- information om hur företag kan engagera sig i Ekonomin för det gemensamma bästa (*Economy for the Common Good, ECG*).

¹ För enkelhetens skull kommer vi i fortsättningen att tala om "företag", men avser då såväl företag som andra organisationer för vilka det är aktuellt att utarbeta en ECG-rapport.

1.2 ECG-matrisen och ECG-bokslutet

ECG-matrisen är en modell för organisationsutveckling och bedömning av företagets verksamhet. Den beskriver innehållet i 20 ECG-teman och ger vägledning om hur en bedömning kan göras utifrån olika kriterier för det gemensamma bästa. Matrisen är mycket överskådlig och får plats på en sida.

 ECONOMY FOR THE COMMON GOOD An economic model for the future				
VÄRDERING	MÄNSKLIG VÄRDIGHET	SOLIDARITET OCH RÄTTVISA	EKOLOGISK HÅLLBARHET	ÖPPENHET OCH MEDBESTÄMMANDE
INTRESSENTGRUPP				
A: LEVERANTÖRER	A1 Mänsklig värdighet i leverantörskedjan	A2 Solidaritet och rättvisa i leverantörskedjan	A3 Ekologisk hållbarhet i leverantörskedjan	A4 Öppenhet och medbestämmande i leverantörskedjan
B: ÄGARE OCH FINANSPARTNER	B1 Etisk hantering av ekonomiska resurser	B2 Social hantering av ekonomiska resurser	B3 Social och ekologisk ekonomisk förvaltning	B4 Ägande och medbestämmande
C: MEDARBETARE	C1 Mänsklig värdighet på arbetsplatsen	C2 Utformning av anställningsavtal	C3 Främjande av medarbetarnas ekologiska beteende	C4 Öppenhet och medbestämmande internt
D: KUNDER OCH MEDFÖRETAG	D1 Etiska kundrelationer	D2 Samarbete och solidaritet med medföretag	D3 Ekologiska effekter av att varor och tjänster används och tas om hand	D4 Kundmedverkan och produkttransparens
E: SAMHÄLLET RUNT OMKRING	E1 Varors och tjänsters ändamål och samhälls-effekter	E2 Bidrag till samhället	E3 Minskning av ekologiska effekter	E4 Öppenhet och samhällligt medbestämmande

I samband med bokslutsarbetet utarbetas en **ECG-rapport**, det vill säga en omfattande dokumentation av företagets inriktning på det gemensamma bästa. I rapporten redogör företaget för sina aktiviteter sett till samtliga 20 ECG-teman så att det går att urskilja hur långt det redan har kommit i sin utveckling. För varje tema beskrivs hur de enskilda värderingarna praktiseras gentemot respektive intressentgrupp.

Attesten är en externt granskad bedömning av de enskilda temana samt företagets sammanlagda poäng (ECG-poäng), som återges grafiskt i form av ECG-matrisen (på en väl överskådlig A4-sida).

ECG-rapporten och attesten utgör tillsammans **ECG-bokslutet**. Till hjälp för att utarbeta ECG-bokslutet finns en **rapportmall** samt en **bokslutskalkyl** som används för att beräkna antalet ECG-poäng.

1.3 Val av bokslutsvariant

Det finns två varianter av ECG-bokslutet:

- I det **kompleta bokslutet** delas samtliga **teman** in i flera **aspekter**. Denna variant är obligatorisk för medelstora och större företag från och med det andra bokslutet.
- I det **kompakta bokslutet** anges temana i förenklad form. Små företag kan alltid använda sig av denna variant, företag med elva till femtio anställda (heltidsekvivalenter) kan använda sig av denna variant två gånger och större företag kan använda sig av denna variant när de upprättar sitt första bokslut.

1.4 Utarbetande av rapporten

I ECG-rapporten beskrivs alla teman på ett för verksamheten relevant sätt. Det finns inga formella krav, men den information som tas med måste vara begriplig. Arbetsbokens inledande frågor tjänar som introduktion till respektive tema, medan rapportfrågorna direkt leder till den information som behövs för själva bedömningen. Vi rekommenderar att ECG-rapportmallen används eftersom detta kan underlätta arbetet med rapporten.

Det är upp till företaget att avgöra hur ingående information det vill ta med om de olika teman i rapporten. Innehållet bör emellertid återges på ett koncist och begripligt sätt för att underlätta den efterföljande revisionen. Revisorna ska se till att rapporten lever upp till kraven på kvalitet och jämförbarhet och kan därför begära kompletterande information.

Rapporteringsperioden omfattar två år. Företaget väljer självt om det vill rapportera utifrån kalenderår eller räkenskapsår.

1.5 Bedömning av företagets bidrag till det gemensamma bästa

Syftet med bedömningen är att synliggöra vilka konsekvenser företagets aktiviteter och verksamhet har för det gemensamma bästa. I samband med bedömningen placerar sig det rapporterande företaget på en skala. Bedömningen är emellertid inte någon mätning, utan ett sätt att använda ECG-skalan för att beskriva företagets aktiviteter och konsekvenserna av dessa för de olika intressentgrupperna.

Företagets aktiviteter och de potentiella konsekvenserna beskrivs utförligt i matrisen med hjälp av bedömningsnivåerna. Dessutom anges den så kallade grundnivån för respektive aspekt. Grundnivån utgör miniminivån för en verksamhet inriktad på det gemensamma bästa. Denna nivå sammanfaller ofta med den standard som fastställs i lag, men ibland rör det sig om en högre standard. För att underlätta bedömningen innehåller arbetsboken bedömningshjälp och tolkningsvägledning. Dessutom innehåller tilläggsinformationen en lista med indikatorer och parametrar som kan användas för att underlätta eller underbygga klassificeringen. Några av dessa indikatorer är obligatoriska, det vill säga de utgör en form av minimikrav. De obligatoriska indikatorerna anges i denna arbetsbok.

Bedömningen består av en klassificering i olika bedömningsnivåer (första steget, på god väg, avancerad och föredömlig). För denna klassificering ska all befintlig information och alla lämpliga indikatorer användas. Nivåerna bygger på varandra, det vill säga en klassificering som "avancerad" kan exempelvis ske först när alla kriterier på nivån "på god väg" har uppfyllts. Denna regel måste emellertid tillämpas pragmatiskt så att mindre avvikelser inte automatiskt leder till att företaget flyttas ner en nivå.

Till varje bedömningsnivå hör ett poängintervall, som representerar hur långt företaget har kommit i sin inriktning på det gemensamma bästa inom detta tema och i vilken utsträckning det uppfyller kriterierna på denna nivå:

Bedömningsnivå	Poängintervall
Föredömlig	7–10
Avancerad	4–6
På god väg	2–3
Första steget	1
Grundnivå	0

De samlade poängen är summan av poängen för alla enskilda teman.

Den detaljerade bedömningen sker på olika nivåer beroende på bokslutsvariant:

Komplett bokslut

- Varje aspekt bedöms på en skala från 0 till 10. Aspekterna har olika viktning (låg/mellan/hög/mycket hög) beroende på aspektens relativa betydelse för temat i fråga.
- Poängsättningen av temat sker i bokslutskalkylen genom en enkel, automatiserad summering av poängen för respektive aspekt med hänsyn till aspekternas relativa vikt. Ju viktigare en aspekt är för det gemensamma bästa desto större betydelse har dess poäng för temats samlade poäng. Ett temas samlade poäng anges på en skala från 0 till 10.

Kompakt bokslut

- Här sker bedömningen endast på temanivå, på motsvarande sätt som vid bedömningen av de enskilda aspekterna i komplettvarianten. Även här anges de samlade poängen på en skala från 0 till 10.

I ECG-matrisen tillåts en viss grad av flexibilitet för att företagen ska kunna vara med och vidareutveckla matrisen. De uppmanas att söka egna vägar att leva upp till ECG-matrisens värderingar. Följande övergripande fråga ska därför ställas för varje tema: "Hur kan jag eller mitt företag bäst leva upp till och främja värdering X med avseende på intressentgrupp Y?" I matrisen ges konkret vägledning för samtliga teman och aspekter. Där anges ibland tydliga mål (exempelvis "konsensusbaserad beslutsprocess inom företaget") och exempel på hur dessa mål kan uppnås i praktiken (t.ex. genom "systematiskt konsensusökande"). Företaget kan emellertid

finna egna, likvärdiga sätt att leva upp till värderingarna. På så sätt ges företagen utrymme för kreativitet och ECG-revisorerna större bedömningsutrymme.

1.6 Beräkning av ECG-poäng

Utöver den bedömning som görs på temanivå räknas även företags samlade poäng, dess ECG-poäng, fram. ECG-poängen säger visserligen inte särskilt mycket om hur företaget har utvecklats, men flera pionjärföretag ville ha med dem och i framtiden kommer de att ha betydelse för ECG-bokslutets eventuella rättsliga följder.

Som mest kan ett företag få 1 000 ECG-poäng. Som minst kan det få -3 600 poäng. ECG-bokslutet togs fram för att kunna användas av verksamheter oavsett bransch, storlek och rättslig form – från allmännyttiga föreningar och medelstora familjeföretag till börsnoterade företag och offentliga universitet. Sådana organisationer har väldigt olika effekter på samhället. Likaså ger deras respektive verksamheter upphov till olika risker. För att väga upp för sådana skillnader mellan olika branscher och företagsstorlekar har en variabel viktning av temana tagits fram.

Utgångspunkten är alla 20 teman, som viktas med 50 poäng vardera.

När de samlade poängen beräknas viktas temana olika i bokslutskalkylen utifrån följande faktorer:

- företags storlek
- de finansiella flödena till och från leverantörer, finansiärer och medarbetare
- de sociala riskerna i de länder som de viktigaste råvarorna kommer ifrån
- bransch och de ekologiska och sociala risker som finns inom branschen.

Det totala antal poäng som kan uppnås förblir detsamma i varje enskilt fall; endast storleken på de enskilda temans bidrag varierar beroende på temats betydelse för företaget i fråga.

1.7 Nytt i matrisversion 5.0

Företag som redan har utarbetat en ECG-rapport på grundval av en tidigare matrisversion bör vara uppmärksamma på att vissa aspekter har flyttats till andra teman och nya aspekter har tillkommit. Detta beror på att många har önskat se större tydlighet och logisk konsistens och att vi har behövt anpassa matrisen till EU-direktivet om icke-finansiell rapportering.

Inga teman eller aspekter har emellertid försvunnit. Ändå kan rapporterna och bedömningarna inte jämföras direkt med tidigare versioner när det gäller berörda teman och ECG-poäng.

Ingående information om ändringarna finns i den kompletterande dokumentationen. En kort sammanfattning av de viktigaste ändringarna ges här:

- Kolumnerna för värderingarna solidaritet och social rättvisa har slagits samman eftersom det ofta har visat sig vara svårt att avgränsa dessa värderingar och de är väldigt lika till sitt innehåll.

- De tidigare indikatorerna A1 och B1 har delats upp på fyra teman precis som för övriga intressentgrupper.
- Indikatorer och delindikatorer kallas numera för teman och aspekter i överensstämmelse med andra standarder.
- Ägare och finansiärer ingår nu i samma intressentgrupp eftersom det finns större överlappningar mellan dessa grupper än mellan ägare och medarbetare.
- Temana framställs på ett mer enhetligt sätt och deras namn har ändrats så att de återspeglar det nya innehållet.
- Definitioner av värderingarna och intressentgrupperna har införts så att det framgår tydligt hur dessa begrepp används i handboken.
- Minusaspekter har införts för de olika temana.

Följande aspekter har flyttats:

- Alla aspekter som rör lön och arbetstid har flyttats från C1 till C2.
- Aspekterna som rör lägsta/högsta lön samt lönespridning har flyttats från C4 till C2.
- Aspekten som rör kundmedverkan har flyttats från D1 till D4.
- Aspekten som rör produkttransparens har flyttats från D2 till D4.
- Aspekten som rör tillgänglighet har flyttats från D4 till D1.
- Aspekten som rör högre standard i branschen har flyttats från D5 till D2.
- Aspekten som rör användning av företagets vinst för det gemensamma bästa har flyttats från E4 till B2.

Nya plusaspekter:

- Skatter och sociala avgifter (E2)

Nya minusaspekter:

- Utnyttjande av företagets marknadsstyrka gentemot leverantörer (A2)
- Oproportionerligt stor miljöpåverkan i leverantörskedjan (A3)
- Beroende av ekologiskt tvivelaktiga resurser (B3)
- Orättvisa anställningsavtal (C2)
- Uppmuntran till slöseri/tolerans av oekologiskt beteende (C3)
- Oetiska reklamåtgärder (D1)
- Missbruk av företagets marknadsstyrka gentemot medföretag (D2)
- Ingen deklaration av farliga ämnen (D4)
- Avsaknad av antikorrupsionsåtgärder (E2)
- Främjande av bristande öppenhet och medveten spridning av felaktig information (E4)

2. Intressentgrupper



A Leverantörer

Denna intressentgrupp omfattar både direkta leverantörer och deras leverantörer, det vill säga i princip hela leverantörskedjan. Hänsyn tas till alla varor och tjänster som köps in från andra företag.

Varje företag kan ta ansvar för sina leverantörer genom att fatta bra inköpsbeslut, utforma bra avtalsvillkor och utöva allmänt inflytande. Hur detta ansvar kan se ut i praktiken beror på de faktiska maktförhållandena på marknaden och avståndet längs leverantörskedjan. Särskild uppmärksamhet bör ägnas åt förloppen i leverantörskedjan när varor och tjänster köps in som har stor ekonomisk betydelse för företaget eller som utgör viktiga eller riskfyllda komponenter i företagets egna produkter.

En förteckning över företagets viktigaste leverantörer (motsvarande ett totalt värde på upp till ca 80 % av inköpsvolymen) och de varor och tjänster som köps in från dessa leverantörer kan tjäna som vägledning. Hänsyn ska tas till produkter och branscher där sociala eller ekologiska risker föreligger även om inköpsvolymerna är mycket små.

B Ägare och finansieringspartner

Ett företags ägare har rätt att förfoga över företaget och fatta beslut om det, men bär även ansvaret för företaget. Vilka uppgifter ägarna har beror på rättssystemet i fråga.

Finansiärer tillhandahåller eget eller främmande kapital.

Leverantörer av finansiella tjänster är tjänsteföretag som erbjuder betalningstransaktioner och försäkringar, liksom förmögenhetsrådgivning och finansiell rådgivning.

C Medarbetare

Intressentgrupp C omfattar alla personer som utför viktiga uppgifter för företagets räkning och som ingår i dess rumsliga, organisatoriska och sociala strukturer samt för vilka minst ett av följande kriterier gäller:

- Ett anställningsförhållande föreligger.
- Personen i fråga arbetar under minst sex månader.
- Personen i fråga arbetar minst fyra timmar i veckan.
- Arbetsuppgifterna utövas regelbundet och återkommande (t.ex. varje sommar).

D Kunder och medföretag

Intressentgruppen kunder omfattar de målgrupper företaget riktar sig till med sina varor och tjänster, såsom användare av varor och tjänster, återförsäljare och slutkunder samt uppdragsgivare.

Direkta medföretag är främst företag vars varor och tjänster riktar sig till samma (regionala) målgrupp. Hänsyn ska även tas till hur företaget uppträder gentemot och samverkar med företag inom andra branscher eller andra regioner.

E Samhället runt omkring

Intressentgrupp E omfattar alla grupper som bara indirekt känner av effekterna av företags verksamhet. Gruppen ska betraktas som så vid som rimligen möjligt, men följande uppdelning kan göras med avseende på de enskilda värderingarna:

- E1: Mänskligheten som helhet, inklusive kommande generationer (vilket omfattar alla människor i egenskap av rationella varelser som är förmögna att själva definiera sina värderingar och sitt syfte).
- E2: Samhället i egenskap av stor social grupp som delar ett visst avgränsat utrymme. Detta utrymme kan vara fysiskt eller virtuellt (och omfatta exempelvis alla människor som bor i en viss region eller alla som använder internet). Gruppen har skapat gemensamma regler och institutioner med utgångspunkt i en delad grundsyn. Ett företag kan tillhöra flera samhällen (en kommun, ett land, ett vetenskapssamhälle osv.).
- E3: Den globala ekologiska omgivningen, inklusive framtida generationers naturresurser.
- E4: Företagets relevanta intressentgrupper som inte ingår i kategorierna A till D (grannar, kritiska icke-statliga organisationer som företräder samhället osv.).

3. Matrisgruppens definition av värderingarna i matrisen



Nedan ger vi vår definition av de fyra värderingar som ligger till grund för matrisversion 5.0.

Mänsklig värdighet

Mänsklig värdighet innebär för oss att varje människa, oavsett ursprung, ålder, kön eller andra egenskaper, är värdefull och unik och ska skyddas. Människan – och i förlängningen alla levande varelser – har rätt att existera och förtjänar uppskattning, respekt och aktning. Den mänskliga individen är överordnad alla materiella ting och tillgångar. Människan står i centrum, och den mänskliga värdigheten är oberoende av den nytta som den mänskliga arbetskraften tillför och är "okränkbar".

Solidaritet och rättvisa

Solidaritet och rättvisa är två besläktade värderingar som båda bygger på empati, uppskattning och medkänsla för andra samt rätten till lika möjligheter. De båda värderingarna innebär en strävan efter att minska orättvisorna, åstadkomma delat ansvar och skapa en balans mellan starka och svaga.

Solidaritet ...

- innebär ett anspråk på att alla människor ska få åtminstone en grundläggande uppsättning möjligheter och att ingen ska låtas gå under
- yttrar sig i ömsesidig och osjälvisk hjälp i nödsituationer och svåra situationer samt frivilligt samarbete människor emellan
- kan även innebära att samhället konkret tar på sig skyldigheter och ansvar så att kollektivet tar på sig ansvar för de svaga
- bygger på en känsla av samhörighet, som enligt ECG ska ses som ett band människor emellan och inte som en avgränsning gentemot andra grupper, som begreppet ofta har tolkats historiskt.

Rättvisa ...

- innebär en vision om en lämplig fördelning av varor, resurser och makt samt möjligheter och skyldigheter
- åstadkoms genom sociala mekanismer, såsom en rättvis organisation av samhället, ekonomin och staten. I bästa fall är dessa mekanismer institutionaliserade, det vill säga förankrade i ett rättssystem. Handlingar som syftar till att åstadkomma rättvisa är därför sällan enbart frivilliga.

Ekologisk hållbarhet

Ekologin behandlar förhållandet mellan levande varelser och deras miljö, som de samtidigt är beroende av för sin överlevnad. På grund av mänskliga ingrepp i denna miljö är den allvarligt hotad, varför företag särskilt uppmanas att bidra till en hållbar utveckling. En hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov och välja sin livsstil.

Hållbarheten hos varor och tjänster kan bara bedömas om hänsyn tas till hela livscykeln. Med livscykel avser vi de på varandra följande stegen i ett produktsystem – från råvaruutvinning eller råvaruproduktion (A3) via utveckling, tillverkning eller bearbetning i företaget till leverans (E3), kundernas användning och det slutliga omhändertagandet av varan (D3). På liknande sätt kan man definiera en livscykel för tjänster.

Den ekologiska hållbarheten kan förbättras genom riktade investeringar, som då ofta även resulterar i sociala förändringar. Tema B3 omfattar därför såväl den ekologiska som den sociala aspekten av investeringarna (till skillnad från övriga teman som rör ekologisk hållbarhet).

Öppenhet och medbestämmande

Öppenhet är en förutsättning för att intressentgrupperna ska kunna vara med och fatta beslut. Öppenhet innebär att insyn ges i all väsentlig information av allmänt intresse, i synnerhet kritiska uppgifter som protokoll från styrelsemötena samt information om löner, interna kostnader, beslut om anställningar och uppsägningar osv.

Medbestämmande innebär att respektive intressentgrupp deltar i beslutsfattandet, särskilt i frågor som rör dem själva. Berörda grupper bör göras delaktiga och involveras så mycket som möjligt, vilket kan ske på olika sätt genom olika grad av medbestämmande – från samråd och konsultation via vetorätt till gemensamma konsensusbeslut.

A1 Männsklig värdighet i leverantörskedjan



De varor och tjänster ett företag köper in är förknippade med en rad samhällseffekter, såväl positiva som negativa. Särskild hänsyn bör tas till medarbetarnas arbetsvillkor hos samtliga leverantörer i leverantörskedjan. Ett företag är nämligen med och ansvarar för alla människors välbefinnande – även hos sina leverantörer och underleverantörer.



Ett ECG-företag ...

- köper in varor och tjänster som har tillverkats under människovärdiga förhållanden
- är uppmärksam på risker i leverantörskedjan på områden där den mänskliga värdigheten ofta kränks
- främjar aktivt större respekt för den mänskliga värdigheten i leverantörskedjan.



Inledande frågor

- Vad vet vi om våra leverantörers, särskilt våra största leverantörers, respekt för den mänskliga värdigheten (t.ex. när det gäller kvaliteten på arbetsplatserna)?
- Vilka potentiella negativa effekter eller risker som har kopplingar till vår affärsverksamhet finns i leverantörskedjan (t.ex. kränkningar av de mänskliga rättigheterna)?
- Hur bidrar vårt företag till människovärdiga förhållanden samt lösningar på sociala problem och utmaningar i hela leverantörskedjan?

A1.1 Arbetsvillkor och samhällseffekter i leverantörskedjan

Målet är att företaget aktivt ska befatta sig med de varor och tjänster som det köper in och genom lämpliga åtgärder bidra till positiva effekter och människovärdiga villkor i hela leverantörskedjan.



Rapportfrågor

- Vilka varor/tjänster köper vi in? Enligt vilka kriterier väljs leverantörerna ut?
- Hur utvärderar vi sociala risker i leverantörskedjan?
- Hur kontrollerar vi att leverantörerna inte kränker den mänskliga värdigheten?
- Vilket inflytande utövar vi på våra leverantörer för att de ska respektera den mänskliga värdigheten i kontakten med sina intressentgrupper?
- Vilka certifieringar har de produkter vi köper in?



Obligatoriska indikatorer

- de inköpta varornas/tjänsternas andel av den totala inköpsvolymen i tabellform
- andel inköpta varor/tjänster som har tillverkats under rättvisa arbetsvillkor

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Etisk inköpshantering ingår i företagets identitet och positionering. Förfaranden för etiska inköp tillämpas på ett innovativt sätt inom alla avdelningar i företaget.

Avancerad

Företaget har tagit fram omfattande inköpsriktlinjer, som beskriver hur leverantörerna utvärderas och väljs ut utifrån sociala kriterier samt hur de får hjälp med att själva tillämpa de värderingar som främjas.

Nästan alla större leverantörer har bättre arbetsvillkor än genomsnittet i branschen.

På god väg

Företaget vidtar inledande åtgärder för att skapa anständiga arbetsvillkor hos leverantörerna.

Det utvärderar dessutom hela leverantörskedjan med avseende på anständiga arbetsvillkor.

Första steget

Företaget granskar arbetsvillkoren hos några större leverantörer och tar fram strategier och åtgärder för att förbättra villkoren.

Grundläggande uteslutningskriterier tillämpas vid inköp.

Grundnivå

Leverantörerna följer lagstadgade arbetsnormer.

Utöver detta engagerar sig inte företaget för att leverantörerna ska ta större socialt ansvar.



Bedömningshjälp/tolkning

Företagets inköpsbeteende ska bedömas med hänsyn till uteslutningskriterier eller uteslutningsförfaranden: Hur identifieras sociala risker i leverantörskedjan? Hur bedöms leverantörerna och hur väljs de ut? Hur främjas de utifrån sociala värderingar?

Följande kriterier bedöms:

- Leverantörerna bedriver en arbetsplatspolitik som främjar den mänskliga värdigheten (se C1).
- Leverantörerna tar själva hänsyn till den mänskliga värdigheten i samband med sina inköp (se A1).
- Leverantörerna förhåller sig till ekonomiska resurser och kunder (se B1 och D1) på ett etiskt sätt och bidrar till det gemensamma bästa genom de samhällseffekter deras varor och tjänster ger upphov till (se E1).

Följande aspekter kan vara till hjälp vid självutvärderingen eller bör beaktas vid tolkningen:

- Större vikt ska läggas vid områden i leverantörskedjan där de sociala riskerna är särskilt stora. Om företag i kritiska leverantörskedjor går betydligt längre än gällande standarder kan detta ha en positiv inverkan på klassificeringen.
- Betydande sociala effekter uppstår sällan hos direkta leverantörer, utan oftast mycket tidigare i värdekedjan. Exempelvis är arbetsvillkoren hos ett IT-tjänste-

företag sannolikt bättre än ett hos ett hårdvaruföretag i tidigare led. Fokus bör därför ligga på de delar av värdekedjan där effekterna är som störst.

- Ju större företaget är desto viktigare blir inköpshanteringen, och i takt med att företaget växer och riskerna i leverantörskedjan ökar ställs högre krav på företaget.
- En bedömning ska dessutom göras av om vissa, flera eller alla större leverantörer utvärderas eller väljs ut utifrån kriteriet om respekt för den mänskliga värdigheten.

A1.2 Minusaspekt: kränkning av den mänskliga värdigheten i leverantörskedjan

Tillverkningen av många produkter som används i det dagliga livet är förknippad med stora sociala problem. Med tanke på produktionsprocessernas globala och komplexa natur är det nästan omöjligt för företag och privatpersoner att utesluta kränkningar av den mänskliga värdigheten i leverantörskedjan.



Rapportfrågor

- I vilka delar av leverantörskedjan är risken särskilt stor för att den mänskliga värdigheten kränks?
- Vilka åtgärder vidtas för att undvika kränkningar av den mänskliga värdigheten?



Obligatorisk indikator

- andel inköpta produkter som medför respektive inte medför etiska risker



Bedömningsnivåer och poäng

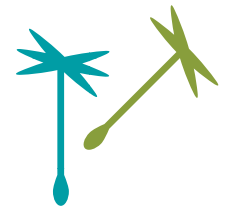
- **Grundnivå:** De sociala riskerna i företagets leverantörskedja är små eller så begränsar företaget de eventuella negativa sociala effekterna i leverantörskedjan till ett minimum.
- **20 minuspoäng:** Företaget köper in varor och tjänster från socialt kritiska branscher. De åtgärder som företaget har vidtagit hittills minskar inte de sociala effekterna i tillräcklig utsträckning.
- **100 minuspoäng:** Företaget köper in viktiga varor och tjänster från socialt kritiska branscher och vidtar knappt några åtgärder alls för att förbättra denna situation.
- **200 minuspoäng:** Företaget bidrar genom sitt beteende avsevärt till de negativa effekterna i leverantörskedjan.



