



Ingela Hemming, SEB:s Företagarekonom

Måndag den 30 augusti 2010

SEB:s Företagarpanel om CSR och samhällsengagemang:

Småföretag och företagare engagerar sig i lokalsamhället

SEB har frågat knappt 1 500 företagare hur de ser på samhällsengagemang, välgörenhet och andra CSR-frågor. Bilden som tonar fram är att företagare i hög utsträckning är engagerade samhällsmedborgare, både genom sina företag och som privatpersoner. Också i rollen som arbetsgivare ser man samhällsengagemanget: 45 procent av företagen har vid något tillfälle avstått från egen lön för att klara anställdas löner eller skattebetalningar.

Det finns en övervägande positiv inställning hos företagen att göra saker "pro bono" dvs. att hjälpa andra utan vinstsyfte. 56 procent av företagen anser att företag har en moralisk skyldighet att göra insatser för sin omgivning, utan vinstsyfte. Vanligast är sponsring av sport följt av "hjälp till behövande i Sverige" och samarbete med den lokala skolan. Företagets storlek avgör i hög grad i vilken utsträckning företaget ägnar sig åt välgörande ändamål – ju större desto mer gör man. I företag med flera än 50 anställda avsätter man pengar medan mindre företag istället avsätter sin arbetstid. Det som styr valet av sponsring eller välgörenhet är främst "personligt engagemang hos ledningen" för en viss fråga.

– Att små företag med få eller inga anställda avsätter tid istället för pengar till ideell verksamhet visar att viljan att göra saker pro bono inte enbart är beroende av företagets storlek utan att det mest är formen som ändrar karaktär, säger **Ingela Hemming**, SEB:s företagarekonom.

Sett till branschhemvist så är tillverkningsföretag mest benägna att avsätta pengar till ideell verksamhet, medan tjänsteföretagen istället väljer att avsätta arbetstid och handelsföretagen att avsätta egna produkter.

Företagarna är också som privatpersoner starkt engagerade i medarbetare och lokalsamhälle. Nästan hälften, 45 procent, har vid något tillfälle avstått från egen lön för att klara anställdas löner eller företagets skattebetalningar. Bland företagare med 1-9 anställda är det över hälften, 53 procent, som gjort det vid något tillfälle. Tre av fyra företagare är också engagerade i annan verksamhet vid sidan av sitt företagande. Vanligast är idrottsförening följt av företagarförening, annat föreningsliv, välgörenhet, skola, politik, kyrka och nykterhet.

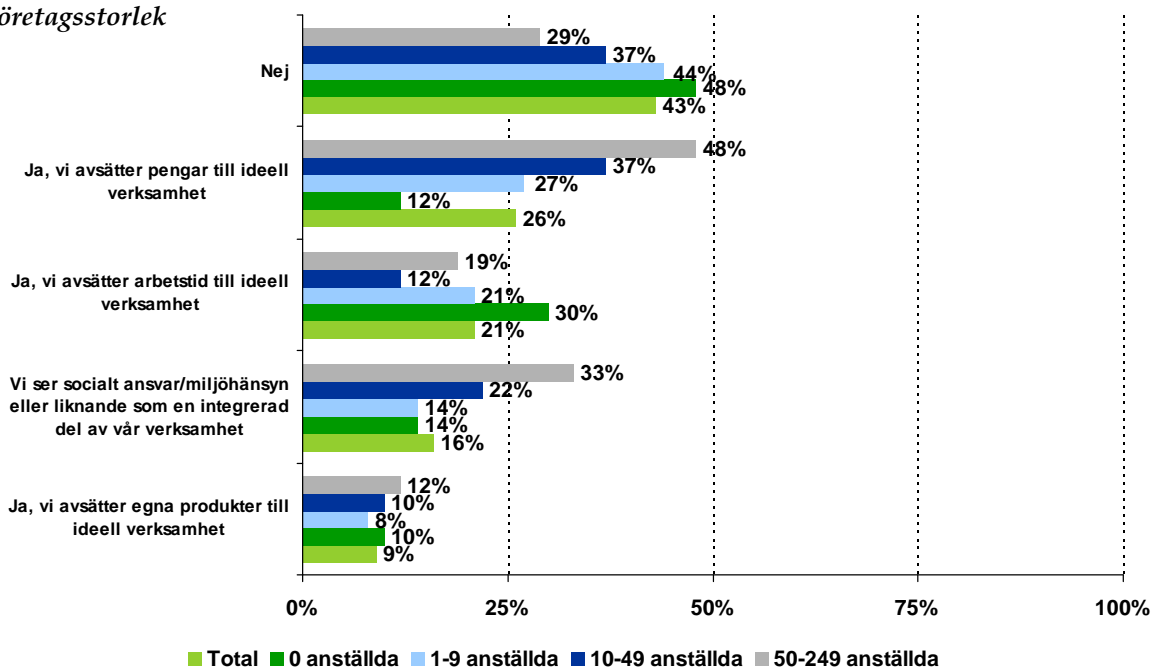
– Många företagare har ett otroligt engagemang för sitt företag och sina anställda. Och förutom det så lägger man tid och engagemang på annat i civilsamhället. Det är som man brukar säga "om du vill få något gjort, fråga någon som redan har många järn i elden", säger Ingela Hemming.

