

## **Många företag arbetar aktivt med miljöfrågor och socialt ansvarstagande, men få berättar om det. – Kan CSR användas i marknadsföringen?**

**Allt fler företag arbetar med miljöfrågor och socialt engagemang, men få berättar för omvärlden vad de gör. Billuthyrningsföretaget Hertz gör både och. De ser bara fördelar med att använda sitt CSR-arbete (corporate social responsibility) i marknadsföringen. Hertz marknadschef, Anders Tärnell, ser också affärsnyttan och säger att en fjärdedel, en kvarts miljard kronor, av omsättningen kan de tacka deras strategiska miljöarbete för.**

Den svenska delen av det världsomspännande biluthyrningsföretaget Hertz har länge arbetat med olika former av klimat- och samhällsengagemang. Det är en stor och långsiktig investering, men nu börjar den bära frukt. Och det rejält.

– Om vi inte hade satsat på att utveckla vårt miljöarbete hade vi fått ta bort en hel fjärdedel av vår omsättning. Och då är det lågt räknat, säger Anders Tärnell, Marknadschef Hertz Sverige.

I Sverige har Hertz omkring 200 uthyrningsställen och omsätter en miljard kronor, så man förstår att den ekonomiska vinningen är en av anledningarna till företagets höga miljöambitioner. Men han menar att det är många som tjänar på det och han tycker det är självklart att använda det i varumärkesarbetet och marknadsföringen.

– Om vi sprider kunskap om vad vi gör och hur vi tjänar pengar på det, då kommer ännu fler satsa på att göra gott.

På lång sikt ser Hertz att det finns många spännande möjligheter att jobba aktivt med miljö- och samhällsengagemang. Sedan länge arbetar de till exempel med Childhood Foundation och Röda Korset. När det gäller att hitta klimativänliga alternativ inom deras verksamhetsområde har det hänt mycket sedan Hertz var först med att ta in miljöbilar 2002. Då bestod tio procent av deras bilpark av miljöbilar. Idag är den siffran uppe i 70 procent.

– Vi gör det bästa vi kan för att påverka och erbjuder till exempel utbildning i hur man kör en bil på bästa sätt ur miljösynpunkt. Ett andra konkret exempel är vår bilpool Sunfleet, som vi startade 1998 och idag är det Nordens största. Ett tredje exempel är vår samåkningstjänst Roadmate som är öppen för alla kunder, oavsett om de har hyrbil från oss eller egen bil. Det kan också ses som en förlängning i att uttrycka vårt samhällsengagemang. Därför investerar vi mycket i den typen av projekt. Men det gäller att ta det steg för steg och vara kreativ, tillägger Anders Tärnell och berättar om ett av deras senaste projekt med ”Leveranscyklar”.

SIS är en del av det europeiska och globala nätverk som utarbetar internationella standarder. Genom att delta i standardiseringsarbetet kan svenska företag och organisationer påverka utformningen av standarder inom sin marknad. Standarder befrämjar handel över gränser och bidrar till att processer och produkter blir säkrare. SIS är en fristående ideell förening med medlemmar från både privat och offentlig sektor. SIS omsatte 2010 MSEK 224 och har 180 anställda. SIS arbetar inom och är medlem i de internationella standardiseringsorganisationerna CEN (europeisk) och ISO (global).

Istället för att två medarbetare ska köra två bilar till hyrbilstagaren, för att kunna åka tillbaka i en bil, lägger en medarbetare en hopfällbar cykel i bagaget och cyklar tillbaka till Hertz-kontoret med den. Billeveransen klaras av med en bil och en medarbetare istället för det dubbla. Personalen som ska använda denna metod ska genomgå särskild cykelutbildning.

– Det sparar tid och pengar och minskar på stressen och utsläppen. Det är mycket uppskattat bland våra medarbetare som också ser det som ett tillfälle att motionsträna lite. Vi ser det som ett test och kommer att utvärdera det under året.

Anders Tärnell berättar att de har arbetat länge med samhällsengagemang, men att det har varit svårt att veta vad som ska ingå i arbetet. Med ISO 26000, den första globala standarden för hållbar utveckling, får de riktlinjer och kriterier för att veta vad och hur de ska arbeta med hållbarhetsfrågor. ISO 26000 är ingen certifiering, men kan ses som en slags universell GPS som vägleder företag och organisationer i frågor som mänskliga rättigheter, arbetsvillkor och miljöpåverkan.

– Vi saknade ett ramverk, ett stöd för vårt arbete. I höstas började vi arbeta enligt ISO 26000 och det var precis vad vi behövde. Vi är 230 anställda med lika många i franchisenätverk och jag tycker den här standarden passar utmärkt till mellanstora företag som inte har samma resurser som de stora företagen.

ISO 26000 omfattar exempelvis respekt för mänskliga rättigheter, främjar rättvisa arbetsvillkor, tar upp en bred aspekt på miljö- och klimatfrågor, har tydliga krav på hur företag ska uppföra sig etiskt, främjar konsumentskydd och behandlar frågor som korruption och mutor. Hela 99 länder och 42 tunga internationella organisationer som WHO, FN och OECD samt företag som Ikea, ABB, Electrolux och Atlas Copco deltog i den omfattande processen som tog fem år att genomföra.