Bedömningshjälp/tolkning

Fokus ligger här uttryckligen på sådana varor och tjänster som medför stora risker för att den mänskliga värdigheten kränks. Riskerna kan hänga samman med produkternas och tjänsternas regionala ursprung (t.ex. länder med låga standarder) eller branschen i fråga.

A2 Solidaritet och rättvisa i leverantörskedjan



Dagens ekonomi kännetecknas av skoningslös konkurrens, en självisk strävan efter att maximera företagets marknadsstyrka och globala leverantörskedjor med ofta exploaterande företags- och anställningsförhållanden. ECG-företag däremot ansvarar för att samverkan med direkta leverantörer sker på ett rättvist och solidariskt sätt. Dessutom ska varje företag så långt som möjligt vara med och ansvara för att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett rättvist och solidariskt sätt.



Ett ECG-företag ...

- skapar rättvisa och solidariska affärsförbindelser med sina direkta leverantörer
- är medvetet om sitt medansvar för solidaritet och rättvisa i hela leverantörskedjan och utformar sin verksamhet utifrån detta.



Inledande frågor

- På vilka områden förväntar sig leverantörerna rättvisa och solidaritet från vår sida?
- Vilka är våra direkta och indirekta affärspartner i leverantörskedjan och i vilken mån uppträder de på ett rättvist och solidariskt sätt gentemot andra berörda parter?
- Hur långt sträcker sig vårt direkta och indirekta inflytande i leverantörskedjan när det gäller en rättvis och solidarisk samverkan mellan berörda parter?

A2.1 Rättvisa affärsförbindelser med direkta leverantörer

Solidaritet och rättvisa gentemot direkta leverantörer kommer främst till uttryck genom rättvisa priser och rättvisa betalnings- och leveransvillkor. Men det är också viktigt att förädlingsvärdet fördelas rättvist för att alla berörda parter ska kunna existera ekonomiskt sida vid sida.



Rapportfrågor

- Hur skapar vi rättvisa och solidariska affärsförbindelser med direkta leverantörer, särskilt när det gäller utformningen av priser och betalnings- och leveransvillkor samt i den löpande verksamheten?
- Hur nöjda är leverantörerna med priserna och betalnings- och leveransvillkoren?
- Vilka åtgärder vidtas för att en rättvis andel av förädlingsvärdet ska gå till leverantörerna?



Obligatoriska indikatorer

- genomsnittlig längd på företagets affärsförbindelser med leverantörerna
- uppskattad fördelning av förädlingsvärdet mellan företaget och leverantörerna

Bedömningsnivåer



Föredömligt

Företagets affärsförbindelser med samtliga leverantörer är rättvisare än genomsnittet i branschen.

Åtgärder har vidtagits för att en rättvis andel av förädlingsvärdet ska gå till leverantörerna.

Företagets affärsförbindelser med leverantörerna har pågått i minst tio år i snitt och/eller alla leverantörer är mycket nöjda med priserna och betalnings- och leveransvillkoren samt fördelningen av förädlingsvärdet.

Avancerad

Rättvisa affärsförbindelser har etablerats med företagets samtliga leverantörer.

Åtgärder har vidtagits för att en rättvis andel av förädlingsvärdet ska gå till leverantörerna.

Företagets affärsförbindelser med leverantörerna har pågått i minst fem år i snitt och/eller de flesta leverantörer är mycket nöjda med priserna och betalnings- och leveransvillkoren.

På god väg

Åtgärder för att skapa rättvisa affärsförbindelser med leverantörerna har vidtagits med gott resultat.

Företagets affärsförbindelser med leverantörerna har pågått i minst tre år i snitt och/eller de flesta leverantörer är nöjda med priserna och betalnings- och leveransvillkoren.

Företaget befattar sig med frågan om en rättvis fördelning av förädlingsvärdet och tar fram strategier och åtgärder på området.

Första steget

Företaget granskar affärsförbindelserna med leverantörerna med avseende på rättvisa och solidaritet. Förbättringsstrategier har utarbetats och inledande åtgärder vidtagits.

Grundnivå

Företaget följer lagbestämmelserna om betalnings- och leveransvillkor. Utöver detta arbetar det inte för att åstadkomma en rättvis fördelning av förädlingsvärdet.



Bedömningshjälp/tolkning

Denna aspekt är egentligen bara relevant för företag som har en viss marknadsstyrka gentemot sina leverantörer och som därmed har en viss möjlighet att påverka affärsförbindelserna.

När det gäller **rättvisa priser** kan information från vissa icke-statliga organisationer fungera som vägledning. Ett innovativt sätt att åstadkomma rättvisa priser och betalnings- och leveransvillkor kan exempelvis vara att ta fram en modell där man i dialog med leverantörerna gemensamt kommer fram till en rättvis lösning (t.ex. gemensam kvantitetsplanering med fast pris och inköpsgarantier).

A2.2 Positiv inverkan på solidaritet och rättvisa i hela leverantörskedjan

Företag ska se till att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett rättvist och solidariskt sätt och ska aktivt stödja och främja sådan samverkan.



Rapportfrågor

- Vilka strategier har företaget för att så långt som möjligt se till att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett öppet och inkluderande sätt?
- Vilka åtgärder vidtar företaget för att kräva och främja att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett rättvist och solidariskt sätt?
- Hur kontrollerar företaget om det föreligger eventuella risker och missförhållanden på detta område och vilka bestraffningsåtgärder vidtar det?



Obligatoriska indikatorer

- andel inköpta produkter och råvaror med en märkning som tar hänsyn till solidaritet och rättvisa
- andelen leverantörer med vilka en rättvis och solidarisk samverkan med intressenter har tagits upp eller som har valts ut utifrån sådana kriterier

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget bidrar genom innovativa lösningar så långt som möjligt till att alla berörda parter samverkar med varandra på ett rättvist och solidariskt sätt.

Alla inköpta produkter och råvaror har en märkning som tar hänsyn till solidaritet och rättvisa, och alla leverantörer har valts ut utifrån att de samverkar med sina intressenter på ett rättvist och solidariskt sätt.

Avancerad

Minst hälften av de inköpta produkterna och råvarorna har en märkning som tar hänsyn till solidaritet och rättvisa.

Företaget kontrollerar regelbundet leverantörskedjan med avseende på risker och missförhållanden och vidtar vid behov omedelbara åtgärder och/eller bestraffningsåtgärder.

Företaget har vidtagit omfattande åtgärder för att hjälpa berörda parter i leverantörskedjan att samverka med sina intressenter på ett rättvist och solidariskt sätt.

På god väg

Företaget har en tydlig strategi för att så långt som möjligt se till att alla berörda parter samverkar med varandra på ett rättvist och solidariskt sätt.

Minst en tredjedel av de inköpta produkterna och råvarorna har en märkning som tar hänsyn till solidaritet och rättvisa.

Företaget kontrollerar aktivt och systematiskt att det inte föreligger några risker eller missförhållanden i leverantörskedjan.

Företaget ställer krav på att alla större leverantörer samverkar med sina intressenter på ett rättvist och solidariskt sätt och väljer ut dem utifrån detta kriterium.

Företaget har vidtagit inledande åtgärder för att hjälpa berörda parter i leverantörskedjan att samverka med sina intressenter på ett rättvist och solidariskt sätt.

Första steget

Företaget har börjat samla in information om risker och missförhållanden i fråga om solidaritet och rättvisa i leverantörskedjan.

Det vidtar inledande åtgärder för att utöva positivt inflytande så att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett rättvist och solidariskt sätt.

Vissa av de produkter och råvaror som köps in har en märkning som tar hänsyn till solidaritet och rättvisa.

Grundnivå

Företaget befattar sig inte explicit med solidaritet och rättvisa i leverantörskedjan, men det följer alla obligatoriska lagar och andra författningar på området och utnyttjar inte sin marknadsstyrka.



Bedömningshjälp/tolkning

Med "berörda parter" avses i denna aspekt såväl leverantörer som underleverantörer samt deras respektive intressentgrupper. Det bör dock noteras att ett företags möjligheter att påverka villkoren i sin leverantörskedja varierar beroende på företagets storlek, marknadsställning och andra faktorer.

Risker och missförhållanden i fråga om solidaritet och rättvisa i leverantörskedjan kan särskilt vara:

- lön som det inte går att leva på
- illegitim skatteoptimering
- avsaknad av antikorrupsionsåtgärder
- missbruk av marknadsstyrka

Åtgärder för att utöva positivt inflytande kan vara:

- återkoppling och diskussioner med leverantörer
- leverantörsbedömningar
- utarbetande av inköpsriktlinjer eller uppförandekoder för leverantörer

Åtgärder för att hjälpa berörda parter kan vara:

- gemensamt framtagande av strategier
- gemensamt införande av lämpliga certifieringar

Bestraffningsåtgärder kan vara:

- allt från att vissa produkter inte längre köps in till att affärsrelationen avslutas

A2.3 Minusaspekt: utnyttjande av företagets marknadsstyrka gentemot leverantörer

En maktobalans i affärsförbindelserna mellan ett företag och dess leverantörer kan leda till att leverantörerna utnyttjas och hamnar i beroendeställning. Konkret kan detta ta sig uttryck i exempelvis prisdumpning och ensidiga avtal.



Rapportfrågor

- I vilken mån har företaget marknadsstyrka gentemot sina leverantörer och hur utnyttjar det denna styrka?
- Finns det något som tyder på att leverantörerna påverkas negativt av företagets marknadsstyrka, särskilt i fråga om betalnings- och leveransvillkoren?
- Har det förekommit klagomål eller negativ publicitet på detta område under det senaste året?



Bedömningsnivåer och poäng

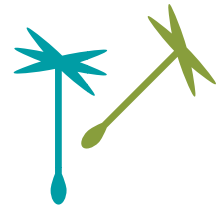
- 0 minuspoäng: Risken är låg för att företaget skulle utnyttja sin marknadsstyrka. Företaget begränsar de eventuella negativa effekterna av sin befintliga marknadsstyrka till ett minimum.
- 100 minuspoäng per område: Det finns konkreta och välgrundade belägg för att leverantörerna i viss mån tar skada av företagets marknadsstyrka.
- 200 minuspoäng: Företaget utnyttjar bevisligen sin marknadsstyrka till nackdel för sina leverantörer.



Bedömningshjälp/tolkning

Varje företag bör undersöka riskerna för att det utnyttjar sin marknadsstyrka. Det kan exempelvis genomföra undersökningar bland leverantörerna eller granska sina (standard)leverantörskontrakt samt inköpsriktlinjer för inköpsansvariga eller bonus-systemet. Hur omfattande åtgärder som ska vidtas beror på hur stora riskerna är.

A3 Ekologisk hållbarhet i leverantörskedjan



Varje företag ställs inför problemet med miljöpåverkan i leverantörskedjan och bidrar till sådan påverkan när det köper in råvaror, varor och tjänster. Företag är därför med och ansvarar för den ekologiska hållbarheten i sin leverantörskedja. Målet är att bidra till att miljöpåverkan i hela leverantörskedjan minskar.



Ett ECG-företag ...

- utvärderar produkternas och tjänsternas livscykel eller leverantörskedjan med avseende på negativa ekologiska effekter
- väljer att köpa in de ekologiskt mest fördelaktiga alternativen
- avstår så långt som möjligt från varor och tjänster som medför mycket stor miljöpåverkan.



Inledande frågor

- Vad vet vi om miljöpåverkan i vår leverantörskedja, särskilt när det gäller de största leverantörerna och de varor och tjänster som medför stora miljörisker?
- Hur bidrar vårt företag och alla berörda parter i hela leverantörskedjan till att miljöpåverkan minskar?

A3.1 Miljöpåverkan i leverantörskedjan

Inköp av råvaror, varor och tjänster är förknippade med ekologiska risker och effekter.



Rapportfrågor

- Vilka och hur många olika råvaror och material används i tillverkningen?
- Vilka typer av energi och material och vilken teknik används i tillverkningen?
- Enligt vilka kriterier väljs råvaror, varor och tjänster ut?
- Hur utvärderas de ekologiska riskerna i leverantörskedjan?
- Vilken skadlig miljöpåverkan uppkommer i leverantörskedjan eller till följd av de produkter som köps in?
- Utifrån vilka ekologiska kriterier väljer företaget ut produkter och leverantörer?
- Vilka åtgärder vidtas för att minska miljöpåverkan från direkta leverantörer och i hela leverantörskedjan?
- Hur skiljer sig företaget mot konkurrenterna när det gäller ekologiska inköp?



Obligatoriska indikatorer

- andel inköpta varor/tjänster som är ekologiskt bättre alternativ
- andel leverantörer som bidrar till att de ekologiska effekterna minskar

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Ekologisk inköpshantering ingår i företagets identitet och positionering. Förfaranden för ekologiska inköp samt för att minska de ekologiska riskerna hos produkter som köps in tillämpas innovativt inom alla avdelningar i företaget.

Avancerad

Företaget har tagit fram omfattande inköpsriktlinjer om hur de produkter som köps in ska utvärderas och väljas ut utifrån ekologiska kriterier samt om hur leverantörerna ska få hjälp med att leva upp till de ekologiska standarderna.

Nästan alla större leverantörer uppfyller strängare ekologiska standarder än genomsnittet i branschen.

På god väg

Inledande åtgärder vidtas för att minska de inköpta produkternas/tjänsternas ekologiska risker/effekter.

Företaget befattar sig med frågan om hur konsumtionen av miljöskadliga produkter kan minska.

Det har börjat verka för att leverantörerna ska minska sin skadliga miljöpåverkan.

Första steget

Företaget kontrollerar de varor/tjänster som köps in med avseende på ekologiska risker/effekter och försöker hitta ekologiskt bättre alternativ.

Grundläggande uteslutningskriterier tillämpas vid inköp.

Grundnivå

Företaget följer lagbestämmelserna. Utöver detta utvärderar företaget inte leverantörerna med avseende på ekologiska effekter.



Bedömningshjälp/tolkning

Följande aspekter tjänar som orientering för bedömningen:

- Åtgärder, miljömärkningar och den senaste tekniken kan användas för att bedöma minskningen av miljöpåverkan i leverantörskedjan.
- Vissa områden (t.ex. energi, resor, råvaror och jordbruksprodukter) ger stor påverkan sett till sin ekonomiska betydelse. Särskild uppmärksamhet bör ägnas åt sådana områden.
- Om företag i kritiska leverantörskedjor går betydligt längre än gällande standarder kan detta ha en positiv inverkan på klassificeringen.
- Ju större företaget är desto viktigare blir inköpshanteringen, och i takt med att företaget växer och riskerna i leverantörskedjan ökar ställs högre krav på företaget.
- Om företaget vet väldigt lite om sin leverantörskedja ska detta inverka negativt på bedömningen. Likaså ska det inverka negativt på bedömningen om de åtgärder som tas med i ECG-rapporten endast omfattar enstaka aspekter eller ett fåtal leverantörer.
- För att få en känsla för åtgärdernas kvalitet kan det vara bra att göra en jämförelse med andra företag i branschen. Åtgärder som är normala inom branschen ska anses höra till första steget.
- Följande är exempel på passivt beteende:
 - Ekologiskt bättre alternativ utforskas inte.

- Leverantörerna varken utvärderas eller väljs ut utifrån ekologiska kriterier.
- Det går inte att bevisa att leverantörerna uppfyller de lagstadgade standarderna i fråga om processer som medför stor miljöpåverkan.
- Produktionsprocesserna i leverantörskedjan motsvarar inte den senaste tekniken.

A3.2 Minusaspekt: oproportionerligt stor miljöpåverkan i leverantörskedjan

Vissa branscher/varor/tjänster har en mycket tydlig koppling till oproportionerligt stor negativ miljöpåverkan.



Rapportfrågor

- Vilka leverantörer eller produkter i leverantörskedjan orsakar särskilt stor negativ miljöpåverkan?
- Vilka åtgärder vidtas för att minska denna påverkan?



Obligatorisk indikator

- andel inköpta varor/tjänster som medför oproportionerligt stor miljöpåverkan



Bedömningsnivåer och poäng

- **Grundnivå:** De ekologiska riskerna i företagets leverantörskedja är små eller så reducerar företaget de eventuella negativa effekterna till ett minimum.
- **20 minuspoäng:** Företaget köper in varor och tjänster från ekologiskt kritiska branscher. De åtgärder som företaget har vidtagit hittills minskar inte miljöpåverkan i tillräcklig utsträckning.
- **100 minuspoäng:** Företaget köper in viktiga varor och tjänster från ekologiskt kritiska branscher och vidtar knappt några åtgärder alls för att åstadkomma en klar förbättring.
- **200 minuspoäng:** Företaget bidrar genom sitt beteende avsevärt till den negativa miljöpåverkan i leverantörskedjan.



Bedömningshjälp/tolkning

Fokus ligger här på sådana varor och tjänster som är förknippade med stora risker. Riskerna kan härröra från produkternas regionala ursprung (t.ex. länder med låga standarder), men är framför allt relaterade till branschen i fråga: förbränning av fossila bränslen, jord- och skogsbruk (förändrad markanvändning), kärnkraft, genteknik, fiske (hotade arter) osv.



A4 Öppenhet och medbestämmande i leverantörskedjan

Öppenhet i leverantörskedjan är en grundläggande förutsättning för etisk inköphantering eftersom bara det kända kan regleras aktivt. Om insyn ges i leverantörskedjan blir det också möjligt för andra intressentgrupper att kontrollera vem som tillverkar produkterna och enligt vilka villkor de tillverkas. Dessutom är öppenhet en förutsättning för att leverantörerna ska kunna vara med och bestämma i frågor som rör dem.



Ett ECG-företag ...

- tillämpar öppenhet gentemot sina leverantörer och ser till att de kan vara med och bestämma på områden eller i beslut som rör dem
- är medvetet om sitt medansvar för öppenhet och gemensamma beslutsprocesser i hela leverantörskedjan och utformar sin verksamhet utifrån detta.



Inledande frågor

- Vilken information från och om vårt företag är intressant och relevant för våra leverantörer?
- Vilka av företagets interna beslut påverkar våra leverantörer?
- Vilka är våra direkta och indirekta affärspartner i leverantörskedjan och i vilken mån uppträder de på ett öppet och inkluderande sätt gentemot andra berörda parter?
- Hur långt sträcker sig vårt direkta och indirekta inflytande i leverantörskedjan när det gäller en öppen och inkluderande samverkan mellan berörda parter?

A4.1 Öppenhet och medbestämmanderättigheter för leverantörer

Öppenhet gentemot leverantörer är en fråga om huruvida och i vilken utsträckning information görs tillgänglig. Avgörande är hur omfattande och detaljerad informationen är samt på vilket sätt den görs tillgänglig. Medbestämmande är viktigt för att stärka leverantörernas ställning och kan samtidigt bidra till effektivare affärsprocesser.



Rapportfrågor

- Vilken och hur mycket information får leverantörerna del av?
- Hur och i vilken utsträckning har leverantörerna möjlighet att vara med och bestämma i relevanta situationer och på relevanta områden?
- Hur nöjda är leverantörerna med företagets informationspolicy och den rätt till medbestämmande som finns?

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företagets affärsförbindelser med samtliga leverantörer är öppnare och mer inkluderande än genomsnittet i branschen.

Samtliga leverantörer är mycket nöjda med företagets informationspolicy och med de möjligheter de har att utöva medbestämmande.

Avancerad

Öppna och inkluderande affärsförbindelser har etablerats med företagets samtliga leverantörer.

Med några få undantag är leverantörerna mycket nöjda med företagets informationspolicy och med de möjligheter de har att utöva medbestämmande.

På god väg

Åtgärder för att skapa öppna och inkluderande affärsförbindelser med leverantörerna har vidtagits med gott resultat.

Med några få undantag är leverantörerna nöjda med företagets informationspolicy och med de möjligheter de har att utöva medbestämmande.

Första steget

Företaget granskar affärsförbindelserna med leverantörerna med avseende på öppenhet och möjligheter till medbestämmande. Förbättringsstrategier har tagits fram och inledande åtgärder vidtagits.

Grundnivå

Företaget strävar inte efter att åstadkomma större öppenhet gentemot sina leverantörer än vad som krävs enligt lag. Leverantörerna har inte möjlighet att vara med och bestämma i relevanta frågor.



Bedömningshjälp/tolkning

Ju mer leverantörerna påverkas av ett beslut desto viktigare är det att de involveras i beslutsprocessen. Företaget bör därför fråga sina leverantörer vilka ämnen och beslut de skulle vilja involveras i. Områden där leverantörerna skulle kunna vara med och bestämma är exempelvis planeringen av råvarukvantiteter samt betalnings- och leveransvillkoren. Graden av inflytande över beslutprocessen sträcker sig för berörda leverantörer från samråd via dialog och medverkan till medbestämmande. Beslutsprocessen samt invändningar och nejroster ska helst dokumenteras på lämpligt sätt inom företaget.

A4.2 Positiv inverkan på öppenhet och medbestämmande i hela leverantörskedjan

Företag ska se till att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett öppet och inkluderande sätt och ska aktivt stödja och främja sådan samverkan.



Rapportfrågor

- Vilka strategier har företaget för att så långt som möjligt se till att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett öppet och inkluderande sätt?
- Vilka åtgärder vidtar företaget för att kräva och främja att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett öppet och inkluderande sätt?
- Hur kontrollerar företaget om det föreligger eventuella risker och missförhållanden på detta område och vilka bestraffningsåtgärder vidtar det?



Obligatoriska indikatorer

- andel inköpta produkter och råvaror med en märkning som tar hänsyn till öppenhet och medbestämmande
- andel leverantörer med vilka en öppen och inkluderande samverkan med intressenter har tagits upp eller som har valts ut utifrån sådana kriterier

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget bidrar genom innovativa lösningar så långt som möjligt till att alla berörda parter samverkar med varandra på ett öppet och inkluderande sätt.

Alla inköpta produkter och råvaror har en märkning som tar hänsyn till öppenhet och medbestämmande, och alla leverantörer har valts ut utifrån att de samverkar med sina intressenter på ett öppet och inkluderande sätt.

Avancerad

Minst hälften av de inköpta produkterna och råvarorna har en märkning som tar hänsyn till öppenhet och medbestämmande.

Företaget kontrollerar regelbundet leverantörskedjan med avseende på risker och missförhållanden och vidtar vid behov omedelbara åtgärder och/eller bestraffningsåtgärder.

Företaget har vidtagit omfattande åtgärder för att hjälpa berörda parter i leverantörskedjan att samverka med sina intressenter på ett öppet och inkluderande sätt.

På god väg

Företaget har en tydlig strategi för att så långt som möjligt se till att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett öppet och inkluderande sätt.

Minst en tredjedel av de inköpta produkterna och råvarorna har en märkning som tar hänsyn till öppenhet och medbestämmande.

Företaget kontrollerar aktivt och systematiskt att det inte föreligger några risker eller missförhållanden i leverantörskedjan.

Företaget ställer krav på att alla större leverantörer samverkar med sina intressenter på ett öppet och inkluderande sätt. Det väljer ut dem utifrån detta kriterium.

Företaget har vidtagit inledande åtgärder för att hjälpa berörda parter i leverantörskedjan att samverka med sina intressenter på ett öppet och inkluderande sätt.

Första steget

Företaget har börjat samla in information om risker och missförhållanden i fråga om öppenhet och medbestämmande i leverantörskedjan.

Det vidtar inledande åtgärder för att utöva positivt inflytande så att alla berörda parter i leverantörskedjan samverkar med varandra på ett öppet och inkluderande sätt.

Vissa av de produkter och råvaror som köps in har en märkning som tar hänsyn till öppenhet och medbestämmande.

Grundnivå

Företaget befattar sig inte explicit med öppenhet och medbestämmande i leverantörskedjan, men det följer alla obligatoriska lagar och andra författningar på området.



Bedömningshjälp/tolkning

Med "berörda parter" avses i denna aspekt såväl leverantörer som underleverantörer samt deras respektive intressentgrupper. Det bör dock noteras att ett företags möjligheter att påverka villkoren i sin leverantörskedja varierar beroende på företagets storlek, marknadsställning och andra faktorer.

Risker och missförhållanden i fråga om öppenhet och medbestämmande i leverantörskedjan kan särskilt vara:

- förhindrande eller motarbetande av företagsråd och fackföreningar
- genomförande av fientliga uppköp

Åtgärder för att utöva positivt inflytande kan vara:

- återkoppling och diskussioner med leverantörer
- leverantörsbedömningar
- utarbetande av inköpsriktlinjer eller uppförandekoder för leverantörer

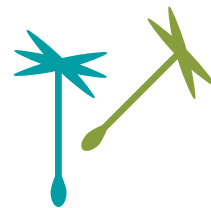
Åtgärder för att hjälpa berörda parter kan vara:

- gemensamt framtagande av strategier
- gemensamt införande av lämpliga certifieringar

Bestraffningsåtgärder kan vara:

- allt från att vissa produkter inte längre köps in till att affärsrelationen avslutas

B1 Etisk hantering av ekonomiska resurser



Enligt den syn på pengar där hänsyn tas till värderingar och det gemensamma bästa – och den finansetik som har härletts ur detta synsätt – betraktas pengar bara som ett betalningsmedel och inte som ett mål i sig. Pengar ska hanteras utan press och med respekt för den mänskliga värdigheten.

Det granskas kritiskt hur olika finansieringsformer och finansiella produkter påverkar de berörda parternas intressen.



Ett ECG-företag ...

- förvaltar sina finanser på ett kritiskt sätt enligt etiska principer
- försöker åstadkomma en finansieringsstruktur som stämmer överens med denna etiska hållning
- strävar efter att ständigt öka andelen eget kapital och att komplettera de egna medlen med medel från partner som också värnar om företagets oberoende och självbestämmande.



Inledande frågor

- Hur säkerställer vi att vi har tillräckligt med egna medel?
- Hur skulle vi kunna tillämpa solidarisk finansiering i vårt företag?
- Hur kan vi utvärdera hur etiska våra finansieringspartner är?

B1.1 Finansiellt oberoende genom finansiering med egna medel

Att företaget har en stor andel egna medel gör det finansiellt oberoende och ekonomiskt motståndskraftigt samt skyddar det mot oönskad yttre påverkan, särskilt mot onödiga finansiella risker.



Rapportfrågor

- Hur kan företaget åstadkomma tillräcklig risktäckning genom egna medel?
- Vilka olika möjligheter att skaffa eget kapital har företaget övervägt?



