



Ett bra CSR-arbete kan skapa flyt i företagandet, menar Johnny Gylling och David Altefur.

FOTO: HANNA FRANZÉN

Vilket är företagets fotavtryck i samhället?

CSR är tre bokstäver värda att lägga på minnet.

KARLSKRONA. Förkortningen står för Corporate Social Responsibility.

- Det handlar om företagets samhällsansvar. Hur det fotavtryck ser ut som företaget sätter i sin omvärld, säger Johnny Gylling.

Hållbart företagande eller företagets samhällsansvar skulle kunna vara motsvarande svenska begrepp.

Johnny Gylling var CSR-ansvarig på Telenor i sju år. Men sen i höstas jobbar han som fristående CSR-konsult.

Telenor är fortfarande kund, liksom Roxtec. Men också Altefur Development med tre anställda.

- Det har varit naturligt för storföretag att driva CSR-frågor. Men jag menar att det är lika viktigt för små och medelstora företag, säger Johnny Gylling.

Han berättar att som CSR-konsult börjar man med att

kartlägga företagets verksamhet. Man ser på sådant som hur företaget påverkar miljön, hur det man köper in produceras, medarbetarnas arbetsvillkor, relationen med kunderna och hur företaget agerar i lokalsamhället.

- Man ser på det som är minus och det som är plus. Sen handlar det om att minska de negativa faktorerna och öka på plussidan. Och sammanställa och kommunicera det man gör.

David Altefur, som driver en webb- och marknadsföringsbyrå, tycker att CSR-arbetet varit positivt för företaget och hans eget företagande.

- Mycket av det som kallas CSR gjorde vi redan innan. Men nu har vi fått en annan struktur på det arbetet. Jag har också upptäckt att vi faktiskt gör mer sam-

"Don't be evil."

Så sammanfattar jätteföretaget Google, med huvudkontor i Kalifornien, sin CSR-policy.



FOTO: TT

hällsnytta än jag trodde tidigare.

- Man kan förstås jobba med CSR-frågor utan att ta in en konsult. Men jag har tyckt att det har varit bra med någon som ser företaget utifrån och har andra synpunkter. Det är skönt att bli ifrågasatt ibland, säger David Altefur.

Arbetet har resulterat i en Uppförandekod, som tar upp områden som ekonomi, miljö, kunder, medarbetare och insatser i lokalsamhället.

- Bland annat har vi börjat kompensera för våra resor. Och när det gäller lokalsamhället har vi länge varit bra på att ta in praktikanter och uppmuntra nya unga företagare inom vårt område. Vi hjälpte också bland annat till att göra hemsidan åt Garderobshjälpen, berättar David Altefur.

- CSR-frågan växer, säger Johnny Gylling och berättar att i en undersökning svarade åtta av tio företag inom handeln att de arbetar med CSR.

- De känner trycket underifrån. Kunderna väntar sig det. Och kommunerna ställer allt oftare miljökrav och krav på justa arbetsvillkor i sina upphandlingar.

Johnny Gylling ger tre skäl för ett bra CSR-arbete:

- Det skapar stolthet över det egna företaget hos medarbetarna. Det är ett argument när man rekryterar personal. Och det stärker varumärket.

Men han betonar också vad CSR inte är:

- Det är ingen genväg till att bli omtyckt. En fin uppförandekod hjälper inte långt om man samtidigt säljer dåliga produkter.

JAN HINDERSON

FAKTA

CSR

Företagarna Skåne har en webbplats med CSR-tips. - Den är två år gammal och det har hänt en del på området sen dess. Men det är bra början, säger Johnny Gylling. Det finns också en ISO-standard för CSR-arbete. - ISO 26000. Men det är inte möjligt att CSR-certifiera sig, utan det är mer av en omfattande handbok.