– ISO 26000 hjälper företag och organisationer att arbeta bättre med socialt ansvarstagande och miljöfrågor. De får systematisk koll på sitt hållbarhetsarbete och kan då bättre kommunicera det till omvärlden, säger Kristina Sandberg, verksamhetsområdeschef på SIS samt internationell projektledare för ISO 26000.

Anders Tärnell berättar att företagets miljöarbete alltid kommer högt upp på deras offerter och att kunderna ofta frågar efter det.

– Många av våra kunder är storföretag och de har tuffa krav på sig. De i sin tur kräver mycket av oss men det är inga problem längre. Våra säljare ISO-utbildas och nu har vi tydliga direktiv och mallar för vårt miljöarbete, så det är lätt att tillmötesgå våra kunders behov. Jag är övertygad om att många avtal hade vi aldrig rott i hamn om vi inte hade arbetat aktivt med ISO 26000.

Han menar att det förenklar arbetet för deras försäljare och att det underlättar och intensifierar dialogen med kunden.

– Nu har våra säljare ett know-how i de här frågorna och det gör att vi når fler kontaktytor hos våra kunder. Våra kunskaper gör att vi får en dialog med deras miljöchefer och

SIS är en del av det europeiska och globala nätverk som utarbetar internationella standarder. Genom att delta i standardiseringsarbetet kan svenska företag och organisationer påverka utformningen av standarder inom sin marknad. Standarder befrämjar handel över gränser och bidrar till att processer och produkter blir säkrare. SIS är en fristående ideell förening med medlemmar från både privat och offentlig sektor. SIS omsatte 2010 MSEK 224 och har 180 anställda. SIS arbetar inom och är medlem i de internationella standardiseringsorganisationerna CEN (europeisk) och ISO (global).

hållbarhetssamordnare. Det händer till och med att de vill att vi ska utbilda dem i hållbarhetsfrågor.

Han berättar att Hertz är ledande inom miljöaspekten och att de har lagt ner mycket tid och resurser för att komma dit.

– Vi har fört upp det på en hög nivå i organisationen och har en miljösamordnare, en hållbarhetssamordnare och en kvalitetssamordnare i vår stab som rapporterar direkt till VD.

En färsk undersökning som gjorts av undersökningsföretaget YouGov på uppdrag av SIS, visar att hälften av alla svenska konsumenter tycker det är viktigt att de produkter eller tjänster de köper främjar samhället eller miljön. Mer än hälften, 63 procent, tycker att företag kommunicerar för lite kring sitt sociala ansvarstagande. De säger också att de känner en stark tillit till företag som kommunicerar sitt arbete i samhällsansvarsfrågor.

– Vi vill gärna gå ut och berätta hur vi arbetar med CSR, men det är viktigt att man först säkerställer att man har gjort sin hemläxa. ISO 26000 är ett ramverk som hjälper oss med det. Mycket hade vi redan gjort, men det finns saker som vi blev uppmärksamma på också. Det är jättebra för då kan vi ju rätta till det.

Som marknadschef och medlem i ledningsgruppen, ser Anders Tärnell på Hertz stora möjligheter att bygga broar mellan socialt ansvarstagande och varumärkesbyggande.

– Det finns en väldigt tydlig koppling till lönsamhet. Och strategiskt, på lång sikt, måste vi arbeta med CSR för att överleva. Det visar alla trendanalyser. Om man tittar på andra företag i vår bransch, så är det inte så mycket som skiljer oss åt när det gäller verksamheten. Vi måste satsa på de mjukare värdena och de är svårare att kopiera för våra konkurrenter. Om tio år riktar sig alla våra investeringar åt det hållet, säger han och berättar att en stor del av hans marknadsbudget och en del av investeringsbudgeten används för att kommunicera företagets CSR-engagemang.

– Utmaningen är att hitta smarta, kreativa lösningar och kanaler istället för att köra traditionella kampanjer. För att bygga trovärdighet hos kunder och medarbetare måste engagemanget landa i deras vardag, för var och en. Det är ren psykologi, alla vill dela med sig om de gjort något bra. Det vill vi också göra.

För Hertz går hållbarhetsarbetet hand i hand med varumärkes- och försäljningsarbetet, men det kan också ses som ett HR-projekt, för att attrahera, utveckla och behålla personal.

– När vi rekryterar märker vi tydligt att både miljöaspekten och de sociala frågorna väger allt tyngre, särskilt bland de yngre. Många känner mer och mer att de måste kunna stå för det de gör till hundra procent och att företaget de jobbar för har en värdegrund som de kan identifiera sig med. För oss är hållbarhetsarbetet också ett sätt att behålla medarbetare, säger han och menar att många ser biluthyrning som ett ”på-vägen-jobb”.

– Om vi arbetar aktivt med vårt samhällsengagemang, attraherar vi inte bara ny arbetskraft, utan engagerar också våra befintliga medarbetare så de stannar längre hos oss.

SIS är en del av det europeiska och globala nätverk som utarbetar internationella standarder. Genom att delta i standardiseringsarbetet kan svenska företag och organisationer påverka utformningen av standarder inom sin marknad. Standarder befrämjar handel över gränser och bidrar till att processer och produkter blir säkrare. SIS är en fristående ideell förening med medlemmar från både privat och offentlig sektor. SIS omsatte 2010 MSEK 224 och har 180 anställda. SIS arbetar inom och är medlem i de internationella standardiseringsorganisationerna CEN (europeisk) och ISO (global).