Obligatoriska indikatorer

- andel eget kapital
- genomsnittlig andel eget kapital i branschen

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Andelen eget kapital är föredömlig sett till branschen.

Avancerad

Andelen eget kapital är betydligt större än genomsnittet i branschen.

På god väg

Andelen eget kapital motsvarar genomsnittet i branschen.

Första steget

Företaget har fastställt mål om att uppnå en tillräcklig andel eget kapital för att täcka riskerna och har börjat arbeta mot dessa mål.

Grundnivå

Det fastställda aktie- eller insatskapitalet har betalats eller satts in, och andelen eget kapital stämmer överens med lagstadgade minimikrav.



Bedömningshjälp/tolkning

Företaget bör ha en stor andel eget kapital om det har mycket kapital bundet i anläggningstillgångar eller om det behöver skydda sig mot affärsrisker som exempelvis få intäktsposter, säsongsvariationer, väderberoende eller beroende av specifika resurser och kompetenser. Denna aspekt kan vara mindre viktig om företaget har säkra regelbundna intäkter, saknar tillgångar och inte förfinansierar sina utgifter.

Bankerna beräknar företags andel eget kapital som "justerat eget kapital" delat med det totala kapitalet. Inom bank- och försäkringssektorn skiljer man mellan "primärkapital" och "supplementärkapital".

För föreningar och självreglerande organisationer är den viktigaste informationen hur stor del av finansieringen som utgörs av självfinansiering genom medlemsavgifter. När det gäller allmännyttiga organisationer måste hänsyn tas till reservernas användnings syfte och begränsningar.

B1.2 Extern finansiering för det gemensamma bästa

Att ta lån innebär alltid ett åtagande att öka förädlingsvärdet för att kunna betala ränta och amorteringar. Kompletterande främmande kapital bör främst tillhandahållas genom solidarisk finansiering, exempelvis från kunder i form av efterställda lån², eller genom gräsrotsfinansiering (*crowdfunding*) från personer som är intresserade av projektet eftersom det i sådana fall föreligger ett gemensamt intresse. Först därefter bör företaget överväga att ta lån från etiska banker. Skulle företaget behöva ta lån från en affärsbank måste det kontrollera om villkoren innehåller ytterligare risker.



Rapportfrågor

- Vilken typ av finansiering och vilken andel av finansieringen skulle intressentgrupper och/eller etiska banker kunna bidra med?
- Hur kan företaget ersätta konventionella lån och konkret minska sina finansiella risker?



Obligatoriska indikatorer

- andel främmande kapital (i %)
- finansiering, uppdelat på typ av finansiering (i tusental euro)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget använder sig till vida övervägande del av solidarisk finansiering från intressentgrupper och/eller lån från en etisk bank, eller så har det ersatt sina konventionella lån helt.

Avancerad

Företaget använder sig till stor del av solidarisk finansiering från intressentgrupper och/eller lån från en etisk bank och ersätter gradvis sina konventionella lån.

På god väg

Företaget strävar kontinuerligt efter att använda sig av solidarisk finansiering från intressentgrupper och/eller lån från en etisk bank och att ersätta konventionella lån.

Första steget

Företaget förbereder sig inför att använda sig av solidarisk finansiering från intressentgrupper och/eller lån från en etisk bank.

Grundnivå

Återbetalningsperioden rättar sig efter avskrivningstiden för de tillgångar som finansieras och uppgår till högst 14 år.

² Ett efterställt lån innebär att långivaren vid till exempel låntagarens konkurs kan göra anspråk på betalning av kapitalbelopp och ränta först efter att alla andra fordringsägare har fått betalt.



Bedömningshjälp/tolkning

Ytterligare finansiella risker som konventionella lån kan medföra är exempelvis överdrivna räntekostnader, kort återbetalningstid eller löptid, valutarisker (vid lån i utländsk valuta), återbetalningsinstrument med egen risk, ränteswappar och liknande. Om följderna inte är kända förekommer det spekulativa faktorer – och därmed risker som ska undvikas.

B1.3 Etisk hållning hos externa finansieringspartner

En etisk förvaltning av de egna finanserna kan stödjas av partnerinstitut som själva har en motsvarande inställning. När det gäller etik- och hållbarhetsbetyg måste man emellertid undersöka noggrant vad det egentligen är som betygssätts.



Rapportfrågor

- Vilka finansieringspartner har företaget?
- Hur etiska och hållbara bedöms finansieringspartnerna vara?



Obligatorisk indikator

- upp till tre viktiga finansieringspartner, där partnerinstitut, finansiell produkt och affärsomslutning (årlig omslutning) ska anges i varje fall

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företagets finansieringspartner utgörs uteslutande av etiska och hållbara leverantörer av finansiella tjänster.

Avancerad

De flesta av företagets finansieringspartner är specialiserade på etiska och hållbara finansiella tjänster.

På god väg

Företagets finansieringspartner har ett brett utbud av etiska och hållbara finansiella produkter, engagerar sig regionalt och är inte involverade i kritiska projekt.

Första steget

Företagets finansieringspartner har några etiska och hållbara finansiella produkter, engagerar sig regionalt och är inte involverade i kritiska projekt.

Grundnivå

Företagets finansieringspartner redogör öppet för riskerna med de produkter och tjänster som erbjuds eller efterfrågas.



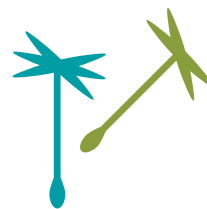
Bedömningshjälp/tolkning

Kreditbetyg baserade på kriterierna i Frankfurt-Hohenheim-riktlinjerna³ är det närmaste man kan komma en värdeorienterad hållning. Enligt riktlinjerna ska det bedömas i vilken utsträckning instituten följer sociala, ekologiska och kulturella krav.

Finansieringspartner är inte bara banker, kreditinstitut eller försäkringsbolag utan alla typer av leverantörer av finansiella tjänster som företaget har affärsförbindelser med.

³ Riktlinjerna finns (på tyska och engelska) på <https://web.archive.org/web/20110212013155/http://www.ethisches-consulting.de/frankfurthohenheimerleitfaden>

B2 Social hantering av ekonomiska resurser



Ett centralt mål för företaget är att behandla alla intressentgrupper rättvist. En rättvis behandling innebär bland annat att företagets utgifter blir till "inkomst" för leverantörerna, medarbetarna och samhället. Överskottet ska främst användas till att garantera företagets fortsatta existens och utveckling samt till att bygga upp nödvändiga riskreserver för företaget. Utdelning av avkastning bör ske först efter att lämpliga belopp har satts av för framtiden.



Ett ECG-företag ...

- har tillräckligt med inkomster från sina kunder för att kunna säkra sin egen fortlevnad efter att ha sett till att bidragande intressentgrupper får en lämplig inkomst
- har ägare som prioriterar företagets fortsatta utveckling framför realisering av avkastning på egna investeringar
- har ägare med måttliga krav på avkastning, som i vilket fall undviker utdelning på bekostnad av nya skulder.



Inledande frågor

- Vilken betydelse har företagets utgifter som inkomst för intressentgrupperna och deras säkerhet inför framtiden?
- Hur stora intäkter behövs totalt? Hur sannolikt är det att företaget får dessa intäkter?

B2.1 Solidarisk kapitalanvändning för det gemensamma bästa

Syftet med att rörelsemässiga överskott används på ett solidariskt sätt för det gemensamma bästa är främst att genom omfattande investeringar och avsättningar säkerställa att intressentgrupperna får sin beskurna del av inkomster i framtiden.

Först efter att belopp har satts av för att täcka framtida utgifter ska avkastning delas ut till ägare. Utdelningen får emellertid inte ske på bekostnad av nya skulder.



Rapportfrågor

- Vilka utgifter kommer att behövas i framtiden? I vilken utsträckning kan företaget täcka dessa utgifter och skapa ett kompletterande riskskydd?
- Vilka krav ställer ägarna på avkastning på egna investeringar och hur motiverar de sina krav?



Obligatoriska indikatorer

- kapitalöverskott från den löpande verksamheten (i tusental euro)
- totalt belopp som behövs för att täcka framtida utgifter (i tusental euro)
- genomförda strategiska investeringar (i tusental euro)
- nyinvesteringar (i tusental euro)
- avsättning till reserver (i tusental euro)
- avkastning som delas ut (i tusental euro, i % av aktie- eller insatskapitalet)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Begränsad utdelning av vinst sker först efter att minst 90 % av det aktuella behovet av kapital för framtida utgifter har täckts och utan att nya skulder tillkommer.

Avancerad

Begränsad utdelning av vinst sker först efter att minst 80 % av det aktuella behovet av kapital för framtida utgifter har täckts och utan att nya skulder tillkommer.

På god väg

Begränsad utdelning av vinst sker först efter att minst 70 % av det aktuella behovet av kapital för framtida utgifter har täckts och utan att nya skulder tillkommer.

Första steget

Företaget upprättar en förteckning över utgifter som behövs för att säkerställa företagets fortlevnad. Begränsad utdelning av vinst sker först efter att minst 60 % av det aktuella behovet av kapital för framtida utgifter har täckts och utan att nya skulder tillkommer.

Grundnivå

Endast vinst som faktiskt har uppkommit delas ut. Alla utdelningsrestriktioner beaktas och inga nya skulder tillkommer.



Bedömningshjälp/tolkning

De procentsatser som anges för täckning av "behovet av kapital för framtida utgifter" är summan av nyinvesteringarna, de löpande strategiska utgifterna och avsättningen till reserven i förhållande till det totala behovet.

B2.2 Minusaspekt: orättvis fördelning av ekonomiska resurser

Tydliga exempel på orättvis fördelning är att jobb läggs ner eller att hela företagets verksamhet på en viss lokaliseringsort flyttas trots stadig vinst. Ett annat exempel är att tvåsiffrig avkastning delas ut till aktieägare som inte arbetar i företaget.



Rapportfrågor

- Varför har företagets verksamhet på en lokaliseringsort flyttats eller lagts ner trots vinst eller varför kommer en sådan flytt eller nedläggning att ske?
- Varför lägger företaget ner jobb trots stadig vinst?
- Varför betalar företaget ut tvåsiffrig avkastning till aktieägare som inte arbetar i företaget?



Bedömningsnivåer och poäng

Om företaget har 100 eller fler medarbetare gäller följande:

- Nedläggning av > 20 % av jobben trots stadig vinst = -100 poäng.
- Nedläggning av > 30 % av jobben trots stadig vinst = -150 poäng.
- Nedläggning av > 40 % av jobben trots stadig vinst = -200 poäng.
- Utdelning av investerat kapital uppgår till 10,0–12,5 % = -100 poäng.
- Utdelning av investerat kapital uppgår till 12,5–15,0 % = -150 poäng.
- Utdelning av investerat kapital uppgår till > 15,0 % = -200 poäng.



Bedömningshjälp/tolkning

I tveksamma fall gäller omvänd bevisbörda, det vill säga företaget måste bevisa att nedläggningen av jobben är berättigad och att företaget bidrar till ytterligare sysselsättning i regionen.



B3 Social och ekologisk ekonomisk förvaltning

Omställningen till ett ekologiskt hållbart samhälle innebär att hänsyn alltid måste tas till ekologiska aspekter i samband med investeringar. Särskilt måste finansiella flöden riktas om till investeringar med stora positiva ekologiska effekter. För koncerner gäller att hänsyn måste tas till investeringarna för samtliga företag i koncernen. Att etablera företaget på en viss plats – eller låta bli att flytta det – för att kringgå ekologiska krav är inte förenligt med en inriktning på det gemensamma bästa.

Företaget kan också finansiera sociala och ekologiska projekt, antingen direkt eller via finansiella tjänster. Sådana projekt har ofta såväl sociala som ekologiska effekter, och dessa aspekter kan därför behandlas tillsammans.



Ett ECG-företag ...

- kontrollerar regelbundet i samband med sina investeringsbeslut att det varaktigt minskar sitt ekologiska fotavtryck
- tar också hänsyn till eventuella sociala och ekologiska effekter av investeringar i immateriella och finansiella tillgångar
- använder överflödiga ekonomiska resurser till att finansiera sociala och ekologiska projekt efter att ha gjort avsättningar till en likviditetsreserv.



Inledande frågor

- Vilken effekt har vårt långsiktigt bundna kapital på det ekologiska fotavtrycket och vilka renoveringar planeras i samband med ersättningsinvesteringar?
- Vilka ekologiska aspekter tar vi hänsyn till när det gäller direkta och indirekta effekter av nyanskaffningar?
- Vilka indirekta sociala och ekologiska effekter tar vi hänsyn till i samband med finansiella investeringar och användningen av ekonomiska resurser?

B3.1 Investeringarnas ekologiska kvalitet

Målet är att företaget inte fattar beslut om investeringar enbart utifrån ett vinstorienterat perspektiv, utan att det gör en omfattande bedömning av alla förändringar som investeringarna ger upphov till. Längre livslängd innebär mer långvariga ekologiska effekter. Ett program för ekorenovering av befintliga anläggningstillgångar spelar därför en viktig roll.



Rapportfrågor

- Vilka renoveringar på/i den egna anläggningen skulle kunna leda till att det ekologiska fotavtrycket minskar?
- Hur stora belopp behöver vi för att genomföra dessa renoveringar och vilka finansieringsprogram kan vi använda oss av?
- Hur ser vi till att hänsyn tas till ekologiska och sociala aspekter i samband med investeringsbeslut?
- Vilka renoveringar har genomförts/genomförs för närvarande?



Obligatoriska indikatorer

- planerade investeringar inkl. behovet av ekorenoveringar (i tusentals euro)
- ekorenoveringar som har genomförts (i tusentals euro och i %)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Upp till 100 % av de renoveringar som har bedömts vara nödvändiga har genomförts. 100 % av nyinvesteringarna medför en tydlig förbättring sett till företagets sociala och ekologiska effekter.

Avancerad

Upp till 60 % av de renoveringar som har bedömts vara nödvändiga har genomförts. Minst 80 % av nyinvesteringarna medför en tydlig förbättring sett till företagets sociala och ekologiska effekter.

På god väg

Upp till 30 % av de renoveringar som har bedömts vara nödvändiga har genomförts. Minst 60 % av nyinvesteringarna medför en tydlig förbättring sett till företagets sociala och ekologiska effekter.

Första steget

Företaget har undersökt vilka renoveringar som behöver göras av befintliga anläggningstillgångar och vilka förbättringar som kan åstadkommas genom ersättningsinvesteringar. Det har gjorts en uppskattning av investeringsbehovet.

Grundnivå

Företaget uppfyller helt och fullt alla miljörelaterade normer för god praxis som gäller för branschen, på lokaliseringssorten eller enligt verksamhetstillståndet.



Bedömningshjälp/tolkning

Företaget måste kontinuerligt bedöma renoveringsbehovet och förbättringspotentialen på nytt eftersom förutsättningarna ändras när renoveringar och nyinvesteringar med förbättringspotential genomförs och nya ekologiska lösningar tillkommer.

Om företaget har kontrollerade innehav ska hänsyn tas även till dessa när företagets investeringsbeteende bedöms.

Denna aspekt kan vara av mycket liten betydelse – eller ingen betydelse alls – för företag med få eller inga anläggningstillgångar. Ofta används hyrda anläggningar, och hur företaget kan påverka hyresvärden genom sin efterfrågan tas upp i A3.

B3.2 Användning av ekonomiska resurser för det gemensamma bästa

Om det är rättsligt möjligt kan företaget bidra med solidarisk finansiering till sociala och ekologiska projekt, exempelvis genom efterställda lån, mikrolån, gräsrotsfinansiering (*crowdfunding*), via en stiftelse eller i form av direkta bidrag.

Väljer företaget att placera i hållbarhetsfonder i stället för att finansiera projekt direkt, bör hänsyn tas till uteslutningskriterierna, de konkreta positiva kriterierna och formerna för ett eventuellt deltagande i investeringsbeslut. Förväntningar på avkastning bör träda i bakgrunden helt.

Vid beslut om förvärv av finansiella tillgångar, exempelvis andelar, bör motsvarande hänsyn tas till förväntade sociala och ekologiska effekter och renoveringsbehovet.



Rapportfrågor

- I vilken utsträckning deltar företaget i någon form av solidarisk finansiering av sociala och ekologiska projekt?
- Varifrån inhämtas information om de sociala och ekologiska effekter som är att vänta av projekten eller de hållbarhetsfonder som erbjuds?



Obligatoriska indikatorer

- finansierade projekt (i tusentals euro; i % av användningen av ekonomiska resurser)
- placeringar i fonder (i tusentals euro; i % av användningen av ekonomiska resurser)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget finansierar uteslutande etiska och hållbara eller socio-ekologiska projekt eller placerar i hållbarhetsfonder med tydliga uteslutningskriterier och positiva kriterier, små krav på avkastning och bibehållen möjlighet att verka för det gemensamma bästa.

Avancerad

Företaget finansierar uteslutande etiska och hållbara eller socioekologiska projekt eller placerar i hållbarhetsfonder med tydliga uteslutningskriterier och positiva kriterier.

På god väg

Företaget finansierar främst etiska och hållbara eller socioekologiska projekt eller placerar i hållbarhetsfonder med tydliga uteslutningskriterier och positiva kriterier.

Första steget

Företaget finansierar delvis etiska och hållbara eller socioekologiska projekt eller placerar i hållbarhetsfonder med tydliga uteslutningskriterier och konkreta positiva kriterier.

Grundnivå

Företaget har en konventionell finansieringsmix utan spekulativa finansiella produkter.



Bedömningshjälp/tolkning

Hur stor betydelse denna aspekt har beror på finansieringens omfattning.

B3.3 Minusaspekt: beroende av ekologiskt tvivelaktiga resurser

De ekologiska följderna av att tvivelaktiga resurser används gör att åtgärder vidtas för att ersätta dessa resurser. Detta leder i sin tur till att vissa industrigrenar eller branscher frångås helt. Parisavtalet om att minska koldioxidutsläppen innehåller drastiska minskningsmål för industriländerna och krav på att fossila bränslen ska vara helt utfasade senast 2050. Om den här typen av resurser är viktiga för företagets affärsmodell ska vägran att frånga dem (divestera) resultera i minuspoäng. Åtgärder för att minska beroendet tillgodoses för företaget utifrån hur effektiva de är.



Rapportfrågor

- Vilka ekologiskt tvivelaktiga resurser ingår i affärsmodellen?
- Vilka åtgärder för att minska beroendet av dessa resurser planerar företaget att vidta eller vidtar det och vilken effekt har åtgärderna?
- Vilken betydelse har det för företaget att det frångår fossila bränslen?



Bedömningsnivåer och poäng

- **100 minuspoäng:** avsaknad av information om nödvändig divestering
- **200 minuspoäng:** vägran att avstå från ..., frånga ...



Bedömningshjälp/tolkning

Exempel på ekologiskt tvivelaktiga resurser är fossila bränslen och drivmedel, kärnkraft, genetiskt modifierat utsäde, kemiska bekämpningsmedel, antibiotika i djurfoder samt asbest och andra ämnen som finns upptagna i förordningen om förbjudna kemikalier.

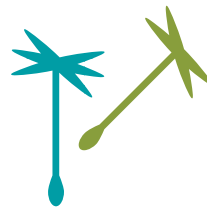
Företagets framtida oberoende av ekologiskt ohållbara varor/tjänster/branscher kommer att vara en viktig faktor för dess framgång. Men det är inte bara den egna användningen av den här typen av resurser som kan leda till beroende. Ett beroende kan även uppstå genom kunderna, exempelvis om företagets varor eller tjänster främst köps av företag i kritiska branscher.

Inom jordbruket utgör användningen av genetiskt modifierat utsäde eller kemiska bekämpningsmedel ett jämförbart exempel på beroende av ekologiskt tvivelaktiga resurser.

Om åtgärder redan har vidtagits för att minska beroendet eller konsumtionen kan antalet minuspoäng minska i förhållande till åtgärdernas effekt.

Så länge företaget inte kan bevisa att det har upphört med användningen helt ska det emellertid tilldelas minuspoäng.

B4 Ägande och medbestämmande



Grunden för ett företags existens utgörs av ett verksamhetssyfte som medarbetarna eftersträvar tillsammans, en gemensam framtidsvision som har vuxit fram ur detta syfte och ett gott samarbete. Detta åstadkoms genom att medarbetarna är med och fattar beslut, medverkar till verksamheten och övertar ansvar – helst genom att bli medföretagare i företaget. Sådant medföretagande kan stödjas av en lämplig juridisk form som underlättar övertagande eller överlåtelse av ägarandelar så att det rör sig om ett verkligt delägarskap. Om även andra intressentgrupper blir delägare i företaget kan detta stärka gemenskapen och göra företaget mer motståndskraftigt i sin framtida utveckling.



Ett ECG-företag ...

- möjliggör deltagande i beslut genom att ge största möjliga insyn i företagets verksamhet och planerade mål
- förbereder relevanta intressentgrupper på att ta över ägarskap
- drar lärdom av tidigare erfarenheter och vidareutvecklar kontinuerligt de gemensamma beslutsprocesserna.



Inledande frågor

- Hur skulle vi beskriva den gemenskap som finns i vårt företag?
- Vilken betydelse har vår juridiska form för våra medarbetares engagemang?
- Vilken form av medföretagande kan man tänka sig i vårt företag?

B4.1 Ägarstruktur för det gemensamma bästa

Ägarandelarna ska vara så fördelade att företaget behåller sin självständighet och sitt självbestämmande och inte påverkas av enskilda intressen. Förutsättningen för delägarskap är ett intresse av att bibehålla och vidareutveckla företagets syfte och betydelse för samhället. På lång sikt innehar medarbetarna och deras interna grupperingar tillsammans alltid en klar majoritet av rösterna i företaget.



Rapportfrågor

- Vilka är ägarna? Hur många andelar innehar de? Vilka rättigheter och skyldigheter och vilket ansvar följer av detta innehav?
- Vilken form av medbestämmande och delägarskap finns i företaget?
- Hur ser man till att alla ägare har insyn i beslutsunderlagen? Hur förbereds nya ägare på sina uppgifter?
- Hur främjar man en utvidgning och breddning av ägarstrukturen?
- Hur har ägarstrukturen utvecklats under de senaste åren? Hur säkras denna förändring?



Obligatoriska indikatorer

Fördelning av det egna kapitalet (andel av det egna kapitalet i %, från 0 till 100 % per innehavare):

- företagare
- chefer
- medarbetare
- kunder
- leverantörer
- företagets vidare omgivning
- kapitalinvesterare som inte arbetar i företaget

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Alla ägare tillhör en aktiv intressentgrupp.

Större delen av företagets ägarandelar och rösträtter innehas av medarbetarna.

Rösträtterna för enskilda personer och vissa grupper begränsas genom avtal så att ingen kan kontrollera företaget ensam.

Den befintliga ägarstrukturen är säkrad samtidigt som dynamiken och flexibiliteten kvarstår.

Avancerad

Företaget har bedrivit verksamhet i sin nuvarande juridiska form i minst tre år. En utvidgning och breddning av ägarskapet genom fler ägare, fler andelar och fler intressentgrupper främjas aktivt. Det går att se en tendens till fler ägare i företaget.

Alla ägare är ordentligt skolade för sin ägarroll.

På god väg

Ägandeskapet har utvidgats till att omfatta (minst tre) medarbetare, vilket har skett på grundval av en juridisk form som gör det lätt för intressentgrupperna att delta. Alla berörda parter har del i samtliga underlag som de behöver för att kunna fatta beslut.

Företaget genomför gemensamma utbildningar i övertagande av ledarskap och ägande.

Första steget

Företaget tar fram konkreta koncept för medbestämmande och undersöker möjliga juridiska former för överföring av ägande och reglering av ansvar.

Grundnivå

Företaget ägs av sina grundare och/eller deras efterträdare.



Bedömningshjälp/tolkning

Medarbetare är de företagare som arbetar i företaget, cheferna och alla övriga medarbetare.

B4.2 Minusaspekt: fientligt uppköp

Om företaget inte växer tillräckligt på egen hand leder kravet på tillväxt i det rådande ekonomiska systemet till att det köps upp av konkurrenter eller förlorar tillträde till vissa marknader eller tillgång till viss teknik. Börsnoterade företag är särskilt sårbara om deras aktier anses vara undervärderade. När det gäller icke-börsnoterade företag kan ett jämförbart skeende utlösas av en finansierande bank.

Fientliga uppköp är uppköp som sker mot styrelsens, majoriteten av medarbetarnas och andra viktiga intressentgruppers vilja. En förbindelse som upprättas i samförstånd är däremot oproblematisks om företagsledningen för respektive företag och de anställda samt de viktigaste intressentgrupperna ger sitt samtycke.



Rapportfrågor

- Hur motiveras ett redan genomfört eller planerat fientligt uppköp?
- Hur kan företaget skydda sig mot fientliga uppköp?



Bedömningsnivåer och poäng

- **200 minuspoäng:** förberedelse av ett fientligt uppköp
- **100 minuspoäng:** fientligt uppköp av ett företag



Bedömningshjälp/tolkning

Avgörande för om det rör sig om ett fientligt uppköp är huruvida ledningen, styrelsen och samtliga medarbetare eller viktiga intressentgrupper har givit sitt godkännande till uppköpet.

Vid bedömningen bör hänsyn tas till i vilken mån viktiga beslutsfattare har fått finansiella incitament och detta i så fall kan ha påverkat beslutet (personlig vinning). I tveksamma fall måste det förvärvande företaget bevisa att det inte rörde sig om ett fientligt uppköp.

C1 Männsklig värdighet på arbetsplatsen

Männsklig värdighet manifesteras i praktiken genom en medarbetarorienterad företagskultur som bygger på respekt, uppskattning och förtroende. Mångfald bland personalen ses som en möjlighet och tillvaratas. En hälsosam arbetsmiljö skapas, där människan står i centrum och inte bara betraktas som en produktionsfaktor.



Ett ECG-företag ...

- tillämpar en respektfull och öppen företagskultur och kommunikation
- ser till att medarbetarnas personliga styrkor tillvaratas, skapar utrymme för självorganisation och främjar alla medarbetares personliga och yrkesmässiga utveckling
- betraktar mångfald som en tillgång.



Inledande frågor

- Vilken betydelse tillmäter vårt företag den mänskliga värdigheten i arbetslivet?
- Hur kan vi åstadkomma större medmännisklighet inom företaget?

C1.1 Medarbetarorienterad företagskultur

På arbetsplatsen behandlar man varandra respektfullt, uppskattande och förtroendefullt. Misstag hanteras på ett konstruktivt sätt. Konflikter ses som en möjlighet och löses i ögonhöjd.

