

COVID-19: ”Social” i ESG overtager medieopmærksomheden

Novo Nordisk, Ørsted, Danske Bank, Jyske Bank og A.P. Møller Mærsk er blandt dem i Danmark, der har oplevet mest negativ omtale på Social området. Men i en global sammenligning klarer danske virksomheder sig godt, viser analyse i Økonomisk Ugebrev Samfundsansvar.

Af Joachim Katstrup, 17. april 2020



Sociale temaer har under COVID-19 krisen fuldstændig overtaget spalterne i de globale finansmedier, der dækker ESG emner. Dækningen er generelt forbundet med negativ omtale, der slider på virksomhedernes PR og imageværdi.

Novo Nordisk, Ørsted, Danske Bank, Jyske Bank og A.P. Møller Mærsk er blandt dem i Danmark, der har oplevet mest negativ omtale på Social området.

Men i en global sammenligning klarer danske virksomheder sig godt, viser analyse Økonomisk Ugebrev Samfundsansvar har foretaget fra omfattende datagrundlag.

De seneste års sociale indsatser kommer dansk erhvervsliv til gode under COVID-19 krisen, vurderer CSR-ekspert. Jyske Bank ser tegningen til helt ny udvikling i Social-issues.

Den globale mediedækning af bæredygtighed i erhvervslivet (ESG) er under COVID-19 krisen eksploderet i temaer relateret til sociale forhold.

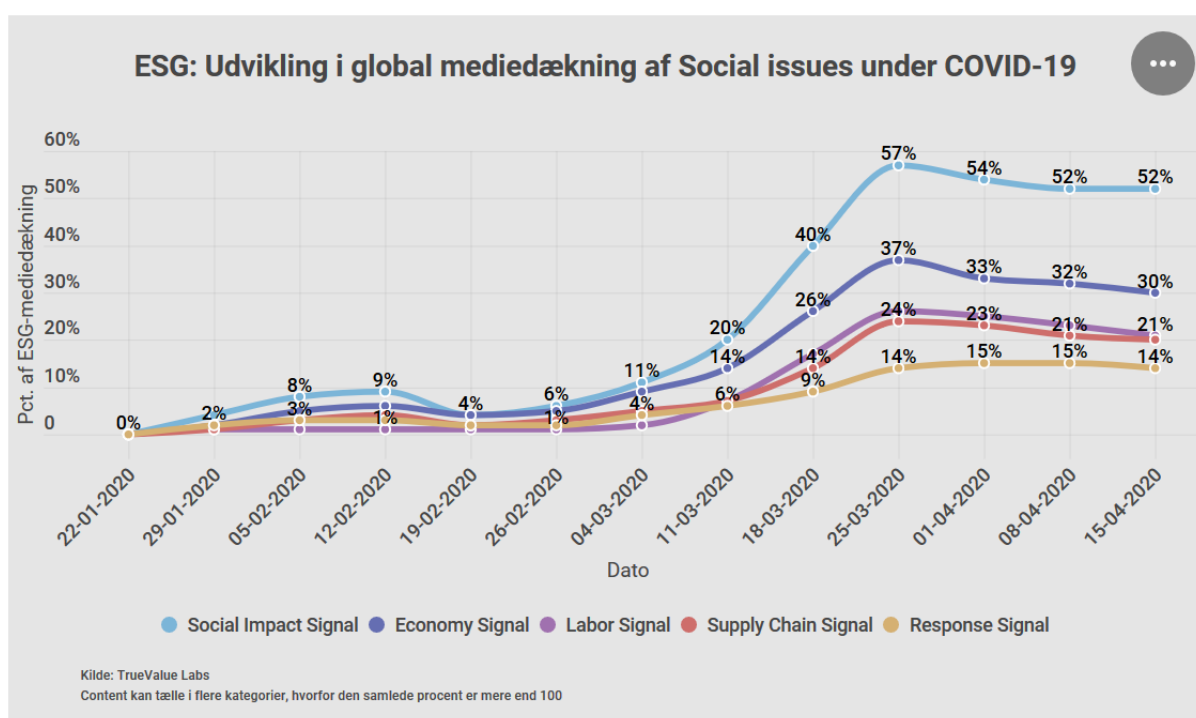
S'et har helt fortrængt emner fra Environment (Klima) og Governance (Ledelse) kategorierne. Det viser et omfattende datagrundlag fra ESG-ratingbureauet TrueValue Labs som Økonomisk Ugebrev har analyseret i en dansk kontekst. 48 danske virksomheder indgår i datamaterialet.

Lars Konggaard siger: "Corona-krisen har medført, at Social-issues på ESG-området (CSR) er slået igennem"

Novo Nordisk, Ørsted, Danske Bank, Jyske Bank og A.P. Møller Mærsk er blandt de hårdest ramte C25-selskaber på negativ (S)ocial-medieomtale relateret til COVID-19 krisen.

Zealand Phama, Pandora, TDC og Arla har indtil videre klaret frisag og er endnu ikke ramt af negativ medieomtale i krydsfeltet mellem COVID-19 og ESG relaterede historier.

Analysen viser, at mængden af ESG-dækningen inden for Social kategorien er eksploderet og rammer stort set alle virksomheder negativt målt på PR-værdi (sentiment).



Danske virksomheder er mindre ramt

Selvom der er en ringe trøst, så afslører analysen også, at danske virksomheder i global sammenhæng er relativt godt afskærmet fra negativ medieomtale af meget hård karakter.

En årsag er, at danske virksomheder har investeret en hel del ressourcer i medarbejdere og arbejdsmiljø på globalt niveau bl.a. som følge af traditionen fra den danske arbejdsmarkedsmodel.