Att tänka ekologiskt och ta ett miljöansvar har satts på kartan både i Sverige och globalt, och 16 procent av företagen svarar att de ser ett socialt ansvar/miljöhänsyn som en integrerad del av verksamheten. Bland medelstora företag, med 50-249 anställda, är det 33 procent som nu svarar att detta är en integrerad del i verksamheten. Vid en liknande undersökning för två år sedan var det totalt sett 11 procent av företagen i vår panel som svarade att de ser ett socialt ansvar/miljöhänsyn som en integrerad del av verksamheten, och endast 13 procent bland de medelstora företagen. Här har det alltså skett en tydlig förändring under de senaste åren.

Många företag engagerar sig i lokalsamhället

Vi har i SEB:s Företagarpanel låtit företagen svara på frågor som berör samhällsengagemang, välgörenhet och andra CSR-frågor (Corporate Social Responsibility). Vi ser då att många företagare är engagerade i dessa frågor på olika sätt, både genom sina företag och som privatpersoner. På frågan om företagen anser att de har en moralisk skyldighet att göra saker "pro bono", dvs att hjälpa andra utan vinstsyfte, så svarar 10 procent "ja, absolut" och 46 procent "ja, i viss mån". När vi frågar om företagen ägnar sig åt någon typ av välgörande ändamål så svarar över hälften att de gör det på olika sätt – vanligast är att avsätta pengar till ideell verksamhet.

Graf 1: Ägnar sig ditt företag åt någon typ av välgörande ändamål idag? Uppdelat på företagsstorlek