Medarbetare och team har stort utrymme för självorganisation och en hög grad av egenansvar. Företaget skapar en miljö där varje medarbetare har möjlighet att utveckla sina styrkor och talanger. Medarbetarna finner mening i sitt arbete.



Rapportfrågor

- Vilka åtgärder och processer för en medarbetarorienterad företagskultur har redan införts?
- Hur hanteras misstag och konflikter i företaget?
- Hur främjas självorganisation och egenansvar?



Obligatoriska indikatorer

- personalfluktuation (i %)
- genomsnittlig tid i företaget
- antalet ansökningar (på eget initiativ)
- antalet undersökningar om tillfredsställelsen på arbetsplatsen eller företagskulturen samt frekvensen av sådana undersökningar
- erbjudna och tillvaratagna möjligheter att utvecklas (yrkesmässigt och personligt) i timmar per medarbetare eller per ledningsnivå

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Innovativa och/eller omfattande lösningar för en medarbetarorienterad företagskultur tillämpas på ett varaktigt och självklart sätt och uppfattas som sådana av medarbetarna.

Avancerad

Effekter och positiva resultat av åtgärder som har vidtagits för att främja en mer medarbetarorienterad företagskultur kan skönjas och utvärderas. Åtgärderna har fått ett brett genomförande.

På god väg

Inledande åtgärder har vidtagits för att främja en (mer) medarbetarorienterad företagskultur.

Första steget

Företaget har precis börjat befatta sig med sin företagskultur.

Det planerar att vidta konkreta åtgärder för att främja en (mer) medarbetarorienterad företagskultur.

Grundnivå

Företaget har en konventionell företagskultur.



Bedömningshjälp/tolkning

En medarbetarorienterad företagskultur kommer till uttryck bland annat genom

- respekt, uppskattning, tolerans mot misstag och konstruktiv konflikthantering:
 - Medarbetarna får immateriell uppskattning (t.ex. genom uppskattningsrundor).
 - Framgångar firas.
 - Misstag betraktas som möjligheter till lärande (neutralt eller positivt).
 - Synen på konflikter är positiv (som en chans att finna en bättre lösning).
 - Konfliktlösningskompetensen bland medarbetarna är stor.
- personlig utveckling, tillvaratagande av styrkor och skapande av mening:
 - Medarbetarna har många olika möjligheter till yrkesmässig och personlig utveckling.
 - Medarbetarna tilldelas uppgifter utifrån sina talanger och styrkor och upplever sitt arbete som meningsfullt.
- tydlig uppgiftsfördelning, tydliga strukturer och självorganisation:
 - Medarbetarna vet vilka uppgifter och ansvarsområden de har.
 - En hög grad av egenansvar tillämpas i praktiken, det vill säga medarbetarna kan i största möjliga utsträckning själva fatta beslut och medverka i utformningen av verksamheten.

Här bör man se till den övergripande bilden och det praktiska genomförandet i vardagen. Undersökningar av hur nöjda medarbetarna är kan vara till hjälp.

C1.2 Hälsovård och arbetarskydd

Företagshälsovård och arbetarskydd tillämpas i hela företaget och bidrar till medarbetarnas goda hälsa.

Förebyggande åtgärder och andra åtgärder som erbjuds bidrar till att bibehålla, förbättra och återställa medarbetarnas hälsa.



Rapportfrågor

- Vilka åtgärder har vidtagits på områdena företagshälsovård och arbetarskydd och hur utvärderas dessa åtgärder?
- Vilka hälsoproblem eller skador skulle medarbetarna kunna drabbas av? Vilka åtgärder vidtas för att skydda dem?



Obligatoriska indikatorer

- andel sjuka/friska (sett till den demografiska fördelningen) och antal dagar som medarbetarna går till jobbet trots sjukdom
- arbetsolyckornas antal och omfattning
- erbjudanden som medarbetarna har utnyttjat: deras innehåll och antalet timmar per medarbetare

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Innovativa och/eller omfattande lösningar för att främja och förbättra hälsan på arbetsplatsen och arbetarskyddet tillämpas på ett varaktigt och naturligt sätt i hela företaget.

Avancerad

Effekter och positiva resultat av åtgärder som har vidtagits för att förbättra hälsan på arbetsplatsen och arbetarskyddet kan skönjas och utvärderas. Åtgärderna har fått ett brett genomförande.

På god väg

Inledande åtgärder har redan vidtagits för att förbättra hälsan på arbetsplatsen och arbetarskyddet utöver den lagstadgade miniminivån.

Första steget

Inledande åtgärder planeras för att förbättra hälsan på arbetsplatsen och arbetarskyddet utöver den lagstadgade miniminivån.

Grundnivå

Det finns inga direkta erbjudanden på området företagshälsovård. Företaget följer lagbestämmelserna om arbetarskydd.



Bedömningshjälp/tolkning

Relevant för bedömningen är det konkreta genomförandet i den dagliga verksamheten, exempelvis

- åtgärder som främjar arbetarskyddet eller underlättar arbetet, det vill säga åtgärder som bidrar till ergonomiska och hälsosamma arbetsplatser (ljus, ergonomiska möbler, elektromagnetiska fält, luftkvalitet och luftföroreningar, förebyggande av olyckor och buller osv.) och förhindrar arbetsolyckor
- identifiering av riskgrupper och åtgärder för att minimera riskerna
- hälsoprofylax och förebyggande åtgärder, ökad medvetenhet och utbildning: förebyggande av missbruk, kostrådgivning, idrotts- och motionserbjudanden, förebyggande av utbrändhet, stress och depression samt återintegrering
- coachning, övervakning, medling samt konflikt- och krishantering
- ledarskap och hälsa: ökad medvetenhet bland cheferna om den roll som fysisk och psykisk hälsa spelar på arbetsplatsen och för arbetarskyddet
- hantering av och hjälp till medarbetare som inte kan utföra sitt arbete som vanligt på grund av olycka, sjukdom, omvårdnad osv.

C1.3 Mångfald och lika möjligheter

Mångfald bland personalen ses som en värdefull resurs som berikar företaget. Alla medarbetare har lika chanser och möjligheter i företaget. Inom företaget strävar man efter att övervinna samhällsstrukturer som innebär att människor (eller grupper av människor) diskrimineras.



Rapportfrågor

- Vilken roll spelar mångfald i rekryteringen och behandlingen av medarbetare, och vilka företagsavtal eller åtgärder existerar redan?
- På vilka områden skulle (potentiella) medarbetare kunna känna sig diskriminerade och vad gör man åt detta?
- Vilka åtgärder har redan vidtagits för att kompensera för (hierarkiska) skillnader och främja särskilda talanger?



Obligatoriska indikatorer

- demografisk fördelning av medarbetarna i företaget utifrån olika mångfaltdimensioner (t.ex. ålder, kön, etnicitet, fysiska/psykiska begränsningar, sexuell läggning och religion – om det finns information om detta och är relevant), även uppdelat på respektive ledningsnivå
- erbjudanden på området hälsa/mångfald som medarbetarna har utnyttjat: information om innehållet och antalet timmar per medarbetare
- mångfald i samhället runt omkring (åtminstone sett till de huvudsakliga mångfaltdimensionerna)
- pappa- eller mammaledighet i månader
- antal nyrekryteringar/personalbyten per mångfaltdimension

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Innovativa lösningar för att förbättra hanteringen av och medvetenheten om mångfald och lika möjligheter tillämpas på ett omfattande, varaktigt och naturligt sätt i hela företaget.

Avancerad

Effekter och positiva resultat av de åtgärder som har vidtagits för att förbättra hanteringen av och medvetenheten om mångfald och lika möjligheter kan skönjas och utvärderas.

På god väg

Inledande åtgärder har vidtagits för att förbättra hanteringen av och medvetenheten om mångfald och lika möjligheter.

Första steget

Företaget analyserar svaga punkter och eventuella fall av diskriminering med avseende på mångfald samt deras betydelse för personalen. Inledande åtgärder planeras för att förbättra hanteringen av och medvetenheten om mångfald och lika möjligheter.

Grundnivå

Företaget följer bestämmelserna i lagstiftningen. Utöver detta vidtar det inte några relevanta åtgärder.



Bedömningshjälp/tolkning

Exempel på åtgärder som företaget skulle kunna vidta:

- anpassning av rekryteringen och bemanningen (så att företrädare ges till underrepresenterade grupper)
- större hänsyn till mångfalden i samhället än genomsnittet i branschen när experter och chefer tillsätts

C1.4 Minusaspekt: oanständiga arbetsvillkor

Oanständiga arbetsvillkor står i konflikt med en medarbetarorienterad företagskultur. Större medvetenhet om frågor som rör en omänsklig arbetsmiljö bör därför främjas.



Rapportfrågor

- På vilka områden råder det (potentiellt) oanständiga arbetsvillkor som ännu inte stämmer överens med den standard som man försöker eller vill uppnå?
- Vilken återkoppling har kommit från företagsrådet eller personalavdelningen?
- Hur uppmärksammas eventuella missförhållanden i företaget?



Obligatoriska indikatorer

- uttalanden från företagsrådet och/eller personalavdelningen i dessa frågor
- domstolsförfaranden/rättsliga förfaranden om brott mot arbetsrätten under rapporteringsperioden
- antal/typ av klagomål från företagsrådet, personalrepresentanterna eller fackföreningen under rapporteringsperioden samt företagets svar på dessa klagomål



Bedömningsnivåer och poäng

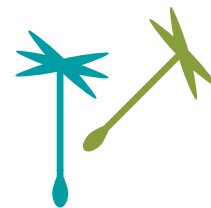
- Upp till 50 poäng kan dras av per delaspekt (totalt kan max 200 poäng dras av).



Bedömningshjälp/tolkning

I tveksamma fall, om motstridiga uppgifter har lämnats, ska medarbetarnas perspektiv väga tyngst. Uttalandenas trovärdighet måste emellertid bedömas.

C2 Utformning av anställningsavtal



I anställningsavtalet regleras samarbetet mellan företaget och dess medarbetare. Hur avtalet utformas och resurser fördelas (t.ex. när det gäller lön, tid och trygghetsförmåner) har stor betydelse för medarbetarnas arbetsmotivation, trygghet och välbefinnande. Det uttalade målet är att anställningsavtalen utformas individuellt och att medarbetarna ges stort utrymme till självbestämmande.



Ett ECG-företag ...

- förbättrar ständigt de avtalade arbetsvillkoren
- möjliggör en hög grad av individualitet i avtalen
- för en öppen dialog med medarbetarna om de bakomliggande orsakerna till arbetsvillkoren
- låter medarbetarna själva fatta långtgående beslut.



Inledande frågor

- Hur kan våra anställningsavtal anpassas till individuella behov samtidigt som de utformas på ett solidariskt och rättvist sätt?
- När är det motiverat med en viss lön för ett visst utfört arbete?
- Hur mycket arbetstid behövs (egentligen)?
- Vilken positiv/negativ inverkan på våra medarbetares välbefinnande har det anställningsförhållande som regleras genom avtalet?

C2.1 Lönesättning

Att företaget betalar rättvisa löner till medarbetarna har stor betydelse för företagskulturen och organisationsutvecklingen. Lönerna ska sättas på ett så öppet sätt som möjligt och anpassas till medarbetarnas prestationer, ansvar, risk och behov samt till företagets egna kriterier och incitamentsstrukturer.



Rapportfrågor

- Hur betalar vårt företag ersättning för utfört arbete? Hur klara och tydliga är de underliggande villkoren?
- Hur säkerställer vi att alla våra medarbetare får en så kallad anständig lön som är anpassad till de regionala levnadskostnaderna?
- Vilka möjligheter har medarbetarna att själva sätta sin lön?



Obligatoriska indikatorer

- högsta och lägsta lön (spridning inom företaget)
- medianlön
- anständig lön anpassad till lokaliseringsorten (för företagets samtliga lokaliseringar)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

En metod som låter medarbetarna själva bestämma sin lön tas fram. Lönen anpassas individuellt efter behov och fastställs av medarbetarna själva.

Avancerad

Spridningen mellan den högsta och den lägsta lönen inom företaget överstiger inte förhållandet 1:5. Om alla medarbetare samtycker till detta kan förhållandet anpassas efter företagets behov. Sådant samtycke måste vid behov inhämtas på nytt.

På god väg

Företaget vidtar åtgärder för att garantera en anständig lön som är anpassad till de regionala levnadskostnaderna.

Första steget

Frågan om en rättvis lönestruktur analyseras och tematiseras med jämna mellanrum.

Grundnivå

Företaget uppfyller lagstadgade minimikrav (t.ex. om minimilön).



Bedömningshjälp/tolkning

Om inget annat anges avser löneuppgifterna alltid bruttomånadslöner. I länder eller företag där lön betalas ut för fler än tolv månader ska den extra lönen läggas till månadslönen i proportion till sin storlek.

Med lön avses det flöde av monetära och materiella tillgångar som före avdrag för avgifter medför ett slutligt utflöde från företaget och ett tillflöde till de tillgångar som medarbetarna förfogar över. Hänsyn tas till samtliga lönekomponenter:

- fast och rörlig lön
- lönetillägg
- bonus
- vinstutdelning
- frivilliga sociala förmåner

Lönespridningen gäller alla medarbetare (se definitionen).

Med "samtycker till detta" avses att medarbetarna gemensamt, genom ett konsensusbaserat eller demokratiskt beslut, kommer överens om ett annat arrangemang. Spridningen får emellertid inte överstiga förhållandet 1:20 (se minusaspekt C2.4).

En så kallad anständig lön (*living wage*) är inte detsamma som en minimilön. En anständig lön måste fastställas för varje lokaliseringsort för sig och anpassas till de regionala levnadskostnaderna.

C2.2 Utformning av arbetstiden

Arbets­tid är levnadstid. Att den arbetskraft som medarbetarna ställer till förfogande tillvar­tas på ett effektivt sätt är ett direkt tecken på en respektfull och uppskattande attityd inom företaget. Deltagande i både arbetslivet och det sociala livet blir möjligt om företaget har som uttalat mål att korta ner arbetstiden och låta de enskilda medarbetarna själva utforma sin arbetstid.



Rapportfrågor

- Hur registreras arbetstiden i företaget och hur fördelas arbetsbördan?
- Vilken roll spelar övertid för företagets framgång?
- Hur kan medarbetarnas möjligheter att delta i samhället förbättras?
- Vilka möjligheter har medarbetarna att själva bestämma sin arbetstid?



Obligatoriska indikatorer

- veckoarbetstid som gäller för hela företaget (t.ex. 38 timmar)
- faktiska övertidstimmar

Bedömningsnivåer



Föredömlig

En metod som låter medarbetarna själva bestämma sin veckoarbets­tid tas fram. Veckoarbetstiden anpassas individuellt efter behov och fastställs av medarbetarna själva.

Avancerad

Veckoarbetstiden inom företaget uppgår till högst 30 timmar. Om alla medarbetare samtycker till detta kan veckoarbetstiden anpassas efter företagets behov. Sådant samtycke måste vid behov inhämtas på nytt.

På god väg

Företaget främjar åtgärder och vidareutbildning som hjälper medarbetarna att hantera arbetstid och övertid på ett medvetet sätt.

Första steget

Frågan om en rättvis fördelning av arbetsbördan/arbetstiden analyseras och tematiseras med jämna mellanrum.

Grundnivå

Företaget uppfyller lagstadgade minimikrav.



Bedömningshjälp/tolkning

Veckoarbetstiden (eller den normala arbetstiden) avser heltidsanställning och fungerar som referensnivå för deltidsanställning.

Övertid ska i allmänhet kompenseras med fritid. Övertid kan användas för att opti­mera driftsprocesser, förutsatt att övertiden inte överstiger 10 % av veckoarbetstiden. Fyra timmar ska schemaläggas som standard om det inte går att planera övertidsar­

betet eller om det inte på ett realistiskt sätt går att uppskatta hur mycket extra arbete som krävs.

Med "samtycker till detta" avses att medarbetarna gemensamt, genom ett konsensusbaserat eller demokratiskt beslut, kommer överens om ett annat arrangemang för veckoarbetstiden.

C2.3 Utformning av anställningsförhållandet och balans mellan arbete och fritid

Anställningsförhållandet regleras genom avtal och har stor betydelse för medarbetarnas välbefinnande. Med individuellt utformade anställningsförhållanden och anställningstrygghet blir det lättare för medarbetarna att planera på lång sikt och att förena sina yrkesrelaterade och icke yrkesrelaterade verksamheter, såsom barnuppfostran, vård av anhöriga, föreningsverksamhet och politisk verksamhet.



Rapportfrågor

- Vilka arbetsmodeller erbjuds inom företaget?
- Vilka åtgärder vidtas för att åstadkomma balans mellan arbete och fritid?



Obligatoriska indikatorer

- förteckning över samtliga möjliga arbetsmodeller
- antal chefer/medarbetare med individuellt utformade arbetsmodeller (deltid, arbetsdelning osv.)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

En metod som låter medarbetarna själva bestämma sina arbetsmodeller tas fram. Arbetsmodellerna anpassas individuellt efter behov och fastställs av medarbetarna själva.

Avancerad

Det går att skapa arbetsvillkor som är anpassade till den individuella livssituationen. Denna möjlighet utnyttjas också av många chefer i överensstämmelse med den kultur som är förankrad inom företaget.

På god väg

Medarbetarna i företaget har möjlighet att välja mellan flera olika flexibla arbetsmodeller.

Första steget

De arbetsmodeller som erbjuds analyseras och tematiseras med jämna mellanrum.

Grundnivå

Företaget uppfyller kraven i lagstiftningen. Det går att jobba deltid.



Bedömningshjälp/tolkning

Särskild hänsyn ska tas till chefernas och ledningens förebildsfunktion.

Definitioner:

- flexibla arbetsmodeller: fastställs av företaget och kan tas i anspråk av medarbetarna
- individuellt anpassade arbetsmodeller: skräddarsydda lösningar för enskilda medarbetare

Rätten till självbestämmande får inskränkas (i samråd med företagsrådet eller ett motsvarande behörigt organ) om detta är nödvändigt för företagets fortlevnad.

C2.4 Minusaspekt: orättvisa anställningsavtal

Om anställningsavtalet gör det svårt för medarbetaren att försörja sig eller ensidigt ökar risken på medarbetarens bekostnad, vilket är fallet med muntliga avtal, måste man utgå från att en nödsituation utnyttjas. Det rör sig då om exploatering från företagets sida och självexploatering från medarbetarens sida.



Rapportfrågor

- Kan företaget garantera alla medarbetare en anständig lön? Om inte, varför?
- Vilken roll spelar "investerad" arbetstid för olika karriärsteg eller vid bedömningen av medarbetarnas engagemang?
- Vilken lön är motiverad för extrapersonal och medarbetare som befinner sig i utbildning (elever, lärlingar, praktikanter, förvärvsarbetande studenter osv.)?
- Vilka risker utsätts tillfälligt anställda för (t.ex. i samband med säsongsarbete)? Vilka villkor skulle kunna kompensera för dessa risker?
- Vid vilken tidsbegränsning av anställningsavtalen är företagets och medarbetarnas intressen förenliga?



Obligatoriska indikatorer

- anständig lön på lokaliseringsorten
- vinst
- antal medarbetare
- högsta och lägsta lön
- antal avtal med fast ersättning
- antal arbetsavtal där antalet arbetstimmar inte har avtalats
- kortaste och längsta löptid för avtal med tillfälligt anställda
- antal anställda (inkl. tillfälligt anställda)
- antal tillfälligt anställda
- löptid för tidsbegränsade anställningsavtal
- antal tidsbegränsade anställningsavtal
- praxis för förlängning av tidsbegränsade anställningsavtal



Bedömningsnivåer och poäng

- ingen anständig lön trots att företaget går med vinst
- lönespridning på över 1:20 mellan den högsta och lägsta lönen inom företaget
- felbetalningar där lönen inte betalas ut under en längre period eller regelbundet betalas ut för sent
- över 10 % skillnad i lön för jämförbara arbetsuppgifter till följd av yttre egenskaper (kön, etnicitet, ålder osv.)
- schablonvillkor eller all-inclusive-villkor enligt vilka övertiden kompenseras automatiskt i över 10 % av alla anställningsavtal
- tidsbegränsade anställningsavtal som har en löptid på över två år eller som förlängs fler än två gånger under en tvåårsperiod
- tillfälligt arbete om det pågår i mer än ett halvår eller rör fler än 10 % av medarbetarna
- arbetsavtal där antalet arbetstimmar inte har avtalats



Bedömningshjälp/tolkning

Det rör sig här om en helhetsbild av de oetiska förhållandena. Varje försummelse kan ge upp till 50 minuspoäng. Alla åtgärder tillsammans kan ge upp till 200 minuspoäng. Med "tillfälligt arbete" avses även arbete via bemanningsföretag och säsongsarbete.

Om företaget tillhandahåller en motprestation i form av utbildning eller praktik och denna är kvantifierbar genom en jämförelse med andra organisationer, kan kostnaderna för denna räknas av mot lönen.

Ideellt arbete ska bedömas separat eftersom det i allmänhet rör sig om frivilligt arbete. När det gäller självexploatering ska särskild uppmärksamhet ägnas åt vidareutbildning och rapportering, exempelvis vid stora välgörenhetsorganisationer och volontärarbete vid större evenemang.

C3 Främjande av medarbetarnas ekologiska beteende



Pionjärföretag är viktiga kunskapsförmedlare när det gäller att förbättra medarbetarnas ekologiska medvetenhet. Företaget bör därför föregå med gott exempel och skapa incitament för att förbättra medarbetarnas miljömedvetenhet och ekologiska beteende i vardagen.



Ett ECG-företag ...

- ökar den ekologiska medvetenheten och främjar ett ekologiskt hållbart beteende hos medarbetarna
- skapar förutsättningar för att genomföra projekt som främjar ett hållbart beteende
- bidrar genom sin företagskultur och sina interna processer till att åtgärder vidtas rörande viktiga ekologiska aspekter.



Inledande frågor

- Hur påverkar vi våra medarbetares matvanor under arbetstid?
- Hur ser vi på temat transporter och resor till arbetsplatsen?
- Vilka åtgärder vidtar vi för att främja ett ekologiskt hållbart beteende hos våra medarbetare?

C3.1 Matvanor under arbetstid

Ungefär en tredjedel av det genomsnittliga ekologiska fotavtrycket kan hänföras till den mat vi äter. För att åstadkomma en ekologisk förändring är det nödvändigt att öka medvetenheten om ekologiska samband och uppmuntra till nya matvanor.



Rapportfrågor

- Hur stor vikt lägger företaget vid att den mat som intas på arbetsplatsen är ekologisk och regional? Hur ser det ut i praktiken?
- Vad erbjuds i matsalen? Har företaget ett kök eller andra matlagingsmöjligheter eller levereras maten (t.ex. catering direkt från gården eller en fruktkorg)?



Obligatorisk indikator

- andel ekologisk mat

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Maten är till övervägande del (> 75 %) köttfri.

Livsmedlen är mestadels lokala, säsongsbetonade och ekologiskt certifierade och kommer om möjligt från solidariskt jordbruk.

Köttet kommer från lokalt betande djur.

Avancerad

Maten är för det mesta (> 50 %) köttfri.

Livsmedlen är mestadels lokala, säsongsbetonade och ekologiskt certifierade. Köttet kommer från lokalt betande djur.

På god väg

Det finns ett tydligt engagemang i företaget för hållbara matvanor (tydligt minskad konsumtion av animaliska produkter i företagets matsal).

Första steget

Inledande åtgärder har vidtagits för att främja hållbara matvanor, exempelvis erbjuds ett vegetariskt alternativ eller rabatt på ekologiska restauranger eller en fruktkorg.

Grundnivå

Företaget vidtar inte några åtgärder för att uppmuntra till sunda matvanor bland medarbetarna.

Den mat som företaget eventuellt erbjuder står inte uppenbart i strid med sunda matvanor.



Bedömningshjälp/tolkning

- Företagets storlek är avgörande för vilken mat som erbjuds. Det går inte att förvänta sig att småföretag har en personalmatsal – men catering kan organiseras, exempelvis en fruktkorg för medarbetarna.
- Företaget kan skapa positiva incitament även om det inte har något kök, exempelvis genom att samarbeta med ekologiska och vegetariska restauranger eller lokala hälsokostaffärer. Detta ska i så fall ha en positiv inverkan på bedömningen eftersom det kan betraktas som en form av företagshälsovård.

C3.2 Resor till jobbet

Ungefär en femtedel av det ekologiska fotavtrycket hänförs till persontrafiken, och av denna står flyg- och biltrafiken för över 90 %. Resor till och från jobbet utgör en viktig faktor för att minska utsläppen från persontrafiken.



Rapportfrågor

- Med vilka transportmedel tar sig medarbetarna till jobbet?
- Vilka möjligheter har de att ta sig till jobbet på ett miljövänligare sätt?
- Vilka incitament ger företaget för miljövänligare resor – även tjänsteresor?



Obligatorisk indikator

- andel medarbetare som tar sig till jobbet med personbil, kollektivtrafik, cykel respektive till fots

Bedömningsnivåer



Föredömlig

På grund av företagets interna incitamentpolicy använder sig nästan alla medarbetare av kollektivtrafiken, cykel, bildelning eller möjligheten att arbeta hemifrån.

Avancerad

På grund av företagets interna incitamentpolicy använder sig flertalet medarbetare av kollektivtrafiken, cykel, bildelning eller möjligheten att arbeta hemifrån.

Detta stöds genom ytterligare åtgärder: parkeringsplatser som endast får användas vid bildelning, tillgänglighet som ett viktigt kriterium vid val av lokaliseringsort, tillhandahållande av tjänstecyklar osv.

På god väg

Företaget tillämpar konsekvent en hållbar resepolicy. Om inget kollektivtrafiknät finns erbjuder det exempelvis bildelning och deltagande i externa cykelinitiativ.

Det har en tjänstebilspolicy (om < 130 g CO₂/km), erbjuder utbildning i bränslesnål körning och tillhandahåller ekonomiska incitament för resor med kollektivtrafiken, erbjuder särskilda cykelparkeringar osv.

Första steget

Inledande åtgärder har vidtagits för en hållbar resepolicy: resor med kollektivtrafiken stöds, företagets tjänstebilspolicy ifrågasätts, transportmedel vid tjänsteresor väljs utifrån ekologiska aspekter osv.

Det finns parkeringsmöjligheter för cyklar.