”Som analysen viser rammes danske virksomheder i forhold til virksomheder i andre lande ikke så hårdt af dårlig omtale i krydsfeltet mellem COVID-19 og mediedækningen af Social.

Dette skyldes sikkert, at mange danske virksomheder gennem en årrække har haft fokus på at udmønte konkrete Social-strategier,” vurderer senior CSR-rådgiver Lars Konggaard fra CSR-rådgivning.dk.

Sociale forhold er kommet i fokus og vil ifølge funktionsdirektør for IR og bæredygtighed i Jyske Bank, Lene Hjorth, i fremtiden få langt større betydning i lyset af COVID-19 krisen. ”Corona-krisen har medført, at Social-issues på ESG-området (CSR) er slået igennem. Og den er kommet for blive,” vurderer Lene Hjorth.

Indsatserne i socialkategorien i de største danske virksomheder står altså sin prøve under COVID-19 krisen og kan, ifølge Lars Konggaard, komme dem til gode, når markederne igen normaliseres.

Investering i Socialområdet giver nu gevinst

”Når man kigger i danske virksomheders CSR-rapporter fra de senere år, fremstår Socialområdet som et af de CSR-områder, hvor der gennem lang tid er allokeret væsentlige ressourcer. Man kan nok sige, at disse indsatser kommer dansk erhvervsliv til gode her under COVID-19 krisen – der er blevet opsparet gode point på denne konto”, siger Lars Konggaard.

TrueValue Labs har med kunstig intelligens kortlagt COVID-19 erhvervsmediedækningen i forhold til i alt fem grundlæggende ESG-faktorer med fokus på den sociale dimension: Social påvirkning, arbejdsforhold, økonomiske forhold, håndtering af forsyningskæder og konkret respons på COVID-19 krisen.

Det analyserede materiale dækker over i alt godt 10.000 artikler i perioden fra 1. januar og frem. For danske virksomheder er undersøgt i alt 286 artikler, svarende til ca. 2,5 procent af hele materialet.

Et konkret eksempel, som trækker i negativ retning, er historien om, at Novo Nordisks lancering af Rybelsus type 2-diabetespiller kan blive forsinket af COVID-19 krisen. Det påvirker ikke bare økonomiske forhold, men har også negativ indflydelse på arbejdsforhold, forsyningskæder og kundernes muligheder for forbedret behandling (social impact).

Ifølge Lars Konggaard står det sociale område ofte i skyggen af andre ESG-temaer. Men en social strategi kræver mindst lige så stærk ledelsesmæssig forankring, hvis den skal virke.

”En central forudsætning for at nå målene i virksomhedens sociale strategi er at sikre den rette viden, accept og motivation hos ledergruppen. Det vil derfor i de fleste virksomheder være nødvendigt at arbejde fokuseret med lederudvikling indenfor det sociale område – blandt andet også fordi dette område måske ikke har ligget forrest i prioriteringerne, siger senior CSR-rådgiver Lars Konggaard fra CSR-rådgivning.dk.

”I de fleste virksomheder vil det være nødvendigt at arbejde fokuseret med lederudvikling indenfor det sociale område”, siger Lars Konggaard

Coronakrisen udløser ny udvikling for Social-issues

”Fx var det en stor udfordring for mennesker, som ikke har et hævekort, og som er vant til at hente deres penge nede i banken. Men hvad gør man, når bankerne er lukkede? Her har jeg oplevet, at vi hurtigt fik gang i den tværsektorielle dialog med fx FinansDanmark, KL og de største banker. Og på ganske kort tid fik vi en løsning på plads, så folk kunne få deres penge den første april,” siger Lene Hjorth.

Hun illustrerer dermed også, hvordan sociale temaer dækker over en lang række meget vidt forskellige opgaver, der kan være meget komplekse.

En række forskellige stakeholdere skal ofte involveres. Historien ville formentlig kunne have talt i positiv retning på PR-værdien, hvis den havde indgået i analysen i denne artikel.

”Det har været ret forrygende at opleve viljen til samarbejde på tværs af sektorerne de seneste uger – og hvor hurtigt vi har kunnet finde løsninger. Det ser jeg som en ny og spændende udvikling for Social-issues. Eksemplet skal være med til at tydeliggøre, at fremtidens problemer kan være svære at løse gennem en regeringspolitik eller ved et socialt program. Lige så lidt som at vi kan gemme os bag nationale hegn, indtil det ”nok går over,” siger Lene Hjorth.

Lene Hjorth mener, at corona-krisen synliggør de komplekse sociale problemstillinger, som udstiller at mange udfordringer kræver, at man løfter i flok.

”Min påstand er, at ’S’ i ESG vil vise sig at have stor effekt, som fx ved Corona-krisen, hvor vi har at gøre med komplekse og globale problemer. Derfor må vi også se problemerne i deres (komplekse) helhed, og ikke kun gennem en organisations eller et lokalområdes eller nationalt perspektiv, hvor man så kun får løst en mindre del af problemet. Vi skal altså øge kompleksiteten, og vi skal have engageret langt flere interessenter for at løse komplekse problemer, så vi besidder forskellige perspektiver og ressourcer,” siger Lene Hjorth.

Lene Hjorth peger på, at bl.a. øget fokus på offentlig-private partnerskaber og utraditionelle samarbejdsstrukturer samt alliancer mellem enkeltpersoner og mange forskellige typer af organisationer, fra filantropiske og business sektorer vil komme mere i fokus. ”Resultatet er et langt større ’S’ perspektiv,” vurderer Lene Hjorth.