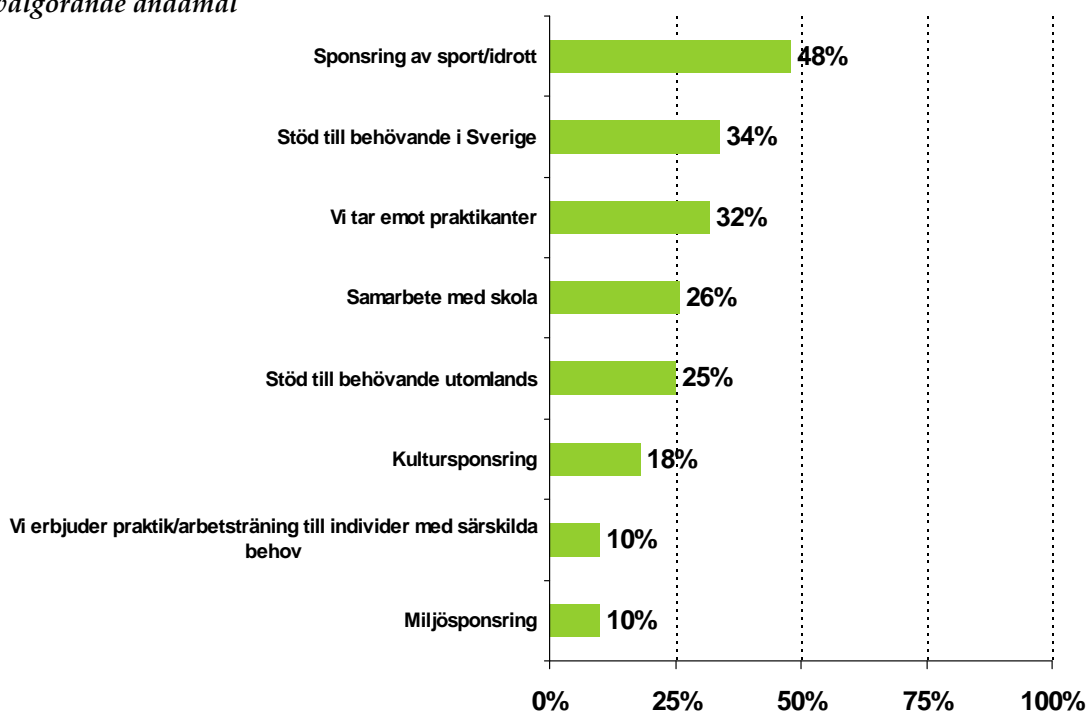
Det är vanligare att de större företagen avsätter pengar till ideell verksamhet, medan de mindre företagen i större utsträckning svarar att de avsätter arbetstid till ideell verksamhet. Bland tillverkningsföretagen är det vanligast att avsätta pengar till ideell verksamhet, medan tjänsteföretagen i något större utsträckning avsätter tid än pengar. Det är vanligare bland handelsföretagen än bland de övriga att avsätta egna produkter till ideell verksamhet.

Totalt sett svarar 16 procent av företagen att de ser socialt ansvar/miljöansvar som en integrerad del av verksamheten. Bland de medelstora företagen, med 50-249 anställda, är det hela 33 procent som svarar att de gör det. När vi ställde samma fråga i SEB:s Företagarpanel för två år sedan var det totalt sett 11 procent som svarade att de ser socialt ansvar/miljöansvar som en integrerad del av verksamheten, och 13 procent bland de medelstora företagen. Här har det alltså skett en strategisk förändring i många företag under de senaste två åren. Det är idag något vanligare bland tillverkningsföretagen, 18 procent, som svarar att de ser socialt ansvar/miljöansvar som en integrerad del av verksamheten. Bland tjänsteföretagen svarar 17 procent detta, och bland handelsföretagen 14 procent.

Sponsring av sport vanligast

Den typ av ideell verksamhet som hamnar högst upp är sponsring av sport och idrottsverksamhet, vilket uppges av 48 procent av de företag som svarat att de stödjer välgörande ändamål på olika sätt. På andra plats hamnar "stöd till behövande i Sverige" följt av att man tar emot praktikanter eller samarbetar med skolor. Det är vanligast bland tillverkningsföretagen att man stödjer sponsring av sport eller idrott, medan det är störst andel bland handelsföretagen som ger stöd till behövande i Sverige. Det är absolut vanligast bland tillverkningsföretagen att de tar emot praktikanter – hela 49 procent av tillverkningsföretagen som på något sätt stödjer välgörande ändamål svarar att de gör det.