Grundnivå

Företaget ger inte några incitament för oekologiska resor till jobbet.



Bedömningshjälp/tolkning

Företaget har olika möjligheter att skapa incitament för eller främja miljövänligt resande beroende på vilka förhållanden som råder (produktionsanläggning i utkanten av staden, kontor i centrum, avlägset belägen lokaliseringsort osv.):

- biljetter till kollektivtrafiken
- färre tillryggalagda kilometer genom IT-lösningar och distansarbete
- linjetrafik till och från företaget
- rabatt på bilpooler
- tillhandahållande av tjänstecyklar och täckta, skyddade parkeringsplatser för cyklar
- nej till tjänstebilar osv.

C3.3 Företagskultur och ökad medvetenhet om ekologiska processer

För att etablera ett ekologiskt beteende krävs kunskap, vägledning och övning. Med ett företagskoncept blir det lättare att skapa en ekologisk företagskultur och förändra invanda beteenden.



Rapportfrågor

- Hur kan företagskulturen beskrivas med avseende på ekologiska aspekter?
- Vilken roll spelar ekologiska frågor i den fortbildning som erbjuds och i samband med rekryteringen?
- Vilka åtgärder vidtas för att öka medvetenheten på detta område?
- Vilken strategi tillämpar företaget för att förbättra medarbetarnas ekologiska beteende (även utanför jobbet)?



Obligatoriska indikatorer

- andel medarbetare som känner till företagets policy om ett ekologiskt beteende (i %)
- medarbetarnas grad av acceptans för företagets ekologiska erbjudanden (i %)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

För alla medarbetare tillämpas institutionaliserade program för att öka den ekologiska medvetenheten, exempelvis regelbundna undersökningar av och/eller diskussioner om deras ekologiska beteende. Innovativa åtgärder vidtas för att öka den ekologiska medvetenheten.

Avancerad

Ekologiska aspekter har en självklar plats i fortbildningsprogrammen. Företaget tar hänsyn till den ekologiska medvetenheten när det rekryterar personal. Medarbetarna involveras regelbundet i beslutsprocesser som rör ekologiska frågor.

På god väg

Inledande systematiska åtgärder har vidtagits för att förmedla ekologiska aspekter, exempelvis genom fortbildningsprogram, involvering av enskilda medarbetare i ekologiska frågor, informationsträffar, informationsskyltar i kontorslokaler eller nyhetsbrev som tar upp ekologiska aspekter. Ledningen föregår med gott ekologiskt exempel och kör exempelvis inte någon prestigefylld bil.

Första steget

Företaget rekommenderar ett ekologiskt beteende på vissa områden.

Grundnivå

Företagskulturen innehåller inte några aspekter som står i strid med ett ekologiskt hållbart beteende.



Bedömningshjälp/tolkning

Åtgärder kan vidtas på en mängd olika nivåer, och det finns stort utrymme för kreativitet och innovation:

- integration av ekologiska aspekter i företagets förslagssystem och fortbildningar, workshoppar om ekologiska fotavtryck eller om att upprätta ett ECG-bokslut för familjen
- budgetpott för medarbetarnas ekologiska projekt(förslag) utanför företaget
- så kallade gröna sociala förmåner (t.ex. ekonomiskt stöd för åtgärder som vidtas privat, såsom värmeisolering eller egen bostad i stället för tjänstebil)
- rekryteringspolicy som omfattar en bedömning av den ekologiska medvetenheten hos framtida medarbetare

C3.4 Minusaspekt: uppmuntran till slöseri eller tolerans av oekologiskt beteende

Om företaget tolererar ett oekologiskt beteende eller till och med uppmuntrar till slöseri med resurser är detta till skada för samhället.



Rapportfråga

- Vilka av minusaspekterna nedan gäller för företaget?



Bedömningsnivåer och poäng

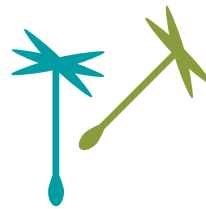
Minuspoäng ska tilldelas enligt följande:

- **-10 poäng:**
Företaget har bilar tillhörande den så kallade storbilsklassen ($> 180 \text{ g CO}_2/\text{km}$).
- **-10 poäng per regel:**
Företaget har regler som uppmuntrar till ekologiskt sämre alternativ trots att bättre alternativ finns att tillgå, såsom flyg i stället för bil eftersom det är billigare.
- **-5 poäng per erbjudande:**
Företaget erbjuder produkter med för stor förpackningsandel (kaffekapslar, matförpackningar av PET, drycker i engångsförpackningar osv.) trots att andra alternativ finns att tillgå.
- **-10 poäng per förbud:**
Företaget förbjuder användning av ekologiskt hållbara produkter, exempelvis returpapper.
- **-10 poäng:**
Företaget slarvar med sin avfallshantering och sorterar exempelvis inte sitt avfall (hushållsavfall, industriavfall, skrot osv.).

Varje fall ska bedömas för sig och poängen adderas.

Totalt får högst **100 poäng dras av**.

C4 Öppenhet och medbestämmande internt



Alla medarbetare ska ha möjlighet att delta aktivt i och medverka till företagets eller organisationens verksamhet. De kan bidra med idéer, förslag och impulser och därmed överta ansvar och bidra till företagets framgång. På så sätt ökar deras identifiering med företaget eller organisationen och kollektivets vishet tillvaratas.



Ett ECG-företag ...

- ger medarbetarna insyn i alla viktiga och kritiska uppgifter och ser till att de är lätt-tillgängliga och lättbegripliga
- ser till att cheferna ges legitimitet och utvärderas av medarbetarna
- ger enskilda team en hög grad av egenansvar och stort utrymme att själva fatta beslut
- låter medarbetarna bidra med sina idéer, förslag och impulser och vara med och fatta beslut.



Inledande frågor

- Hur praktiserar vi öppenhet och deltagande i vårt företag?
- Vilka erfarenheter har vi samlat på oss hittills på området?
- Vilka rädslor och reservationer finns när det gäller större öppenhet och medbestämmande?
- Vilka är fördelarna med större öppenhet och medbestämmande och vilka möjligheter skapas?

C4.1 Öppenhet inom företaget

Öppenhet är en nödvändig förutsättning för medbestämmande. Om medarbetarna har tillgång till all viktig information kan de bilda sig en åsikt och delta aktivt i beslutsprocessen. Generellt bör alla uppgifter vara fritt tillgängliga och lättbegripliga för medarbetarna.



Rapportfrågor

- Vilka uppgifter finns tillgängliga för medarbetarna i vilken form?
- Hur lätt/svårt är det för medarbetarna att få åtkomst till uppgifterna? Vilka fysiska, intellektuella eller andra hinder finns? Varför finns dessa hinder?
- Vilka kritiska eller viktiga uppgifter har medarbetarna inte fri tillgång till? Varför har de inte fri tillgång till dessa?
- Hur ser man till att även finansiella uppgifter är lättbegripliga för alla medarbetare?



Obligatorisk indikator

- graden av insyn i kritiska och viktiga uppgifter (uppskattning i %)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Alla medarbetare har insyn i alla viktiga och kritiska uppgifter och kan lätt komma åt och förstå dem: öppenhet tillämpas i praktiken.

Avancerad

Medarbetarna har insyn i de flesta kritiska uppgifter och kan lätt komma åt och förstå dem: en öppen företagskultur tillämpas sedan flera år tillbaka.

På god väg

Medarbetarna har insyn i en del kritiska uppgifter och kan lätt komma åt och förstå dem. Sedan ett till två år tillbaka vidtas strukturerade åtgärder för större öppenhet.

Första steget

Företaget befattar sig med temat öppenhet eller planerar konkret större öppenhet.

Grundnivå

Företaget tillämpar öppenhet i den utsträckning som fastställs i lag.



Bedömningshjälp/tolkning

- Exempel på kritiska uppgifter är protokoll från styrelsemötena, uppgifter om lönestruktur (inkomstrappport), beräkningar av interna kostnader samt anställnings- och uppsägningsbeslut.
- Viktiga uppgifter är alla uppgifter som behövs för att fatta vissa beslut eller som är avgörande för att uppnå företagets mål.
- Gränserna för öppenheten utgörs av de lagstadgade bestämmelserna om data-skydd samt lämplig sekretess när det gäller mycket personliga uppgifter om medarbetarna och skyddsvärd information om företaget.

C4.2 Chefernas legitimitet

Medarbetare umgås med sina chefer i den dagliga verksamheten och kan bäst avgöra i vilken utsträckning de bidrar till verksamhetens syfte och mål. Ju större möjlighet medarbetarna har att vara med och fatta och korrigera beslut, desto större är chefernas faktiska auktoritet och därmed också medarbetarnas vilja att engagera sig.



Rapportfrågor

- Hur väljs cheferna ut och av vem? Tillsätts de uppifrån eller väljs de ut underifrån?
- Har teammedlemmarna möjlighet att medverka till beslutet? Varför/varför inte?
- Vilka åtgärder leder medarbetarnas återkoppling om sina chefer till?



Obligatorisk indikator

- andel chefer som medarbetarna ger legitimitet genom samråd/diskussioner/medverkan/medbestämmande

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Cheferna – även styrelsemedlemmarna – väljs ut och utvärderas av medarbetarna med jämna mellanrum. Medarbetarna har också möjlighet att avsätta samtliga chefer. Företagskulturen genomsyras av krav på chefernas legitimitet.

Avancerad

Direkta chefer väljs ut och utvärderas av medarbetarna med jämna mellanrum. Utifrån utvärderingen vidtas utvecklingsåtgärder för ledande befattningshavare.

En direkt chef kan också avsättas. Detta tillämpas i praktiken sedan flera år tillbaka.

På god väg

Medarbetarna konsulteras inför eller medverkar i utnämningen av direkta chefer. De utvärderar cheferna med jämna mellanrum genom utfrågningar eller samtal.

Första steget

Företaget befattar sig med temat chefernas legitimitet och planerar konkret större medbestämmande.

Grundnivå

Cheferna utses utan medarbetarnas medverkan.



Bedömningshjälp/tolkning

- Med "med jämna mellanrum" avses att det förekommer regelbundna omval av cheferna.
- När cheferna väljs ut är konsensusbaserade beslutsformer att föredra framför majoritetsbeslut, och fler poäng ska tilldelas för sådana beslutsformer. Med "konsensusbaserade beslutsformer" avses olika förfaranden där målet är att nå största möjliga enighet bland alla inblandade. Några exempel är sociokratins "konsent" eller "systematiskt konsensussökande".
- Möjligheten att avsätta chefer fungerar som en nödbroms på tåget, och medarbetarna bör ha möjlighet att göra detta under en tjänsteperiod.
- När cheferna utvärderas ska största möjliga anonymitet garanteras (för att skydda arbetstagarna). Samtidigt ska så mycket information som möjligt samlas in så att cheferna har möjlighet att dra lärdom av återkopplingen.

C4.3 Medarbetarnas medbestämmande

I allmänhet har medarbetarna både sakkunskap och praktisk kunskap inom sina respektive arbetsområden. På närmsta teamnivå fattar medarbetarna långtgående beslut på ett så självständigt och decentraliserat sätt som möjligt. På övriga nivåer har de möjligheter att vara med och fatta beslut som går utöver bottom-up-principen. Men med medbestämmande följer emellertid också medansvar. Rätten till medbestämmande bygger på medarbetarnas vilja att aktivt inhämta information och förbättra sin beslutsförmåga. Företaget ska skapa förutsättningarna för detta och stödja medarbetarna i deras strävan.



Rapportfrågor

- Vilka beslut kan medarbetarna medverka till på vilket sätt?
- Vilka tidigare erfarenheter har företaget av att låta medarbetarna vara med och fatta beslut?
- Hur ser företaget till att fler medarbetare kan ta större ansvar och fatta fler beslut?



Obligatorisk indikator

- andel beslut som fattas genom samråd/medverkan/medbestämmande (i %)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Alla viktiga beslut fattas så långt som möjligt i konsensus med medarbetarna.

Företagskulturen genomsyras av medarbetarnas delaktighet.

Avancerad

Vissa beslut fattas så långt som möjligt i konsensus med medarbetarna. Detta sker sedan flera år tillbaka.

På god väg

Företaget samråder med medarbetarna eller låter medarbetarna medverka i samband med viktiga frågor och beslut.

Första steget

Företaget befattar sig med temat deltagande och planerar större medbestämmande.

Grundnivå

Företaget följer lagbestämmelserna om medarbetarnas rätt till medbestämmande.



Bedömningshjälp/tolkning

- Exempel på viktiga beslut är beslut om budgeten och anställningar och uppsägningar, grundläggande beslut som är relevanta på lång sikt och beslut som i hög grad påverkar en stor del av medarbetarna eller deras vardag.
- Det handlar INTE om att alla beslut ska fattas demokratiskt av alla medarbetare tillsammans, utan om att hitta en bra balans mellan medbestämmande och ett effektivt och pragmatiskt tillvägagångssätt.
- Medbestämmande bör emellertid ske på alla nivåer inom företaget. Exempelvis skulle delegater kunna väljas på högre nivåer (ett exempel på bottom-up-strategin), eller också skulle företaget kunna använda sig av direktdemokratiska beslut (där befintliga beslut skulle kunna korrigeras eller nya beslut fattas vid minst 10 % beslutsmässig närvaro).
- Se C4.2 för mer information om de konsensusbaserade beslutsformerna.

C4.4 Minusaspekt: förhinderande av företagsråd

Ett företagsråd eller personalråd är ett organ som företag i många europeiska länder har för att skydda arbetstagarnas intressen i företaget. Företrädesvis arbetar företagsrådet och ledningen tillsammans på lika villkor.



Rapportfrågor

- Finns det ett företagsråd? Om inte, varför?
- Vilka åtgärder vidtar företaget som alternativ till ett företagsråd?
- Vika åtgärder vidtar företaget till stöd för ett företagsråd? Hur uppmuntras medarbetarna att bilda ett företagsråd?



Obligatorisk indikator

- Har företaget ett företagsråd? Om ja, sedan när?

Bedömningsnivåer och poäng

- Upp till 200 poäng kan dras av beroende på i vilken utsträckning bildandet av ett företagsråd förhindras och hur stort företaget är.



Bedömningshjälp/tolkning

- Inget företagsråd finns: Om inget företagsråd finns bör man kontrollera att arbetstagarna har mist lika goda möjligheter till medbestämmande. Om de har sämre möjligheter till medbestämmande är detta att likställa med att ett företagsråd förhindras.
- Ett företagsråd förhindras: Ett företagsråd förhindras om arbetsgivarna genom olika åtgärder motarbetar att ett företagsråd bildas eller väljs. Här kan en anonym undersökning bland medarbetarna, återkoppling från medarbetare som sagts upp eller information från fackföreningar (eller liknande organ) vara till hjälp. Omvänd bevisbörda kan tillämpas så att det är upp till företaget att bevisa att det inte har förhindrat inrättandet av ett företagsråd eller att det har vidtagit stödjande åtgärder.

D1 Etiska kundrelationer



Företaget betraktar kunderna som människor med olika behov och önskemål och inte främst som potentiella inkomstkällor. Målet är att tillgodose kundernas faktiska behov på bästa möjliga sätt. Detta gör det bland annat genom kundorienterad produktutveckling, öppen och jämlik kommunikation och tillgänglighet vid samtliga kundkontaktpunkter. Etiska kundrelationer innebär också att företaget avstår från omsättning eller vinst om det skulle ligga i kundernas intresse.



Ett ECG-företag ...

- är noga med att åstadkomma en kundrelation på lika villkor som bygger på öppenhet och ärlighet och som främjar kundernas välbefinnande och behovstillfredsställelse i en anda av partnerskap
- värnar om tillgängligheten både när det gäller varornas eller tjänsternas användbarhet och tillgången till information och när det gäller försäljningsstället
- använder sig inte av vilseledande reklam som leder till otillbörliga marknadsfördelar genom att varan eller tjänsten förskönas, information undanhålls eller säljtryck skapas.



Inledande frågor

- Vilka värderingar och principer värnar vi om i kontakten med våra kunder? Hur praktiserar vi dem i företaget inom alla områden från produktutveckling till kundförvärv och kundvård?
- Vilka problem och tillgänglighetshinder ställs våra kunder inför när de köper in och använder våra varor och tjänster?

D1.1 Anständig kommunikation med kunder

Informationen om företaget och dess produkter är skräddarsydd för kundernas behov, autentisk, omfattande och ärlig. Reklamationer hanteras på ett pragmatiskt och lösningsorienterat sätt. Återkopplingen leder till att varor, tjänster och interna processer förbättras.

Om företaget visar uppskattning och är återhållsamt i kontakten med kunderna och samtidigt håller hög kvalitet på sina varor och tjänster kommer kunderna att rekommendera företaget vidare.



Rapportfrågor

- Hur skaffar företaget nya kunder och hur tar det hand om befintliga kunder?
- Hur säkerställer företaget att kundnyttan går före företagets försäljningsmål?
- På vilket sätt tar företaget hänsyn till etiska aspekter i sin reklam och i samband med försäljningen?
- Hur hanterar företaget kundernas önskemål och reklamationer och hur säkrar det ett pragmatiskt tillvägagångssätt?



Obligatoriska indikatorer

- översikt över budgeten för marknadsföring, försäljning och reklam: utgifter för åtgärder eller kampanjer
- typ av ersättning till säljare: fast ersättning respektive försäljningsrelaterad ersättning i %
- förekomst av interna försäljningsmål inom företaget (ja/nej)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Kundrelationer på lika villkor ingår i företagets marknadspositionering. Innovativa lösningar för att garantera anständig kommunikation med kunderna tillämpas på lång sikt.

Avancerad

Företaget har etiska riktlinjer för försäljningsavdelningen och kontrollerar och förbättrar regelbundet alla sina kontaktpunkter för att säkerställa att kunderna får sina behov tillgodosedda och bemöts på lika villkor.

På god väg

Inom företaget är det obligatoriskt att tillämpa etiska riktlinjer för kundförvärv och kundvård samt att främja mun-till-mun-marknadsföring.

Första steget

När det gäller tjänsteutbud, kundförvärv och kundvård arbetar företaget aktivt med att tillfredsställa kundernas faktiska behov.

Grundnivå

Företaget följer reglerna för rättvis konkurrens, kommunicerar ärligt med sina kunder och använder sig inte av jämförande reklam.



Bedömningshjälp/tolkning

Nivåindelningen sker med hänsyn till följande tre delaspekter:

- Reklamåtgärder:
 - Företaget har en informativ hemsida.
 - Mun-till-mun-marknadsföring sker till följd av positiva kundupplevelser.
 - Företaget vidtar föredömliga reklamåtgärder som är informativa, upplysande, autentiska och försiktiga. Kunderna tar initiativet, det vill säga det förekommer inte någon oönskad reklam (samtyckesbaserad marknadsföring).
- Säljprocess:
 - Kundnyttan går före företagsnyttan, det vill säga företaget erbjuder bara varor och tjänster som tillgodoser kundernas behov. Om de egna varorna eller tjänsterna inte tillgodoser kundernas behov rekommenderar företaget konkurrenternas varor eller tjänster.
 - Medarbetarna får inte lön utifrån hur mycket de sålt och utsatts inte för interna krav eller säljpress.
 - Kunduppgifter hanteras varsamt, det vill säga de används endast internt – och överförs inte till andra organisationer såvida detta inte är nödvändigt för att tillhandahålla en vara eller tjänst.

- Kundservice:
 - Kundenservicen är lätt att nå.
 - Pragmatiska lösningar tillämpas för kunder, såsom oproblematiske retur och pengarna tillbaka.
 - Principiellt tillämpas kundfrihet, det vill säga ingen bindning.
 - Befintliga kunder har samma fördelar som nya kunder.

Undantag för nya företag:

När det gäller nya företag ses "aktiva" reklam som något varken bra eller dåligt om den är lämplig, informativ och objektiv.

D1.2 Tillgänglighet

Tillgängligheten rör möjligheten att använda varan eller tjänsten, tillgången till information om köpet samt inköpsplatsen och inköpsprocessen.

Företaget ska så långt som möjligt undanröja fysiska, visuella, tekniska, språkliga, kulturella, intellektuella och finansiella hinder.



Rapportfrågor

- Vilka hinder finns i samband med köp och användning av företagets varor och tjänster?
- Vilka missgynnade kundgrupper har företaget som målgrupp?
- Hur underlättar företaget för missgynnade kunder att få tillgång till och använda varorna och tjänsterna?
- Endast när det gäller relationer företag emellan (*business-to-business, B2B*): Hur säkerställer företaget att mindre företag och ECG-företag erbjuds minst lika bra villkor och service som storkunder?



Obligatorisk indikator

- andel (i %) av företagets produktportfölj som köps av missgynnade kundgrupper

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Varor och tjänster skräddarsys för vissa missgynnade kundgruppers behov.

Det finns specialprodukter/specialtjänster för missgynnade kundgrupper.

Avancerad

Företaget tillämpar lösningar som låter missgynnade kundgrupper övervinna de största hindren, exempelvis social prissättning eller lämpliga lösningar för bättre tillgänglighet. Sådana lösningar ingår i affärsstrategin och tillämpas redan i företaget.

På god väg

Försäljningsavdelningen erbjuder lösningar för de relevanta missgynnade kundgrupper som företaget har identifierat, och lämpliga resurser tillhandahålls för att betjäna dessa grupper.

Första steget

Företaget har identifierat relevanta missgynnade kundgrupper. Informationstillgängligheten är god.

Grundnivå

Företaget uppfyller kraven i lagstiftningen i sina kontakter med missgynnade kundgrupper.



Bedömningshjälp/tolkning

Exempel på missgynnade kundgrupper är låginkomsthushåll, personer med inlärningsvärigheter, personer med funktionsnedsättning, äldre, personer med annat modersmål samt lågutbildade och tekniskt okvalificerade personer.

Andra exempel på missgynnade kundgrupper är icke-statliga organisationer, allmännyttiga institutioner, projekt och initiativ inom det civila samhället, ideella institutioner inom utbildning, hälsovård och sociala tjänster samt mikroföretag.

När det gäller relationer företag emellan (B2B): Små och medelstora samt regionala företag som engagerar sig särskilt för det gemensamma bästa ska erbjudas lika bra villkor och service som storkunder.

D1.3 Minusaspekt: oetiska reklamåtgärder

I listan nedan anges enskilda reklamåtgärder som är svåra att förena med en etisk kundrelation.



Rapportfrågor

- Vilka konkreta reklam- eller säljåtgärder är kritiska eller skulle kunna vara oetiska? Varför? Vilka etiska alternativ finns?
- Vilka reklamåtgärder vidtar företaget utöver en informativ hemsida, neutral produktinformation, användningsinstruktioner och kunskapsspridning?



Obligatorisk indikator

- andel av reklamutgifterna som går till etiska respektive oetiska reklamkampanjer



Bedömningsnivåer och poäng

Varje enskild åtgärd kan ge upp till 50 minuspoäng. Alla åtgärder tillsammans kan ge upp till 200 minuspoäng.

Inom företaget:

- bonus för vissa säljavslut
- fasta försäljningssiffror; försäljningsmål som höjs varje år
- främjande av vissa produkter oavsett kundernas eller marknadens behov
- vägledningar och psykologisk träning för personal som arbetar med kundförvärv, där man svartmålar konkurrenterna och systematiskt utforskar potentiella kunders individuella preferenser för att tillämpa manipulativa strategier
- missbruk eller försäljning av uppgifter, utlämnande av kunddata utan uttryckligt samtycke, kringgående av dataskyddet

Utåt:

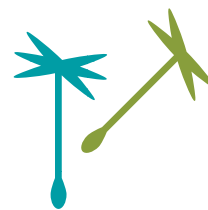
- felaktiga budskap, förskönanden, undanhållande av information och falska fakta
- sexistisk och stereotyp reklam, exempelvis reklam med kvinnor och män som motsvarar rådande skönhetsideal men som inte har någon verklig relation till produkten, och stereotypa roller och klichéer, exempelvis kvinnor som står vid spisen, städar och passar barn
- vardagsprodukter som framställs som statussymboler eller associeras med värden som knappt erhålls när de konsumeras, såsom sloganerna "Eftersom vi bryr oss om dig" för kollektivtrafik eller "Smak av lycka" för glass
- massannonsering eller reklam som oömbett tränger in i människors vardag eller som är svår att undvika (så kallad push-reklam, såsom affischer, bannerannonser på hemsidor och tv- eller radioinslag)
- reklam som riktas till barn och ungdomar för att genom dem sätta press på föräldrarna
- pyramidspel eller multi-level marketing (försäljningsstrategier som går ut på att göra människor i den sociala omgivningen till kunder)
- för höga eller oskäliga priser
- lockerbudanden där priset är lägre än anskaffningspriset
- erbjudanden som främjar överkonsumtion, exempelvis "all you can eat" och "3 för 1"
- påträngande reklam, såsom oväntade besök av säljare eller massamtal eller gatuvärkning av nya medlemmar till ideella organisationer
- telefonköer som är dyrare än lokalsamtal eller tekniker som får kunden att vänta kvar i telefon så att höga telefonavgifter kan tas ut



Bedömningshjälp/tolkning

Hänsyn ska tas till helhetsintrycket av reklamåtgärderna samt i vilken utsträckning företaget använder sig av reklamåtgärder och detta är till nackdel för kunderna.

D2 Samarbete och solidaritet med medföretag



Samarbete och solidaritet med medföretag bygger på en uppskattande attityd och ett bemötande på lika villkor. Konkurrens ses snarast som en idrottslig utmaning som genomförs i en öppen och respektfull anda och inte som ett fientligt undanträngande.



Ett ECG-företag ...

- betraktar direkta medföretag som komplement på marknaden
- samarbetar med andra företag för att ta fram lösningar och erbjudanden som möter kundernas behov
- erbjuder andra företag osjälvviskt stöd i nödsituationer.



Inledande fråga

- Vad kännetecknar för oss en samarbetsvillig och solidarisk hållning gentemot medföretag?

D2.1 Samarbete med medföretag

Samarbete med medföretag tar sitt uttryck i en vänlig och samarbetsvillig attityd. Medföretag inom såväl samma bransch som andra branscher bemöts på lika villkor. Samarbetande företag strävar mot ett gemensamt mål och försöker åstadkomma en vinn-vinn-situation för alla inblandade.

Företagen samarbetar för att ta fram lösningar, varor och tjänster som tillgodoser kundernas behov så att alla berörda parter blir nöjda.



Rapportfrågor

- Vilka företag samarbetar företaget redan med och vilka gemensamma mål eftersträvas?
- Vilka företag vill vi samarbeta med i framtiden och på vilka områden ska detta samarbete ske?
- På vilka områden delar företaget kunskap och information med medföretag?
- Vilka åtgärder har vidtagits eller planeras för att höja standarden i branschen?



Obligatoriska indikatorer

- Hur mycket tid och/eller resurser lägger företaget på att tillverka varor eller tjänster i samarbete med andra företag jämfört med den totala tid som det lägger på att tillverka sina egna varor och tjänster (i timmar per år eller som procentandel)?
- Hur stor procentandel av sin tid/omsättning lägger företaget – eller funderar företaget på att lägga – på partnerskap med företag
 - med samma målgrupp (även regionalt)
 - i samma bransch men med en annan regional målgrupp
 - i samma bransch och i samma region men med en annan målgrupp?
- På vilka av följande tre områden engagerar sig företaget? Företaget ...
 - samarbetar med initiativ inom det civila samhället för att höja den ekologiska/

sociala standarden eller kvalitetsstandarden i branschen

- bidrar aktivt till att förbättra de lagstiftningsmässiga standarderna inom branschen (*responsible lobbying*)
- deltar i initiativ för att höja den ekologiska/sociala standarden eller kvalitetsstandarden i branschen.

Bedömningsnivåer



Föredömlig

I allmänhet (om det är möjligt) erbjuder företaget varor och tjänster som har producerats i samarbete med andra företag.

Företaget gör kunskap och information tillgänglig för alla medföretag utan begränsningar.

Standarden i branschen har redan höjts (aktivt genomförande).

Avancerad

Samarbete har inletts med medföretag inom samma bransch.

Företaget delar med sig av kunskap och information till medföretag inom samma bransch.

Samarbetet syftar till att höja standarden i branschen.

På god väg

Samarbete har inletts med medföretag inom andra branscher eller inom samma bransch men en annan region.

Företaget kontakter aktivt medföretag.

Företaget delar med sig av kunskap och information till medföretag inom andra branscher.

Första steget

Företaget har en vänlig grundinställning till medföretag.

Det är samarbetsvilligt och tackar ja till samarbete om det tillfrågas. Kunskap och information tillhandahålls på begäran.

Grundnivå

Företaget varken motarbetar eller samarbetar med andra företag.

Det utnyttjar inte andra företag.



Bedömningshjälp/tolkning

Hänsyn ska tas till om företaget samarbetar med företag som riktar sig till samma (regionala) målgrupp eller med företag som erbjuder andra varor och tjänster i en annan region och som därmed har en annan målgrupp.

Samarbete kan ske på olika områden längs värdekedjan: forskning och utveckling (FoU), kooperativ marknadsföring, produktionsmedel, gemensamt utbud av varor och tjänster osv.

Kunskap och information kan förmedlas på olika sätt (beroende på företagets syfte): den offentliggörs på företagets hemsida, i broschyrer eller annan litteratur, förmedlas under workshoppar eller samtal eller anges i skyddet av immateriella rättigheter och användarlicensen osv.

Bedömningen bör fokusera på det mål som eftersträvas genom samarbetet, nämligen att förbättra kvaliteten på hållbarhetsrelevanta varor och tjänster.

Samarbete för att höja standarden i branschen sker genom ...

- externa revisioner
- certifieringar (märkningar)
- oberoende kontroller
- deltagande i initiativ i branschen och/eller regionen (regelbundna sammankomster) för att förbättra utbudet av hållbarhetsrelaterade varor och tjänster
- deltagande i initiativ för kollektiva insatser (*collective action initiatives*) för att minska risken för korruption.

D2.2 Solidaritet med medföretag

Solidaritet med medföretag kommer till uttryck i sammanhållning och ömsesidigt osjälviskt stöd i svåra situationer eller vid flaskhalsar. I praktiken kan det röra sig om att företaget bistår det behövande företaget med arbetskraft, uppdrag, ekonomiska resurser och teknik utan att vänta sig någon motprestation. Fokus ligger på att hjälpa företaget att hjälpa sig självt utan att för mycket egenansvar går förlorat.



Rapportfråga

- På vilka områden är företaget solidariskt med andra företag och hjälper dem på ett osjälviskt sätt?



Obligatoriska indikatorer

antal arbetstagare eller arbetstimmar som företaget har delat med sig av till företag ...

- i andra branscher för att ge kortsiktigt stöd till medföretag
- i samma bransch för att ge kortsiktigt stöd till medföretag

antal uppdrag som har letts vidare till företag ...

- i andra branscher för att ge kortsiktigt stöd till medföretag
- i samma bransch för att ge kortsiktigt stöd till medföretag

(i % av antalet uppdrag totalt)

mängden ekonomiska resurser som företaget har delat med sig av totalt till företag ...

- i andra branscher för att ge kortsiktigt stöd till medföretag
- i samma bransch för att ge kortsiktigt stöd till medföretag

(totalt, i % av omsättningen/vinsten)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Att bygga solidariska allianser med andra företag ingår i affärsmodellen. Företagets erbjudande om att hjälpa till och dela med sig kommuniceras offentligt i ett format som är tillgängligt för alla utan begränsningar.

Avancerad

Företaget har stor erfarenhet av att dela med sig av arbetskraft, uppdrag, ekonomiska resurser och teknik till medföretag som stöd eller hjälp i nödsituationer. Det lägger stor vikt vid att hjälpa medföretag i samma bransch och dela med sig till dem.

På god väg

Företaget har viss erfarenhet av att dela med sig av arbetskraft, uppdrag, ekonomiska resurser och teknik till medföretag som stöd eller hjälp i nödsituationer. Det lägger stor vikt vid att hjälpa medföretag i andra branscher och dela med sig till dem.

Första steget

Företaget är villigt att uppträda solidariskt.

Företaget uppträder solidariskt om det tillfrågas: det svarar på förfrågningar om hjälp.

Grundnivå

I allmänhet hjälper företaget inte andra företag.



Bedömningshjälp/tolkning

Hjälpen till andra företag kan variera beroende på företagets verksamhetsområde och nödsituationen. Det kan röra sig om att ge tillgång till nätverk, underlätta kontakter, erbjuda individuella lösningar eller vidarebefordra uppdrag om detta är till hjälp för det andra företaget.

D2.3 Minusaspekt: missbruk av företagets marknadsstyrka gentemot medföretag

Företaget har en skadlig grundinställning till medföretag. Detta kommer främst till uttryck i en vilja att framstå som överlägset andra företag och olika försök att skada eller hindra dem eller få dem att gå med förlust. Företagets mål och framgångar kolliderar med andras mål och framgångar så att företagets framgångar sker på bekostnad av andra företag eller kunderna (vinst-förlust-situationer).



Rapportfrågor

- På vilka områden kan företaget störa, hindra eller skada andra företag?
- Hur viktigt är det för företaget att vinna marknadsandelar och i vilken mån eftersträvar det en ledande ställning på marknaden?



Obligatoriska indikatorer

- Innehåller företags kommunikation (eller unika konkurrensfördel, *USP*) en värderande jämförelse (bättre/sämlre) med medföretagens arbete och deras varor och tjänster?
- Använder företaget sig av en prisdumpningsstrategi när det gäller minst en vara eller tjänst?
- Sluter företaget hemliga prisöverenskommelser med andra företag?
- Ingår det i företags affärsstrategi att maximera marknadsandelarna på bekostnad av medföretag, kunder eller producenter?
- Har företaget tagit många patent på egna produktidéer som det sedan inte har följt upp eller utnyttjat och som skulle kunna eller syftar till att hindra andra företag i deras vidareutveckling/forskning/innovation?

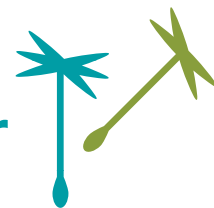


Bedömningsnivåer och poäng

- Företaget uppträder på ett skadligt sätt mot medföretag eller betonar starkt det egna företags fördelar och gör värderande jämförelser med medföretag: fokus ligger på att skapa fördelar för företaget och inte på att så långt som möjligt tillgodose kundernas behov.
- Företaget diskrediterar (medvetet eller undermedvetet) medföretag.
- Företaget har som strategiskt mål att maximera sina marknadsandelar på bekostnad av andra företag eller på bekostnad av konsumenterna eller producenterna. Målet är att tränga undan andra företag.
- Företaget har tagit många patent på egna produktidéer som det sedan inte har följt upp eller utnyttjat och som skulle kunna eller syftar till att hindra andra företag i deras vidareutveckling/forskning/innovation.
- Företaget missbrukar sin dominerande ställning till nackdel för kunderna genom att tillämpa dumpningspriser eller ingå (hemliga) prisöverenskommelser och karteller.

För varje delaspekt kan upp till 50 poäng dras av. För alla delaspekter tillsammans kan max 200 poäng dras av.

D3 Ekologiska effekter av att varor och tjänster används och tas om hand



När varor och tjänster används och tas om hand ger detta ofta upphov till negativa ekologiska effekter. Specifikt handlar det om effekter som uppkommer när kunderna och konsumenterna använder produkterna eller tjänsterna (energianvändning, utsläpp osv.) samt i samband med återvinningen eller det slutliga omhändertagandet. Sådana effekter bör man försöka minska så långt som möjligt.



Ett ECG-företag ...

- redogör för sina varors och tjänsters ekologiska livscykel sett till användningen och omhändertagandet
- försöker ta reda på så mycket som möjligt om de ekologiska effekterna av att varor och tjänster används och tas om hand och försöker minimera dessa effekter
- erbjuder varor och tjänster som ger upphov till mindre ekologiska effekter när de används och tas om hand än befintliga alternativ
- befattar sig med villkoren för kundernas användning och omhändertagande av varorna och tjänsterna och försöker påverka dessa i riktning mot en måttlig (tillräcklig) användning.



Inledande frågor

- Hur använder och omhändertar kunderna våra varor och tjänster (sett till syfte, frekvens, varaktighet och sätt)?
- Vilka ekologiska effekter ger våra varor och tjänster upphov till när de används och tas om hand?
- Vilka jämförbara alternativ till våra varor och tjänster finns? Vilka ekologiska effekter ger de upphov till?

D3.1 Ekologisk kostnadseffektivitet hos varor och tjänster (effektivitet och konsistens)

Användningen bör vara så konsistent och effektiv som möjligt. **Konsistent** betyder här att produkten inordnar sig i naturliga kretslopp och ger upphov till små eller inga ekologiska effekter när den används och tas om hand. **Effektiv** betyder i detta sammanhang att det råder bästa möjliga förhållande mellan den nytta som produkten gör eller de behov som den tillgodoser och de negativa ekologiska effekter som den ger upphov till.



Rapportfrågor

- I vilken utsträckning känner företaget till vilka ekologiska effekter varorna och tjänsterna ger upphov till när de används eller tas om hand?
- Hur stora är de ekologiska effekterna av varorna och tjänsterna, i absoluta tal och jämfört med befintliga alternativ som har liknande fördelar?
- Vilka strategier och åtgärder kommer att leda till att de ekologiska effekterna av

- användningen och omhändertagandet minskar?
- Vilken hänsyn tas i affärsmodellen till behovet av att minska de ekologiska effekterna av användningen och omhändertagandet av varor och tjänster?

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget har omfattande uppgifter om de ekologiska effekterna för alla sina varor och tjänster.

Affärsmodellen och produktportföljen har optimerats med avseende på ekologiska effekter.

Varorna och tjänsterna har inga negativa ekologiska effekter, eller så är effekterna betydligt mindre än hos jämförbara alternativ (absolut oundvikliga ekologiska effekter kompenseras).

Företaget återtar och omhändertar en så stor del av produkterna som möjligt.

Avancerad

Företaget har en klar och tydlig strategi för långsiktig anpassning och optimering av produktportföljen och affärsmodellen med avseende på ekologiska effekter.

Det vidtar långtgående åtgärder för att minska (eller kompensera) de ekologiska effekterna, bl.a. har det omfattande program för återtagning och omhändertagande.

Alla företagets varor och tjänster ger upphov till mindre ekologiska effekter än jämförbara alternativ.

På god väg

Företaget har omfattande uppgifter om produkternas ekologiska effekter för större delen av produktportföljen.

Det har en klar och tydlig strategi och har vidtagit identifierbara åtgärder för att minska de ekologiska effekterna för hela produktportföljen.

De flesta varor och tjänster ger upphov till mindre ekologiska effekter per användning än jämförbara alternativ.

Första steget

Företaget har gjort inledande beräkningar och/eller uppskattningar av de ekologiska effekterna.

Inledande åtgärder har vidtagits för att minska de ekologiska effekterna eller för att kompensera för oundvikliga effekter.

Vissa varor och tjänster ger upphov till mindre ekologiska effekter per användning än jämförbara alternativ.

Grundnivå

Företaget saknar uppgifter om vilka ekologiska effekter de egna varorna och tjänsterna ger upphov till. Det har inte någon strategi och har inte vidtagit några åtgärder för att minska de ekologiska effekterna av sina varor och tjänster. Varorna och tjänsterna motsvarar alla lagstiftningskrav som rör ekologiska effekter.



Bedömningshjälp/tolkning

Exempel på åtgärder är att företaget tillämpar ekodesignkriterier eller liknande när det utformar och utvecklar sina varor och tjänster.

Exempel på information är absoluta värden eller relativa jämförelser med jämförbara varor och tjänster (miljöredovisningar, livscykelanalyser osv.) eller uppskattningar och slutsatser från vetenskapliga studier om detta anses vara proportionerligt.

Anmärkning när det gäller tjänsteföretag: Tjänster har ingen livscykel i egentlig mening. I stället kan uppdelningen i fasta och variabla ekologiska effekter tjäna som orientering för vilka ekologiska effekter som ska rapporteras och utvärderas i D3 respektive E3. Variabla effekter – det vill säga sådana som bara uppstår när kunderna använder tjänsten – ska rapporteras i D3. Fasta effekter – det vill säga sådana som uppstår även när tjänsten inte används – ska rapporteras i E3. Några exempel:

- Ett taxibolag redovisar de effekter som huvudkontoret, tomkörningar osv. ger upphov till i E3, medan effekterna av faktiska körningar redovisas i D3.
- En massör redovisar de effekter som lokalen, dess uppvärmning m.m. ger upphov till i E3, medan effekterna av massageolja och kundernas resor redovisas i D3.
- En företagskonsult redovisar effekterna av det egna kontoret i E3, medan effekterna av resor till rådgivningsmöten redovisas i D3.

När det gäller tjänster av mindre materiell natur är inte bara de direkta ekologiska effekterna av betydelse, utan även de indirekta effekterna, det vill säga de effekter som följer av tjänsternas innehåll och verkan. En arkitekt kan exempelvis rekommendera att ekologiska isoleringsmaterial används och en företagskonsult kan ge ett företag rådgivning om omställningen till förnybar energi. Sådana effekter ska redovisas i E1.

D3.2 Måttlig användning av varor och tjänster (tillräcklighet)

Det räcker inte att varor och tjänster utformas på ett effektivare sätt, utan det är också viktigt med en måttlig (tillräcklig) total användning eftersom det i slutändan bara är detta som bidrar till att de ekologiska effekterna minskar i samhället som helhet.

När det gäller en minskning av den totala användningen krävs större nytänkande från företagens sida än när det gäller effektivitet och konsistens. Ur ett ekonomiskt perspektiv strider en sådan minskning nämligen mot den nuvarande premissen om ekonomisk tillväxt. Samtidigt bör kunderna och konsumenterna ges "ansvarig frihet" att själva välja hur stor del av de ekologiska effekter de teoretiskt sett har rätt till som de vill lägga på exempelvis livsmedel, resor eller boende.

En tillräcklig total användning stöds av affärsmodeller där man fokuserar på att minska konsumtionen av materiella produkter och i stället ger företräde åt immateriella produkter.



Rapportfrågor

- I vilken utsträckning ingår tillräcklighet eller måttlig användning i affärsmodellen?
- I vilken utsträckning befattar sig företaget med tillräcklighet eller måttlig användning av varor och tjänster?
- Vilka strategier och åtgärder främjar måttlig konsumtion eller tillräcklig användning av varor och tjänster?
- Vilka varor och tjänster är avsedda att användas måttligt eller främjar en sådan användning?
- I vilken utsträckning syftar företagets kommunikation med kunder och konsumenter till att främja måttlig användning?

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Att främja måttlig konsumtion är ett väsentligt inslag i affärsmodellen och kundrelationerna.

Produktportföljen innehåller endast varor och tjänster som stöder en livsstil som bygger på tillräcklighet.

Avancerad

Företagets strategi och åtgärder syftar till en anpassning av produktportföljen på lång sikt så att den består av varor och tjänster som främjar tillräcklighet.

Företagets kommunikation är inriktad på att aktivt främja måttlig användning.

Konsumenterna får tydlig och omfattande information om vilka ekologiska effekter företagets varor och tjänster ger upphov till.

På god väg

Företaget har en strategi för att främja tillräcklighet och måttlig användning av varor och tjänster och har vidtagit inledande åtgärder.

Som standard får kunderna alltid information om vilka ekologiska effekter företagets varor och tjänster ger upphov till.

Kundernas medvetenhet om måttlig användning främjas.

Första steget

Företaget har börjat befatta sig med tillräcklighet och måttlig användning av varor och tjänster.

Det ger kunderna och konsumenterna inledande information om vilka ekologiska effekter företagets varor och tjänster ger upphov till, i syfte att öka medvetenheten om måttlig användning.

Grundnivå

Företaget befattar sig inte aktivt med tillräcklighet, men det accepterar inte heller oproportionerligt stora ekologiska effekter. Kommunikationen till kunderna om de ekologiska effekter som företagets varor och tjänster ger upphov till stämmer överens med kraven i lagstiftningen och är inte vilseledande.



Bedömningshjälp/tolkning

Måttlig konsumtion: I teorin har varje enskild individ rätt att ge upphov till en viss miljöbelastning under sin livstid så länge alla människors samlade belastning inte innebär att planetens gränser överskrids. Håller sig människorna inom dessa gränser kan konsumtionen eller användningen betraktas som måttlig.

Företaget uppmuntrar till måttlig konsumtion genom att främja ...

- återvinningsbarhet och återanvändbarhet
- lång livstid och reparerbarhet
- särskilda serviceerbjudanden.

Exempel på åtgärder som företaget skulle kunna vidta:

- fördelaktiga priser och incitamentsystem för reparation, återanvändning och gemensam användning
- längre garantitid och reparation till låga kostnader
- framtagande av varor och tjänster som främjar tillräcklighet: bildelning, vagga till vagga (*cradle to cradle*) och användning av lätt sorterbara material
- information om ekologiskt bättre alternativ (även från konkurrenterna), incitament att köpa sådana alternativ, avrådan från köp, information om ekologiska effekter för alla varor och tjänster, information för att öka kundernas medvetenhet om måttlig användning samt telefonsamtal i stället för resor

I **affärsmodeller som främjar tillräcklighet** tar man exempelvis hänsyn till principer om att byta, dela och reparera (när det gäller användning) och principer om att återvinna, återanvända och behandla (när det gäller omhändertagande). Måttlig användning främjas aktivt, exempelvis genom prisfördelar, incitamentsystem, längre garantitid och förmånliga reparationserbjudanden. **Produkter kan anses främja tillräcklighet** om de är långlivade, reparerbara och tids- och modemässigt beständiga, liksom om de är cirkulära (t.ex. vagga till vagga) eller tillverkade med miljövänligt omhändertagande i åtanke (t.ex. gjorda av väl sorterbara material). **Kundkommunikation som främjar tillräcklighet** syftar till att öka medvetenheten bland kunderna och konsumenterna om behovet av måttlig användning och få dem att begränsa sin konsumtion.

Anmärkningar om kommunikation:

- Vad som avses med "vilseledande kommunikation" som grönmålning (*green-washing*) förklaras närmare i D1.3.
- Exempel på inledande information om de ekologiska effekterna är kortfattad information om enskilda teman (CO₂-utsläpp, vattenförbrukning osv.), som främst syftar till att informera kunderna och öka deras medvetenhet.
- Att kunderna "som standard" får information innebär att all kundkommunikation alltid även innehåller relevant information om ekologiska effekter.
- Exempel på "tydlig och omfattande information" är information som även omfattar bakgrundsinformation om de ekologiska effekternas samband samt idéer och tips om hur produkterna kan användas måttligt eller hur man kan avstå från dem osv.
- Med "ett väsentligt inslag i kundrelationerna" avses exempelvis att företaget aktivt pekar på ekologiskt bättre alternativ (även från konkurrenterna) eller avråder från köp.
- Om informationen om ekologiska effekter syftar till att öka konsumtionen och därmed den totala användningen ska minuspoäng tilldelas eftersom detta bidrar

till att de ekologiska effekterna ökar totalt sett. När det gäller kommunikation om ekologiska effekter bör hänsyn därför alltid även tas till konceptet "tillräcklighet".

D3.3 Minusaspekt: medveten acceptans av oproportionerligt stora ekologiska effekter

I denna aspekt bedöms handlingar som medför oproportionerligt stora ekologiska effekter. Sett till konceptet "planetens gränser" innebär sådana handlingar att gränserna överskrids.



Rapportfrågor

- På vilka områden främjar eller accepterar företaget medvetet överdriven användning, exempelvis genom sin prissättning, sitt incitamentsystem eller planerad föråldring?
- För vilka varor och tjänster gäller att planetens gränser kan överskridas om varan eller tjänsten används en eller några gånger av varje människa eller om den nuvarande användningen förblir konstant eller ökar?



Bedömningsnivåer och poäng

Totalt kan upp till 100 poäng dras av beroende på de ekologiska effekternas storlek (som varierar beroende på bransch, produkt och företags storlek).

Som vägledning kan 50 poäng dras av i vart och ett av följande fall:

- Företaget accepterar medvetet överdriven användning, exempelvis genom sin prissättning, sitt incitamentsystem eller planerad föråldring.
- Företaget har produkter eller tjänster i sin portfölj som medför att planetens gränser överskrids om de används bara en eller några gånger av alla människor.



Bedömningshjälp/tolkning

Varor och tjänster har oproportionerligt stora effekter om kombinationen av deras nuvarande ekologiska effekter per användning och nuvarande användningsmönster eller användningsgrad omräknat på alla människor bidrar till att planetens gränser överskrids (såsom el från kolkraft, flygresor osv.).

När det gäller konceptet "tillräcklighet" ska det betraktas som medveten acceptans av oproportionerligt stora ekologiska effekter om ett företag strävar efter att öka den totala användningen av varor och tjänster som har stora ekologiska effekter, exempelvis genom

- planerad föråldring (inkl. teknisk, psykologisk föråldring osv.), såsom
 - modetrender som växlar snabbt
 - väldigt snabb utveckling av nya produktmodeller i kombination med planerad psykologisk föråldring, exempelvis när det gäller smartphones
- aktivt "väckande" av behov, till exempel resebyråer som väcker behovet av att resa långa sträckor med flyg
- vilseledande kommunikation (som grönmålning – se minusaspekt D1.3 för mer information).

D4 Kundmedverkan och produkttransparens



Genom kundernas medverkan kan företaget få information om möjliga produktförbättringar i ekosocial och hållbar riktning, möjliga varu- och tjänsteinnovationer samt marknadens framtida utveckling. Kunderna kan dela med sig av sina erfarenheter direkt till företaget eller utbyta erfarenheter sinsemellan och på så sätt öka sitt inflytande.

Klar och tydlig information om ingredienser och priskomponenter indikerar produkternas (högre) värde och bidrar till att konsumenterna kan fatta välgrundade inköpsbeslut och den intresserade allmänheten kan bilda sig en åsikt.



Ett ECG-företag ...

- värnar om direktkontakt med sina kunder och involverar dem i produktutvecklingen
- för en dialog med sina kunder för att göra varor och tjänster hållbarare och främja tillräcklig användning
- åstadkommer omfattande produkttransparens och spårbarhet i leverantörskedjan.



Inledande frågor

- Vilken möjlighet att komma med synpunkter och vilken rätt till medbestämmande har våra kunder?
- Hur involverar vi kunderna i produktutvecklingen och marknadsundersökningarna?
- Hur klar och tydlig information ger vi om ingredienser och farliga ämnen i våra produkter och om priskomponenterna?

D4.1 Kundmedverkan, gemensam produktutveckling och marknadsundersökningar

Kundmedverkan innebär att kunderna får en röst och att ofiltrerad kommunikation når ända upp till ledningsnivån. Genom att tillämpa gemensam produktutveckling och marknadsundersökningar kan företaget använda sig av kundernas idéer och önskemål för att förbättra befintliga produkter, utveckla nya produkter eller underlätta produkternas spridning bland kunderna. Särskild hänsyn bör tas till produkter som uppfyller hållbarhetskriterierna väl. Marknadsundersökningar bidrar också till att företaget bättre kan tillgodose kundernas behov och att kunderna kan fatta beslut som ligger i det egna intresset.



Rapportfrågor

- Vilka konkreta möjligheter att komma med synpunkter och vilken rätt till medbestämmande har våra kunder? Hur kommuniceras dessa möjligheter och denna rätt till medbestämmande?
- Involverar företaget kunderna i framttagandet av hållbarhetsrelevanta varor och tjänster?
- Varför använder sig företaget av marknadsundersökningar?



Obligatoriska indikatorer

- andel av företagets varu- och tjänsteinnovationer som kunderna har medverkat till
- antal varu- och tjänsteinnovationer som kunderna har medverkat till och som medför sociala och ekologiska förbättringar

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget tillämpar institutionaliserade former för dialog med kunderna och medbestämmande.

Konstruktiv återkoppling leder nästan alltid till åtgärder.

Hållbara produkter utvecklas gemensamt.

Avancerad

Företaget tillämpar en institutionaliserad och öppen form av kundmedverkan.

Konstruktiv återkoppling leder oftast till åtgärder.

Företaget rådfrågar kunderna i samband med innovationer. Det för en dialog med kunderna för att förbättra sina produkter ur hållbarhetssynpunkt.

På god väg

Återkoppling från kunderna samlas systematiskt in och leder ofta till åtgärder.

Företaget tar hänsyn till kundernas önskemål när det utvecklar nya produkter.

Första steget

Företaget ber ibland om återkoppling från kunderna.

Kunderna rådfrågas ibland om produktförbättringar.

Grundnivå

Företaget ger inte kunderna möjlighet att medverka och ber dem inte om återkoppling.



Bedömningshjälp/tolkning

För att kundmedverkan ska fungera krävs tydligt definierade kommunikationsvägar och möjligheter att kommunicera med ledningen och ledande medarbetare.