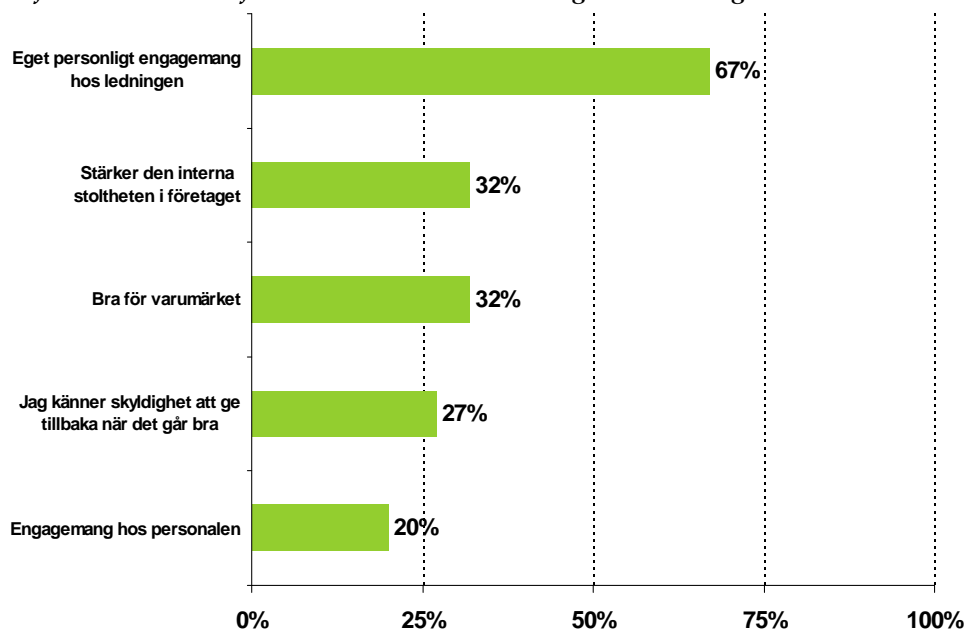
Graf 2: Vilken typ av ideell verksamhet eller välgörande ändamål stödjer ni? Urval: stödjer välgörande ändamål



Ledningens engagemang viktigast

Den främsta orsaken till att företagen ägnar sig åt välgörande ändamål är att ledningen har ett eget personligt engagemang. Det är också många som uppger att orsaken är att det stärker den interna stoltheten i företaget och att det är bra för varumärket. Det är något vanligare bland tjänsteföretagen att orsaken till engagemanget är att det är bra för varumärket, medan något fler bland handelsföretagen uppger att de känner skyldighet att ge tillbaka när det går bra. Bland tillverkningsföretagen är det något vanligare att orsaken är ett engagemang hos personalen.

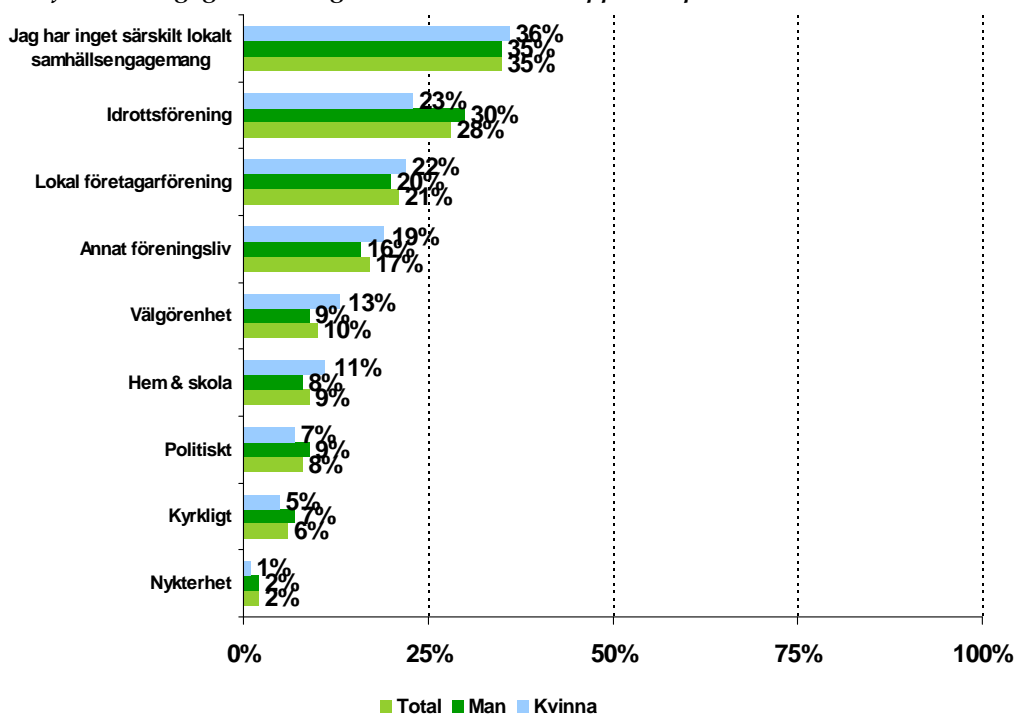
Graf 3: Vilken är den främsta orsaken till att ni ägnar er åt välgörande ändamål?