Gemensam produktutveckling innebär att företaget tar hänsyn till återkoppling från kunder. Företaget kan använda sig av hållbarhetsorienterade kundgrupper för att förbättra produkternas hållbarhet och sprida särskilt hållbara produktinnovationer.

Marknadsundersökningar är att betrakta som föredömliga om de även omfattar möjligheterna att förbättra varornas och tjänsternas ekosociala egenskaper, exempelvis deras livslängd eller återvinnbarhet.

D4.2 Produkttransparens

Genom produkttransparens synliggörs varornas och tjänsternas (högre) ekologiska och sociala värde och hållbarheten i värdekedjan. Detta bidrar till en rättvis prissättning och till att en dialog förs med parterna i värdekedjan, bland annat den intresserade allmänheten.



Rapportfrågor

- Hur offentligt tillgänglig, klar och tydlig är produktinformationen?
- I vilken utsträckning anges alla ingredienser och all ekologiskt relevant information?
- Vilken information ges om prissättningen längs värdekedjan?
- Vad vet man om storleken på de socioekologiska belastningar som härrör från företagets varor och tjänster och som inte är inkluderade i priserna (s.k. externaliserade kostnader)?



Obligatoriska indikatorer

- andel produkter där ingredienserna anges (i % av försäljningen)
- andel varor och tjänster där priskomponenterna offentliggörs (i % av försäljningen)
- storleken på de externaliserade kostnaderna för varor och tjänster

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Produkterna har en komplett innehållsdeklaration och priskomponenterna anges i procent.

Externaliseringen av kostnaderna anges på ett klart och tydligt sätt.

Avancerad

Företaget informerar kunderna utförligt om produkternas ingredienser och risker.

Företaget offentliggör oftast information om produkternas och processernas ursprung och priskomponenter.

På god väg

Information om stegen i värdekedjan finns delvis tillgänglig för allmänheten.

Priskomponenterna offentliggörs delvis.

Första steget

En översikt över värdekedjan finns delvis tillgänglig internt.

Företaget har ett system för offentliggörande av priskomponenter.

Grundnivå

Företaget följer de lagstadgade deklarationsskyldigheterna.



Bedömningshjälp/tolkning

Ett föredömligt företag offentliggör kvantifierad information om livscykeln för alla produkter när det gäller leverantörer, ingredienser och socioekologiska risker.

Externaliserade kostnader är kostnader som uppstår utanför företaget och som belastar samhället.

D4.3 Minusaspekt: ingen deklaration av farliga ämnen

Produkter kan innehålla ämnen som kan skada kunders hälsa eller miljön, och skadliga biverkningar kan uppstå även när produkten används på avsett sätt. Sådana ämnen och biverkningar innebär risker som konsumenterna måste informeras om.



Rapportfrågor

- Innehåller produkterna ämnen som kan skada kunders hälsa eller miljön?
- Kan skadliga biverkningar uppstå när produkterna används på avsett sätt?



Obligatorisk indikator

andel av produkterna som innehåller farliga ämnen eller medför risker vid användningen och där dessa ämnen och risker inte deklarerats öppet (i % av försäljningen)



Bedömningsnivåer och poäng

Max 200 poäng kan dras av i följande fall:

- Farliga ämnen deklarerats inte (minst 50 poäng; fler beroende på graden av risk).
- Företaget informerar inte konsumenterna om eventuella skadliga biverkningar (minst 50 poäng; fler beroende på graden av risk).



E1

Varors och tjänsters ändamål och samhällseffekter

Ett ECG-företag strävar efter att uteslutande producera och/eller erbjuda varor och tjänster som aktivt bidrar till det gemensamma bästa. Med detta avses varor och tjänster som är nödvändiga för ett fysiskt och psykiskt hälsosamt och enkelt liv (baserat på tillräcklighet) och som har framställts på ett socialt ansvarsfullt och så ekologiskt skonsamt sätt som möjligt. ECG-företag erbjuder också lösningar på mänsklighetens största utmaningar, såsom fattigdomsbekämpning, föda av god kvalitet till alla människor, utbildning, hälsa och åtgärdandet av sociala missförhållanden.



Ett ECG-företag ...

- bidrar genom sina produkter till ett gott liv för alla och tillgodoser de grundläggande behoven hos så många som möjligt – även hos missgynnade socioekonomiska grupper
- producerar varor och tjänster som främjar människors hälsa och personliga utveckling samt samhällsutvecklingen
- avstår från varor och tjänster som medför sociala och ekologiska risker eller hälsorisker.



Inledande frågor

- Hur bidrar våra varor och tjänster till att tillgodose grundläggande behov, främja människors personliga utveckling, stärka samhället eller återställa vår planet?
- Vilka samhällseffekter ger tillverkningen och användningen av våra varor och tjänster upphov till?

E1.1 Varorna och tjänsterna tillgodoser de grundläggande behoven och bidrar till ett gott liv

Många varor och tjänster i västvärlden är kortlivade lyxprodukter som inte direkt bidrar till att tillgodose människors grundläggande behov. En sådan inriktning på ren konsumtion belastar de ekologiska resurserna på vår planet. Dessutom utgör den ensidigt växande konsumtionen ett hot mot den sociala sammanhållningen i samhället.



Rapportfrågor

- Vilka av de nio grundläggande behoven (se nedan) tillgodoser företagets varor och tjänster?
- Vilka varor och tjänster är lyxprodukter som främst "bara" tjänar ett statussyfte och som kan ersättas med billigare och mindre resurskrävande varor och tjänster som bidrar till ett enkelt och gott liv?
- Hur bidrar våra varor och tjänster till människors personliga utveckling eller hälsa?
- Vilka sociala eller ekologiska problem (regionala eller globala) bidrar varorna och tjänsterna till att lösa eller minska?



Obligatoriska indikatorer

Andel i % av den totala omsättningen:

- Varorna/tjänsterna tillgodoser
 - grundläggande behov (... %)
 - status- eller lyxbehov (... %).
- Varorna/tjänsterna tjänar
 - människors utveckling (... %)
 - vår planets/biosfärens utveckling (... %).
- Varorna/tjänsterna bidrar till att lösa sociala eller ekologiska problem enligt FN:s mål för hållbar utveckling (... %).
- Varorna/tjänsterna är
 - synergistiska eller enkla tillfredsställare (se förklaring nedan under "Bedömningshjälp/tolkning") (... %)
 - hämmande tillfredsställare eller pseudotillfredsställare (se nedan) (... %)
 - förstörare (se nedan) (... %).

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Större delen av varorna/tjänsterna bidrar till att lösa betydande sociala problem enligt FN:s mål för hållbar utveckling.

Innovativa åtgärder har vidtagits som svar på mänsklighetens största utmaningar.

Avancerad

Alla varor/tjänster tjänar de grundläggande behoven eller människors personliga utveckling eller biosfärens mångfald utan att medföra några negativa effekter.

Företag till företag (B2B): De flesta kunder uppfyller också dessa krav.

På god väg

Större delen av varorna/tjänsterna tillgodoser grundläggande behov för ett hälsosamt och gott liv. En stor del av varorna/tjänsterna bidrar också till människans sunnda utveckling. Inga av företagets varor eller tjänster är pseudotillfredsställare, förstörare eller hämmande tillfredsställare.

Första steget

Större delen av varorna/tjänsterna tillgodoser grundläggande behov för ett hälsosamt och gott liv. Ett fåtal av företagets varor eller tjänster är pseudotillfredsställare, förstörare eller hämmande tillfredsställare.

Grundnivå

Samtliga varor eller tjänster tillgodoser snarare statusbehov än de grundläggande behoven eller är pseudotillfredsställare eller hämmande tillfredsställare.



Bedömningshjälp/tolkning

När bedömningen görs ska företagets varor och tjänster klassificeras utifrån huruvida de tillgodoser grundläggande behov för ett enkelt och gott liv eller utgör onödig lyx. Enligt Manfred Max-Neef och Marshall Rosenberg är följande nio behov **grundläggande mänskliga behov**:

1. livsuppehåll/hälsa/välbefinnande
2. skydd/säkerhet
3. tillgivenhet/kärlek
4. förståelse/empati
5. delaktighet/trygghet
6. ledighet/rekreation
7. kreativt skapande
8. identitet/mening
9. frihet/självbestämmande

Dessutom ska det bedömas vilken **typ av tillfredsställare** varan eller tjänsten utgör för kunderna (enligt Max-Neef). Varor/tjänster som är synergistiska tillfredsställare ska ges högst poäng, följt av enkla tillfredsställare, hämmande tillfredsställare och pseudotillfredsställare. Se minusaspekten nedan för information om förstörare.

- **Synergistiska tillfredsställare:** Varan eller tjänsten tillgodoser flera behov. Exempelvis tillgodoser amning både spädbarnets grundläggande behov av mat och dess behov av uppmärksamhet.
- **Enkla tillfredsställare:** Varan eller tjänsten tillgodoser bara ett behov. Exempelvis tillgodoser ett sportevenemang enbart behovet av en fritidsaktivitet.
- **Hämmande tillfredsställare:** Exempelvis tillgodoser tv-program behovet av en fritidsaktivitet, men de kan samtidigt hämma kreativiteten och det egna skapandet.
- **Pseudotillfredsställare:** Inom den mekanistiska medicinen ("en tablett för varje sjukdom") löser man exempelvis oftast inte det bakomliggande problemet utan bekämpar bara symtomen, vilket i värsta fall kan leda till nya symtom.
- **Förstörare:** Här rör det sig om varor och tjänster som till och med kan hindra att de grundläggande behoven tillgodoses, såsom kärnkraftverk, vapen, spelautomater eller våldsamma filmer.

Samhällsutmaningar: se FN:s mål för hållbar utveckling i den fördjupande informationen på nätet.

E1.2 Varors och tjänsters ändamål och samhällseffekter

Förutom att tillgodose kundernas behov bidrar ECG-företag genom sina varor och tjänster och sina aktiviteter till en sociokulturell förändring och därmed till lösningen på mänsklighetens största utmaningar – fattigdomsbekämpning, föda av god kvalitet till alla människor, jämställdhet, hälsa, åtgärdandet av sociala och ekologiska missförhållanden osv. Det rör sig här framför allt om effekter som uppstår för andra intressenter än företagets egna kunder.



Rapportfrågor

- Hur bidrar varorna och tjänsterna till att stärka gemenskapen i privatlivet och yrkeslivet?
- Vilka intressentgrupper nås genom aktiviteter utanför företaget? Genom vilka åtgärder?
- Vad leder åtgärderna till rent konkret – från kunskap och attitydförändringar till förändrade beteendemönster och livsstilsförändringar?



Obligatoriska indikatorer

- typ av och antal aktiviteter/åtgärder per år
- antal personer som nåddes, exempelvis läsare eller besökare

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Människor (även icke-kunder) förändrar sitt **(konsumtions)beteende** till följd av företagets aktiviteter, exempelvis handlar de med bonden eller bondens fru i stället för i snabbköpet.

Företaget vidtar nya, kreativa åtgärder för att förändra beteenden och kommunicerar detta sedan flera år tillbaka.

Avancerad

Människors (även icke-kunders) **kunskaper och attityder** ändras. En medvetenhet uppstår om hur man kan bemöta samhällsutmaningar, exempelvis reparera i stället för att köpa nytt och återvinna i stället för att kasta bort.

På god väg

Företaget ger även andra människor än de egna kunderna **information** om nya möjligheter, såsom information om fördelarna med ekologiskt jordbruk för det regionala värdeskapandet och för hälsan.

Första steget

Företaget **befattar sig** med allvarliga sociala eller ekologiska problem i branschen och genomför inledande analyser och utarbetar planer för att lösa problem, exempelvis undersökningar om planerad föråldring hos elektriska apparater.

Grundnivå

Företaget befattar sig varken med de positiva eller negativa samhällseffekter som det ger upphov till.



Bedömningshjälp/tolkning

De samhällseffekter som varorna och tjänsterna ger upphov till sträcker sig längre än till den direkta kundkretsen. Hänsyn ska tas till vilka som nås utanför företaget, såsom grannar, människor i regionen eller kommunen, nationella och internationella icke-statliga organisationer och medborgarinitiativ. För att effekterna ska kunna bedömas är det viktigt att företaget ger mer information än ren produktinformation. Exempel:

- Företaget skulle kunna erbjuda tilläggsinformation på förpackningen.
- En stormarknad skulle kunna erbjuda workshoppar om djupekologi.
- En ekobonde skulle kunna erbjuda guidade turer ute på fältet och förklara

ekologiska samband.

Samhällsutmaningar: se FN:s mål för hållbar utveckling i den fördjupande informationen på nätet.

E1.3 Minusaspekt: icke människovärdiga varor och tjänster

Vi kallar varor och tjänster för icke människovärdiga om de har negativa konsekvenser för

- livet
- levande varelsers (fysiska och psykiska) hälsa
- människors frihet
- naturen.



Rapportfrågor

- Vilka direkta och indirekta negativa konsekvenser har varorna och tjänsterna för livet och levande varelsers hälsa?
- Vilka konsekvenser har de för människors frihet och vår planets biosfär?



Obligatoriska indikatorer

- andel av omsättningen som kommer från sådana oetiska varor och tjänster som anges här
- andel av kunderna som själva tillverkar eller säljer sådana varor eller tjänster



Bedömningsnivåer och poäng

Andel av omsättningen som kommer från "oetiska" varor/tjänster | minuspoäng

- upp till 2 % | 100 minuspoäng
- upp till 5 % | 150 minuspoäng
- över 5 % | 200 minuspoäng



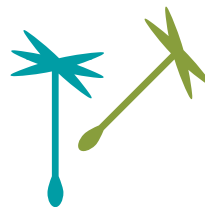
Bedömningshjälp/tolkning

Som icke människovärdiga betraktar vi följande varor och tjänster:

- varor och tjänster för militären, särskilt massförstörelsevapen, CBRN-vapen (kemiska, biologiska, radiologiska och nukleära), klusterammunition (klusterbomber) och antipersonella minor (undantag: vapen som till över 90 % används för civila ändamål eller polisändamål)
- konstruktion och drift av kärnkraftverk, upparbetningsanläggningar eller slutförvarsanläggningar samt förbränning av radioaktivt material och uranbrytning
- utsläpp av genetiskt modifierade organismer (djur och växter)
- tillverkning av klor, organiska klorföreningar och ämnen gjorda av klor, särskilt inom plastindustrin
- tillverkning och saluföring av ozonnedbrytande kemikalier
- tillverkning av jordbrukskemikalier (pesticider, fungicider och herbicider)
- tillverkning och användning av genetiskt modifierade frön och växter
- uppenbara kränkningar av de mänskliga rättigheterna
- användning av barnarbete
- tillverkning av alkohol, droger, tobak och tobaksvaror (undantag: vin, öl och alkoholhaltiga drycker för "njutningsdrickare" samt droger som används för medicinska ändamål)

- mat och dryck med onödigt hög sockerhalt och vilseledande märkning ("endast naturligt socker", "inget tillsatt socker" osv.)
- produktion och distribution av pornografiska produkter och våldsam underhållning, såsom våldsamma dataspel som inte används i pedagogiskt syfte
- passagerar- eller godstransporter med flyg om de utgör mer än 10 % av verksamheten
- produkter som testats på djur trots att detta inte krävs enligt lag (t.ex. kosmetika och tvättmedel)
- hasardspel: tillverkning och saluföring av spel- och spelautomater samt vadslagning där pengar kan gå förlorade
- embryoforskning
- medier vars innehåll till mer än 75 % INTE syftar till vidareutbildning eller kulturell/ icke-våldsam underhållning
- råvaruproduktion med oviss/kontroversiell miljöpåverkan, såsom skiffergas och oljesand
- tillverkning eller drift av anläggningar som släpper ut giftiga ämnen eller elektrosmog, exempelvis mobiltelefonmaster på bostadshus med en belastning som överstiger 0,4 mikrotelsa
- konventionell tillverkning av och handel med animaliska produkter (undantag: produkter från artriktig och djurvärdig djurhållning som uppfyller EU:s ekologiska standard eller högre krav)

E2 Bidrag till samhället



Varje företag och organisation verkar i en samhällelig omgivning och inom en social gemenskap. Samhället (som består av både statliga och icke-statliga institutioner) tillhandahåller viktiga grundförutsättningar för företagande. Omvänt förväntar sig samhället att alla bidrar på lämpligt sätt till att bevara och vidareutveckla dessa strukturer. Utöver de lagstadgade skatterna och avgifterna tillhandahåller företag en rad olika materiella eller immateriella tjänster, som antingen främjar eller skadar samhället och dess strukturer.



Ett ECG-företag ...

- bidrar genom skatter och sociala avgifter på ett rättvist och lämpligt sätt till samhället, motsvarande förädlingsvärdet i regionen
- använder statliga subventioner endast i den utsträckning som de tjänar företagets utveckling så att förädlingsvärdet i regionen ökar på medellång sikt
- använder sina särskilda kunskaper och resurser för att stärka initiativ från det civila samhället utan att främja sina egna intressen
- använder sina kontakter med förvaltningen och politiska beslutsfattare för att tjäna det gemensamma bästa och inte främst för att främja sina egna intressen och redogör öppet för dessa kontakter och relaterade finansiella flöden
- vidtar strukturella åtgärder för att förhindra korruption och illegitim skatteoptimering både inom företaget och hos sina direkta affärspartner.



Inledande frågor

- Vad gör vi för att skapa en rättvis balans mellan vad vi gör för samhället och vad vi får ut av det?
- Hur engagerar vi oss för samhället? Vad vill vi uppnå med detta engagemang?
- Hur stort eget intresse har vi av dessa aktiviteter? Leder vårt engagemang (avsiktligt) till ytterligare fördelar för oss?
- Vilka är effekterna av vårt engagemang? Vilka samhällseffekter uppnår vi (individuellt, strukturellt)?
- Hur ser vi till att förhindra eller åtminstone inte främja illegitim skatteoptimering och korruption?

E2.1 Skatter och sociala avgifter

Varje företag och organisation drar nytta av samhället – enskilt genom subventioner och bidrag, men också som samhällsmedlem, exempelvis genom de tjänster kommunala inrättningar tillhandahåller och befintlig infrastruktur. Sådana förmåner finansieras genom skatter och sociala avgifter.



Rapportfrågor

- Hur bidrar företaget direkt till samhället (t.ex. i form av beskattning av vinst, lönebaserade skatter och sociala avgifter)?
- Vilket direkt materiellt stöd får företaget från samhället (t.ex. företagsrelaterade subventioner och bidrag)?
- Hur bidrar företaget indirekt till samhället genom de jobb som det skapar och därmed sammanhängande skatter och avgifter (löneskatt och sociala avgifter för medarbetarna)?



Obligatoriska indikatorer

- omsättning
- nettoskattekvot, där följande bör ingå:
 - skatt som betalats på vinsten (inkomstskatt och företagsskatt)
 - lönebaserade skatter och sociala avgifter från arbetsgivare
 - skillnaden mellan brutto- och nettolön (summan av löneskatt och sociala avgifter för anställda), minus alla företagsrelaterade subventioner och bidrag» Dessa nettoskatter sätts i relation till det redovisade förädlingsvärdet (resultat före skatt plus räntekostnader för lån plus intäkter från hyror och arrenden) och ger nettoskattekvoten.

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företagets bidrag till samhället är större än genomsnittet. Det använder sig av innovativa lösningar för att bidra mer till samhället genom sin ekonomiska verksamhet.

Avancerad

Företagets bidrag till samhället genom skatter och sociala avgifter ligger i nivå med de anställdas bidrag. Skattekvoten är en relevant aspekt för företagsledningen.

På god väg

Företaget vidtar konkreta åtgärder för att bidra på lämpligt sätt till samhället genom skatter och sociala avgifter.

Första steget

Företaget känner till sina skatter och sociala avgifter i detalj och redovisar dem.

Grundnivå

Företaget betalar skatter och avgifter som det ska. Skatteoptimering sker endast inom lagens ramar. Företaget tar bara del av bidrag om det räknar med att kunna betala tillbaka beloppet i framtiden (t.ex. genom framtida skattebetalningar). Det använder sig inte av bidrag för att öka företagets vinst.



Bedömningshjälp/tolkning

Den relativa nettoskattekvoten kan användas som riktmärke för ett lämpligt bidrag. Denna sätts i relation till den genomsnittliga skattekvoten för anställda i respektive land (löneskatt och sociala avgifter i relation till bruttoinkomsten = referensvärde). Företag bör i egenskap av företagsmedborgare ha en jämförbar eller högre skattekvot.

E2.2 Frivilliga bidrag för att stärka samhället

Många företag och organisationer bidrar utöver de lagstadgade skatterna och avgifterna frivilligt till samhället – antingen genom att donera ekonomiska eller materiella resurser eller arbetstid eller genom att utnyttja sitt nätverk och sina kontakter för att stödja initiativ från det civila samhället och gynna samhället i stort (så kallad positiv lobbyverksamhet).



Rapportfrågor

- Hur mycket pengar, resurser och konkret arbete lägger företaget på sitt frivilliga samhällsengagemang? (Lista alla aktiviteter och deras monetära värde.)
- Hur stor nytta kan företaget självt anses ha av detta engagemang i förhållande till den nytta som tillförs samhället?
- Leder företagets frivilliga aktiviteter till varaktiga förändringar – eller lindrar de främst symtom?
- Hur väl etablerat är detta engagemang? Vilka erfarenheter har företaget redan samlat på sig? Hur varaktigt är engagemanget?
- Hur ser den övergripande strategin eller visionen för det frivilliga engagemanget ut?



Obligatorisk indikator

- det monetära värdet av företagets frivilliga bidrag till samhället minus företagets egen fördel av detta (i % av omsättningen eller den totala arbetstiden under ett år)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget bidrar i stor utsträckning till samhället.

Detta bidrag har givit påvisade och långvariga positiva effekter på många områden.

Företaget har en etablerad konsekvenshantering och tar på sig ansvar sedan flera år tillbaka.

Avancerad

Företaget engagerar sig frivilligt på flera områden under längre perioder.

Det finns bevis på att engagemanget ger effekt.

På god väg

Företaget bidrar allt oftare frivilligt till samhället och bara på områden där det finns rimliga samband mellan orsak och verkan.

Det har börjat utvärdera effekterna av detta engagemang.

Första steget

Företaget är medvetet om sina bidrag till samhället och redovisar dem. Det bidrar frivilligt till samhället i mindre utsträckning men utvärderar inte effekterna av detta bidrag.

Grundnivå

Företaget bidrar inte frivilligt till samhället.



Bedömningshjälp/tolkning

Det **frivilliga bidraget** ska värderas högre ju mer företaget använder sina kärnkompetenser och de produktionsfaktorer det har att tillgå (mark, kapital, arbetskraft och kunskap) och ju mindre nytta företaget självt har av sitt engagemang.

Förutom företagens bidrag bör framför allt **effekterna** av dessa åtgärder ("fotavtrycket i samhället") bedömas. Med detta avses de faktiska förändringarna hos vissa målgrupper eller samhället i stort, såsom ökad kunskap, ökad kompetens och förbättrat beteende hos respektive målgrupp, men även varaktiga strukturella samhällsförändringar (t.ex. starkare sociala institutioner, mer allmän egendom eller ökat förtroende för samhället).

Bidragen kan kvantifieras i monetära termer (i % av den årliga omsättningen eller av den årliga betalda arbetstiden).

Bedömningen ska baseras på företagets förmåga. För vissa organisationsformer (särskilt på det ideella området) kan möjligheterna till frivilliga bidrag vara begränsade, och hänsyn måste tas till detta när bedömningen görs.

Enstaka åtgärder ger mindre varaktig verkan än ett bestående engagemang.

Om företaget tar på sig ansvaret för en åtgärd bör detta värderas särskilt positivt (ren gávoverksamhet sker utan att företaget tar på sig ansvar, medan betydligt större engagemang krävs för att driva en utbildningsinrättning för missgynnade grupper).

Likaså är åtgärdernas bredd (mångfald) och djup (huruvida företaget går till roten med problemen) relevant.

E2.3 Minusaspekt: illegitim skatteoptimering

Illegitim skatteoptimering är beteckningen på all laglig och olaglig praxis som innebär att företag inte bidrar alls eller inte bidrar i tillräcklig utsträckning till samhället (i form av skatter och sociala avgifter) i de länder där de skapar förädlingsvärde.

Framför allt stora internationella koncerner har i dag en rad olika möjligheter att utnyttja skatteskillnaderna mellan olika länder för att minimera sin totala skattebörda. De betalar då betydligt mindre skatt än små och medelstora företag i de länder där de är verksamma.

Denna minusaspekt gäller därför främst stora företag eller företag som verkar internationellt tillsammans med andra företag. Riskerna är emellertid stora även inom den internationella nät handeln och digitala ekonomin.

Ingen hänsyn ska tas till aktiviteter som leder till en legitim minskning av skattebördan för ett företag (vid korrekt skatterådgivning informeras företaget bara om sådana möjligheter).



Rapportfråga

- Vilka risker finns i företaget när det gäller illegitim skatteoptimering? Hänsyn ska särskilt tas till följande aspekter:
 - Flyttas vinsten mellan länder? Varför sker detta?
 - Betalar företaget ränta, royalties eller annan ersättning för immateriella tjänster till företag i andra länder?
 - Har företaget affärspartner i så kallade skatteparadis?
 - Finns det risk för att medel hamnar i privata fickor utan att detta dokumenteras eller att pengar tvättas i samband med finansiella transaktioner?
 - Redogörs det öppet för vilka som gynnas ekonomiskt genom företagets affärs- och finansieringspartner?
 - Råder det öppenhet avseende de internationella finansiella transaktionerna? Tillämpas landspecifik rapportering?
 - Vilka åtgärder har företaget vidtagit för att hantera den här typen av risker?



Obligatoriska indikatorer

Ingår företaget i en internationell koncern, verkar det internationellt tillsammans med andra företag eller deltar det (transnationellt) i den digitala ekonomin? I sådana fall måste företaget redogöra för alla filialer, anknutna företag eller affärspartner utomlands som en betydande del av omsättningen (10 % eller mer) överförs till.

Landspecifik rapportering:

- omsättning
- förädlingsvärde: resultat före skatt plus räntekostnader för lån plus intäkter från hyror och arrenden
- finansieringsvolym
- antal anställda, bruttolön (totalt), nettolön (totalt)
- skatter och sociala avgifter (uppdelat på skattetyper: beskattning av vinst, löneskatt osv.)

- anslag
- räntebetalningar och betalningar för immateriella tjänster (huvudsakligen royalties) till utländska filialer eller partner



Bedömningsnivåer och poäng

Bedömningen ska baseras på den andel skatt som faktiskt har betalats i ett land jämfört med den skatt som skulle ha betalats sett till förädlingsvärdet. Eftersom sådana uppgifter inte är tillgängliga för allmänheten om illegitim skatteoptimering sker, ska alla aktiviteter i ett företag som kan syfta till skatteoptimering granskas kritiskt.

För vart och ett av följande fall bör 50 poäng dras av (totalt kan max 200 poäng dras av):

- Ett fall av falsk bokföring som syftar till skatteoptimering har uppdagats.
- Företaget redogör inte öppet för varför internationella finansiella transaktioner sker eller vilka som gynnas ekonomiskt genom de mottagande företagen.
- Vinst flyttas på ett oskäligt sätt mellan ett företags filialer eller mellan partnerföretag i länder med lägre vinstskatt.
- Pengar placeras i länder med lägre skatt på kapital.
- Företaget har flyttat sitt huvudkontor eller sina filialer, samarbetar med partner eller har grundat så kallade brevlådeföretag i skatteparadis för att dölja vinster och komma undan skatt.



Bedömningshjälp/tolkning

När bedömningen görs ska hänsyn tas till respektive företags riskpotential. För små och medelstora företag som till övervägande del är verksamma regionalt är möjligheterna till illegitim skatteoptimering de facto mycket små. Risken ökar med företagets storlek och graden av internationell verksamhet. Kravet på öppenhet ökar därför med stigande risk.

Om potentialen för illegitim skatteoptimering är stor är det upp till företaget att genom öppenhet på detta område visa att det inte använder sig av sådana metoder. I tveksamma fall räcker det med ett icke motbevisat antagande om illegitim skatteoptimering för att motsvarande poäng ska dras av.

E2.4 Minusaspekt: avsaknad av antikorrupsionsåtgärder

Korruption omfattar alla metoder där strävan efter personlig vinning skadar samhällets institutioner. Med korruption avses här inte bara bestickning av (eller bedrägerier mot) tjänstemän, utan även dold lobbyverksamhet, nepotism (så kallad svågerpolitik), förskingring av gemensam egendom (t.ex. genom felaktigt beviljande av subventioner eller tilldelning av kontrakt utan att kravet på anbudsförfarande följts) eller olaglig parti- och kampanjfinansiering.

I de flesta fall är korruption förknippad med otillbörliga fördelar för tjänstemän eller folkvalda. Sådana fördelar kan vara såväl materiella som immateriella.

Företagen är skyldiga att så långt som möjligt vidta åtgärder för att förebygga, upptäcka och hantera korruption.



Rapportfrågor

- Vilka risker för korruption finns inom företaget och hos leverantörerna och kunderna?
- Vilka åtgärder har vidtagits på områdena inköp och försäljning för att effektivt förhindra korruption?
- Hur mycket tillbörlig aktsamhet visar företaget i sina kontakter med tjänstemän och beslutsfattare?
- Vilken lobbyverksamhet bedriver företaget?
- Vilka donationer gör företaget till politiska partier?
- Vad gör företaget för att öka medarbetarnas medvetenhet?
- Vilka försiktighetsåtgärder vidtas mot korruption i samband med beslutsfattandet?
- Hur synliggörs intressekonflikter (personliga intressen gentemot företagets intressen) och vilka uppföranderegler finns på området?



Obligatoriska indikatorer

- Ger företaget full insyn i partidonationer?
- Ger företaget full insyn i all lobbyverksamhet (inskrivning i lobbyregistret) och alla lobbykostnader?
- Uppmanas medarbetare att anmäla korruption och erbjuds de skydd (anonymitet) för att kunna göra det?
- Har en viss del av budgeten avsatts för sociala och samhällsliga ändamål och kontrolleras denna del (se den positiva aspekten om bidrag för att stärka samhället)?



Bedömningsnivåer och poäng

Bedömningen rör åtgärder som syftar till att förebygga eller hantera korruption.

För var och en av följande brister bör upp till 50 poäng dras av (totalt kan max 200 poäng dras av):

- bristande öppenhet: ingen insyn i partidonationer, ingen inskrivning i lobbyregistret och ingen insyn i intressekonflikter
- inga medvetenhetshöjande åtgärder och ingen förebildsfunktion hos ledningen i fråga om korruptionsrisker: ingen uppförandekod, inga instruktioner eller utbildningar på kritiska områden och ingen medvetenhet om bestraffningsåtgärder vid oegentligheter
- inga strukturella åtgärder för att förebygga, upptäcka eller hantera korruption: inget sätt att anmäla korruption, inget skydd av så kallade visselblåsare, ingen separation av funktioner och ingen uppgiftsdelning
- inga avtalsvillkor om bekämpning av korruption (i anställnings-, leverantörs- eller kundavtalen)



Bedömningshjälp/tolkning

Varje företag bör identifiera eventuella risker för korruption. Hur omfattande åtgärder som ska vidtas beror på hur stora riskerna är. På motsvarande sätt kan antalet minuspoäng per delaspekt justeras.

Reglerna om öppenhet rör såväl aktiviteter i företaget som personliga uppgifter:

- mottagande av gåvor
- upptagande av betalt arbete efter mandatperiodens slut
- uppgifter om alla finansiella intressen och tillgångar som kan leda till intressekonflikter vid utövandet av en funktion
- bisysslor

Typiska strukturella åtgärder för att förebygga korruption omfattar åtminstone:

- rotation
- uppgiftsdelning
- principen om åtskillnad mellan de funktioner som åligger utanordnaren (den som ger order om utbetalning) och de som åligger räkenskapsföraren
- anmälningsplikt för olagliga instruktioner
- öppen tillgång till kritiska handlingar
- inskrivning i registret över intresseorganisationer (lobbyregistret)

E3 Minskning av ekologiska effekter



Företag kan bidra avsevärt till att förhindra att planetens gränser överskrids genom att ändra sina interna produktions-, bearbetnings- och arbetsprocesser så att de ekologiska effekterna av dessa minskar. Sett till livscykeln ligger fokus här på de interna processer som sker från det att insatsvarorna tas emot från leverantörerna till det att de färdiga produkterna överlämnas till kunderna. Likaså kan det genom produktutformningen bidra till att de ekologiska effekterna minskar.



Ett ECG-företag ...

- återger livscykeln för sina varor och tjänster sett till de processer och förfaranden som sker inom företaget och samlar in information om och dokumenterar miljöpåverkan från respektive vara och tjänst
- befattar sig aktivt med de ekologiska effekterna av företagets verksamhet
- minskar kontinuerligt sina negativa ekologiska effekter och ser till att förfarandena och processerna är utsläppsnåla, resursbesparande och sparsamma
- kommunicerar sina insikter och framsteg till andra företag inom branschen och till intresserade intressentgrupper.



Inledande frågor

- Hur identifierar och förhindrar vi potentiellt skadlig miljöpåverkan?
- Hur jämför vi de ekologiska effekterna från våra tillverkningsprocesser med företag i samma bransch eller region och vilka konsekvenser drar vi av jämförelsen?

E3.1 Absoluta effekter/förvaltning och strategi

För att ekonomin ska bli ekologiskt hållbar måste varje företag begränsa sina ekologiska effekter. Målet är att minska resursförbrukningen och utsläppen samt att begränsa användningen av farliga ämnen, tekniker och processer. Ett etablerat miljöledningssystem syftar till att fastställa strategier och ansvar samt att planera och genomföra åtgärder och utvärdera deras verkan.



Rapportfrågor

- Vilken negativ miljöpåverkan har tillverknings- eller arbetsprocesserna? Särskilt följande standardiserade påverkanskategorier och deras utlösare ska beaktas:
 - utsläpp som påverkar klimatet (CO_2 , N_2O , CH_4 osv.)
 - utsläpp av partiklar och oorganiska ämnen
 - utsläpp av klorfluorkarboner (som bryter ner ozonskiktet)
 - utsläpp som bidrar till försurning (NO_x , SO_x , CO_2)
 - utsläpp som främjar fotokemisk ozonbildning (organiska föreningar, NO_x , SO_x)
 - joniserande strålning
 - utsläpp eller användning av giftiga ämnen
 - gödsel inom jordbruket (eutrofiering)
 - markförbrukning

- vatten- och mineraldrycksförbrukning (resursutarmning)
- Vilka uppgifter samlas in och offentliggörs om – för företaget relevant – miljö-
påverkan när det gäller utsläpp, buller, avfall, konsumtionsvaror samt energi-, vat-
ten- och elförbrukning (miljöräkenskaper)?



Obligatoriska indikatorer

Relevanta miljöräkenskaper ska upprättas för företagets verksamhet:

miljöräkenskap | mätt i

- utsläpp av klimatpåverkande gaser | kg
- transporter (och dess CO₂-ekvivalent) | km resp. kg
- bensinförbrukning (och dess CO₂-ekvivalent) | liter resp. kg
- elförbrukning (och dess CO₂-ekvivalent) | kWh resp. kg
- gasförbrukning (och dess CO₂-ekvivalent) | kWh resp. kg
- energi för uppvärmning (med hänsyn till resp. genomsnittstemperatur) | kWh/°C
- förbrukning av dricks- och dagvatten | m³
- kemikalieförbrukning (giftiga och icke giftiga kemikalier) | kg
- pappersförbrukning | kg
- användning av andra förbrukningsmaterial | kg
- användning av artificiellt ljus | lumen, kWh
- utsläpp av föroreningar och övrig miljöpåverkan | resp. standardiserad påverkan-
skategori

Värdena bör omvandlas till verksamhetsrelevanta parametrar (t.ex. kg CO₂ per medar-
betare eller i relation till omsättningen) som sedan kan användas för att kontrollera om
målet om att minska de ekologiska effekterna har uppnåtts.

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget offentliggör dessa uppgifter och delar med sig av resultaten till andra företag i branschen.

Det har tilldelats max fyra bedömningspoäng (se tabell under "Bedömningshjälp/tolkning").

Avancerad

Företaget tar även fram alla uppgifter för de standardiserade påverkanskategorierna. Det har tilldelats max tolv bedömningspoäng (se tabell under "Bedömningshjälp/tolkning") och använder sig av långsiktiga och välfungerande reduktions- eller substitutionsstrategier.

På god väg

Företaget känner till sin resursanvändning och sina utsläpp samt sitt ekologiska fotavtryck.

Det tar fram siffrorna för detta och har infört optimeringsstrategier.

Första steget

Företaget har börjat identifiera de största ekologiska effekterna och har infört tydliga ansvarsområden och ett rapporteringssystem.

Grundnivå

Företaget är medvetet om att det ger upphov till miljöpåverkan men har inga siffror på denna påverkan och har inte vidtagit några åtgärder.



Bedömningshjälp/tolkning

Företag som ger upphov till en betydande miljöpåverkan sett till de standardiserade påverkanskategorierna tilldelas följande bedömningspoäng (bp) för de mest skadliga miljöbelastningarna:

Påverkanskategori	Parameter	Bedömningspoäng
Klimatförändringar: CO ₂ -ekvivalent för utsläppta gaser	ton per medarbetare (ma)	< 2 ton/ma: 0 bp per extra ton: 1 bp
Partiklar och oorganiska ämnen	µg/m ³	< 2 µg/m ³ : -1 bp < 10 µg/m ³ : -0,5 bp < 20 µg/m ³ : -0,1 bp ≥ 20 µg/m ³ : 10 bp
Nedbrytning av ozonskiktet: utsläpp av klorfluorkarboner	kg CFC-11-ekvivalent	vid förekomst: +1 bp
Utsläpp som bidrar till försurning	mol H ⁺ -ekvivalent	vid förekomst: +1 bp
Utsläpp som främjar fotokemisk ozonbildning (organiska föreningar, NO _x , SO _x)	kg NMVOC-ekvivalent (flyktiga organiska föreningar utom metan)	vid förekomst: +1 bp
Joniserande strålning	kg U-235-ekvivalent	vid förekomst: +1 bp
Toxicitet: utsläpp av giftiga ämnen	CTU (komparativ toxisk enhet)	vid förekomst: +1 bp
Eutrofiering: gödsel inom jordbruket	terrestrisk (mol N-ekvivalent) akvatisk (kg P/N-ekvivalent)	ekojordbruk: 0 bp ej ekojordbruk: +1 bp annars bara, vid förekomst: +1 bp
Markanvändning	ökning jämfört med föregående år i kg C	om > +10 %: +1 bp
Resursutarmning: vatten- och mineraförbrukning	vatten i 1 000 m ³ /ma mineral, fossil: anti-mon-ekvivalent	+1 bp/1 000 m ³ vid förekomst: +1 bp

En påverkan anses vara betydande om den hör till företagets tre största miljöpåverkningar eller om 50 % eller fler av de angivna gränsvärdena uppnås eller överskrids. Gränsvärdet är det värde i tabellen där 0 bedömningspoäng tilldelas (eller 0 om inget gränsvärde uttryckligen anges).

Hänsyn ska tas till EU-direktivet om industriutsläpp (2010/75/EU) och registret över utsläpp av föroreningar (EU-förordning nr 166/2006). Företag som måste rapportera på detta område kan inte vara föredömliga.

E3.2 Relativa effekter

Jämförelser i branschen eller regionen kan vara till hjälp för att identifiera möjligheter att minska verksamhetens miljöpåverkan. När den relativa miljöpåverkan bedöms ska hänsyn tas till den senaste tekniken eller standarden i branschen.



Rapportfrågor

Hur stora är tillverkningsprocessernas ekologiska effekter jämfört med ...

- standarden i branschen eller den senaste tekniken?
- medföretag inom samma verksamhetsområde eller samma region?



Obligatorisk indikator

- relevanta jämförelsevärden för miljöräkenskaperna eller påverkansparametrarna (se E3.1) inom branschen eller regionen

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget är långt bättre än genomsnittet när det gäller betydande ekologiska effekter (det är innovations- eller branschledande).

Avancerad

Företaget är bättre än genomsnittet i branschen när det gäller betydande ekologiska effekter. Det har vidtagit tydliga förbättringsåtgärder.

På god väg

Företaget har vidtagit tydliga åtgärder för att minska de ekologiska effekterna och åtgärderna är bättre än de som normalt vidtas i branschen.

Första steget

Företaget känner till den senaste tekniken eller standarden i branschen och planerar att vidta åtgärder för att minska miljöpåverkan.

Grundnivå

Företaget känner inte till den senaste tekniken eller standarden i branschen och planerar inte att vidta några förbättringsåtgärder.



Bedömningshjälp/tolkning

Företag utan betydande produktionsprocesser behöver inte lämna lika mycket information. Bedömningen bör emellertid alltid omfatta kvantitativa uppgifter om åtminstone energianvändningen (el, gas), transporter (ungefärligt antal km, transportmedel) och resursförbrukningen.

E3.3 Minusaspekt: brott mot miljökrav samt olämpliga miljöbelastningar

Om företagets aktiviteter medför olämplig inverkan på ekosystem eller om miljökraven inte följs skadas samhället på ett sätt som inte uppvägs av den nytta som verksamheten tillför. Särskilt kritisk bör man vara till aktiviteter som är olagliga på företagets övriga lokaliseringsorter.



Rapportfrågor

- Vilka verksamhetstillstånd och relaterade verksamhetskrav finns? Uppfylls kraven?
- Hur kontrolleras det att relevanta lagar och förordningar följs? Följs dessa eller känner företaget till att lagbrott har skett?
- Föreligger det klagomål eller kontroverser med grannar beträffande ekologiska belastningar?
- Föreligger det kontroverser med andra intressenter (initiativ från det civila samhället, icke-statliga organisationer osv.)?
- Hur är den tekniska eller juridiska standarden på platsen jämfört med företagets övriga lokaliseringssorter?



Bedömningsnivåer och poäng

För följande brott ska totalt max 200 poäng dras av (beroende på hur allvarligt brottet är, hur länge det har pågått och hur omfattande skador det medför):

- Det finns inte något register över verksamhetstillstånd, lagar och förordningar och ingen förteckning över farliga ämnen: max 10 minuspoäng
- Det föreligger kontrollerbara lokala klagomål: 10 minuspoäng
- Ett brott mot miljökraven har skett. Detta håller på att åtgärdas: 10–60 minuspoäng
- Företaget känner till att ett brott mot miljökraven har skett. Åtgärder har visserligen inletts, men detta sker för långsamt med tanke på den potentiella risken: 60 minuspoäng
- Företaget känner till att ett brott mot miljökraven har skett men har ännu inte vidtagit några åtgärder: 100 minuspoäng
- Det har redan uppstått konkreta skador på platsen: 30–60 minuspoäng
- Ett brott mot miljökraven är visserligen lagligt på platsen men olagligt på en annan av företagets lokaliseringssorter: 100 minuspoäng

Vid avsiktlig mörkläggning ska minst 200 poäng dras av. Hänsyn ska i sådana fall också tas till att uppgifterna i plusaspekterna E3.1 och E3.2 eventuellt inte längre är tillförlitliga.



Bedömningshjälp/tolkning

Bedömningen av brott mot miljökrav baseras på en beräkning av förhållandet mellan skadorna och värdet av företagets månatliga produktion. Vid mindre skador ska minst 10 poäng dras av. Ju större skada desto större avdrag. Personskador betraktas alltid som stora skador.

Lokala klagomål är klagomål som har offentliggjorts exempelvis genom tidningsartiklar eller skrivelser som har lämnats in till kommunen.

E4 Öppenhet och samhälleligt medbestämmande



Öppenhet och samhälleligt medbestämmande syftar främst till att skydda allmänheten från skador som uppstår genom att beslut fattas trots avsaknad av fakta och information, diskussion eller möjligheter för berörda parter att medverka. Målet är en välfungerande samlevnad i ett upplyst, demokratiskt, öppet och pluralistiskt samhälle.

Relevanta intressentgrupper är i detta fall: grannar, regionala myndigheter, kritiska ideella organisationer, framtida generationer och naturen (= världen runt omkring, djur, växter, den biologiska mångfalden och landskap).



Ett ECG-företag ...

- ger insyn i företagets åtgärder och sådana händelser som är av berättigat intresse för allmänheten
- ger alla berörda personer rätt och möjlighet att komma med invändningar, begära offentlig information om och synpunkter på företagets verksamhet samt föra en dialog med företaget
- för en aktiv dialog med relevanta intressentgrupper, även ideella organisationer som representerar intressena hos intressentgrupper som inte själva kan komma med invändningar (kommande generationer, naturen, djur, landskap osv.)
- tar hänsyn till dessa gruppers berättigade intressen när det fattar beslut som rör verksamheten
- står upp för värderingarna öppenhet och medbestämmande som grund för ett upplyst, demokratiskt, öppet och pluralistiskt samhälle.



Inledande frågor

- Hur öppen, ärlig, fullständig, otvetydig och framför allt faktabaserad är vår informationspolicy, särskilt när det gäller riskbedömningen och de potentiella negativa effekterna på samhället och världen runt omkring oss?
- Vad gör vi för att bättre förstå effekterna av vår verksamhet och ge insyn i dessa?
- Hur möjliggör vi medbestämmande på grundval av berättigade intressen hos grannar, intressentgrupper i samhället, kommande generationer och naturen?
- Hur synliggör vi vår inställning till öppenhet och medbestämmande?

E4.1 Öppenhet

Öppenhet leder till ökat förtroende och underlättar deltagande. Ett företag som genomsyras av öppenhet ger berörda intressentgrupper i samhället en omfattande inblick i sin verksamhet. Det arbetar systematiskt med att inhämta kunskap och utbyta information och argument.



Rapportfrågor

- Vilka viktiga eller kritiska uppgifter samlar företaget in för intressentgrupper i samhället?
- Hur offentliggörs denna information (informationens omfattning och djup samt typ av publikation)?
- Granskas rapporten kritiskt av ett oberoende organ?
- Hur lättillgänglig är rapporten för allmänheten?



Obligatorisk indikator

- offentliggörande av en ECG-rapport eller motsvarande social rapportering

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Företaget utarbetar inte bara en rapport, utan det identifierar även aktivt alla kritiska aspekter och offentliggör dessa, ger allmänheten direkt och enkel tillgång och offentliggör revisionsrapporten.

Avancerad

Företaget utarbetar en omfattande ECG-rapport eller motsvarande social rapportering. Denna granskas genom en oberoende extern revision.

På god väg

Företaget utarbetar en enkel social rapportering på nätet eller i annat lättillgängligt format och offentliggör sin värdegrund.

Första steget

Företaget skapar ett klimat där öppenhet och insyn ses som förutsättningen för förtroende, kommunikation och delat ansvar. Det har börjat utföra analyser och planerar konkret att börja tillämpa en öppen, ärlig och faktabaserad rapportering.

Grundnivå

Företaget har inte påbörjat någon social rapportering på nätet eller i annat lättillgängligt format och planerar inte att göra detta inom den snaraste framtiden.



Bedömningshjälp/tolkning

- För mindre företag med upp till 50 medarbetare är en kollegial utvärdering eller liknande form av extern granskning att likställa med en revision.
- Om revisionsrapporten offentliggörs kan företaget flyttas ett till två steg på skalan till nivån "föredömlig".
- Att samhället har insyn är särskilt viktigt i samband med följande projekt:
 - byggprojekt
 - införandet av nya produktionsprocesser, särskilt om de har kopplingar till riskabla ämnen eller allvarliga ingrepp i miljön
 - övriga ingrepp i naturen
 - omlokaliseringar och delägarskap i andra företag

E4.2 Samhälleligt medbestämmande

Alla berörda personer har rätt – och bör ha möjlighet – att invända mot företagets verksamhet, att begära offentlig information om och synpunkter på verksamheten samt att föra en dialog med företaget.

Samhälleliga intressentgrupper uppsöks aktivt och involveras i beslutsprocesserna i samband med relevanta teman. Sådant medbestämmande bidrar till att företaget agerar socialt ansvarsfullt och undviker konflikter och därmed sammanhängande kostnader.



Rapportfrågor

- Hur kan medborgarna inleda en dialog med företaget och delta i en öppen, jämlik och riskfri diskussion?
- Hur kan intressentgrupper i samhället tillvarata sina berättigade intressen gentemot företaget?
- Hur dokumenteras resultaten av dialogen och hur påverkar de beslutsprocessen?



Obligatoriska indikatorer

- andel beslut där intressentgrupperna får vara med och bestämma (i % av de relevanta besluten, uppdelat på respektive grad av inflytande över beslutsprocessen)
- förekomst av en institutionaliserad infrastruktur för dialog, såsom ett etikforum eller en etikkommitté (ja/nej)

Bedömningsnivåer



Föredömlig

Det finns en institutionaliserad infrastruktur för dialog och öppet meningsutbyte. Företaget baserar generellt sina beslut på de bästa argumenten.

Avancerad

Relevanta intressentgrupper inkluderas aktivt i alla viktiga projekt och ett meningsutbyte sker.

Omfattande och lättillgänglig information finns att tillgå.

På god väg

Relevanta intressentgrupper inkluderas aktivt i vissa relevanta projekt och ett meningsutbyte sker.

Tillräcklig och lättillgänglig information finns att tillgå.

Första steget

Medborgare och organisationer som företräder relevanta intressentgrupper kan träda i dialog. Resultaten dokumenteras.

Grundnivå

Medborgarna saknar möjlighet att föra dialog med företagets beslutsfattare, och intressentgrupper i samhället har ingen möjlighet att vara med och bestämma.



Bedömningshjälp/tolkning

Följande är relevant för bedömningen:

- graden av inflytande över beslutprocessen (samråd, dialog, medverkan och medbestämmande)
- dokumentationens art och omfattning (beslut och alla invändningar eller nejroster)
- sättet att närma sig intressentgrupperna (reaktivt eller aktivt)
- involverade intressentgrupper (vissa, de viktigaste eller alla)

E4.3 Minusaspekt: främjande av bristande öppenhet och medveten spridning av felaktig information

Företagen har ett ansvar att förse samhället med information. Detta innebär bland annat att företaget måste visa stor öppenhet utåt. Om ett företag medvetet publicerar falsk information om sig självt eller samhällsfenomen är detta till skada för samhället eftersom det blir omöjligt att föra en rationell och välgrundad dialog.

Skador för samhället uppstår exempelvis genom ...

- felaktig information (genom medveten vilseledning eller påhittad "fakta")
- underblåsande av irrationell rädsla, men också bagatelliserande av risker för allmänheten, kommande generationer och naturen
- förnekande av vetenskaplig kunskap
- främjande av stereotyper, aversioner eller fördomar.



Rapportfrågor

- Vilken information om företaget stämmer inte överens med företagets verklighet? Var finns betydande skillnader och varför?
- I vilken utsträckning påverkas den allmänna opinionen direkt eller indirekt av felaktig information från företaget?
- I vilken utsträckning står den information som företaget offentliggör i strid med den vetenskapligt baserade forskningen eller den allmänna förklaringen om de mänskliga rättigheterna?



Bedömningsnivåer och poäng

Minuspoäng ska tilldelas i följande fall (totalt kan max 200 poäng dras av):

- passivitet i samband med ovannämnda tendenser i företaget
- tolerans av att osäker information eller osanningar sprids som "fakta" för att gynna det egna företaget
- medveten, aktiv spridning av information som inte är verifierad men som framställs som fakta samt spridning av felaktiga uppgifter och underblåsande av tvivel, osäkerhet och rädsla
- medvetet utelämnande av information för att dölja risker eller effekter till fördel för det egna företaget



Foto: Sigrid Koloo

Matrisgruppen

Om arbetsboken

Utgåva: oktober 2019

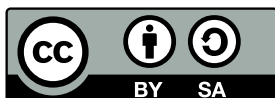
Utgivare: Detta är en översättning publicerad av ECG Sverige. Den är ej publicerad av The Matrix Development Team

Författare: Manfred Blachfellner, Angela Drosig-Plöckinger, Susanna Fieber, Gerd Hofielen, Lutz Knakrügge, Manfred Kofranek, Sigrid Koloo, Christian Loy, Christian Rüther, Dominik Sennes, Regina Sörgel och Moritz Teriete

Slutredaktörer: Angela Drosig-Plöckinger, Manfred Kofranek och Sigrid Koloo

Översättare: Emmelie Johansson (korrekturläsare: Thomas Söderberg, Emma Dalväg, Pär Svensson)

Grafik: cardamom



Creative Commons-licens: Detta material är licensierat under Creative Commons-licensen CC BY-SA (erkännande-dela lika) 4.0. En kopia av denna licens finns på <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.sv>.