Många företagare engagerar sig i lokalsamhället

När vi frågar företagarna hur de engagerar sig i lokalsamhället så svarar flest, 28 procent, att de är med i en idrottsförening. Lokala företagarföreningar lockar 21 procent av företagarna, medan välgörenhetsorganisationer lockar 10 procent. Det är fler män som är engagerade i idrottsföreningar och fler kvinnor som är engagerade i välgörenhetsföreningar.

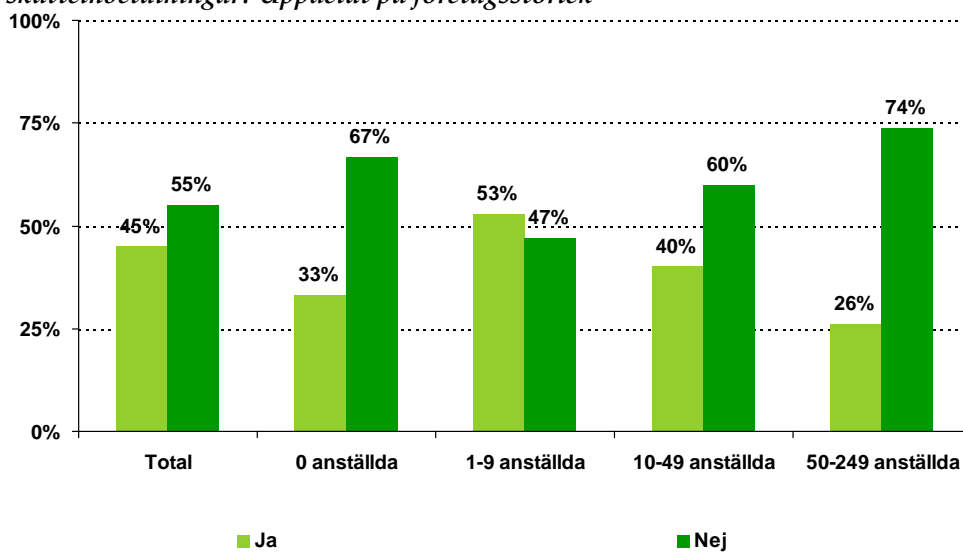
Graf 4: Hur engagerar du dig i lokalsamhället? Uppdelat på kön



Nästan hälften av företagen har avstått från egen lön

Ett annat sätt som företagens engagemang och sociala ansvar framträder på är att nästan hälften av företagen svarar att de någon gång har avstått från egen lön för att klara anställdas löner eller skattebetalningar. Det är flest bland de lite större småföretagen, med 1-9 eller 10-49 anställda, som svarar att de har avstått från egen lön. Det är vanligast bland handelsföretagen att de har avstått från egen lön, 51 procent av dessa svarar det mot 44 procent bland tjänsteföretagen och 42 procent bland tillverkningsföretagen.

Graf 5: Har du någon gång avstått från egen lön för att klara anställdas löner eller skattebetalningar? Uppdelat på företagsstorlek



Om SEB:s Företagarpanel:

SEB:s Företagarekonom startade sommaren 2006 en Företagarpanel, med syfte att få en bättre inblick i små- och medelstora företagens situation och för att bättre kunna föra deras talan i samhällsdebatten. Panelen består nu av flera tusen små- och medelstora företag. Denna panelomgång genomfördes den 25-31 mars 2010 och besvarades av 1 448 företagare.

SEB:s Företagarekonom

SEB:s Företagarekonom Ingela Hemming har till uppgift att vara språkrör i frågor som rör små- och medelstora företag. I rollen ingår att bevaka omvärlden utifrån små- och medelstora företags perspektiv för att kunna rapportera om viktiga händelser som berör företagets vardag. Utöver det ska SEB:s Företagarekonom med kompetens och råd underlätta för företag att förbättra sin ekonomi och stärka sin konkurrenskraft.

Ingela Hemming

070-763 82 97

ingela.hemming@seb.se

www.seb.se/foretagarekonomen

Johanna Wahlsten

Statistiskt ansvarig

08-7638072, 070-739 10 13

johanna.wahlsten@seb.se