

Ett engagemang för hållbara värderingar

Hur immateriella tillgångar ökar företagets värde på lång sikt

Av Jens Strinsjö, Business Development Manager
Architecture & Engineering Program, Nordics
Axis Communications





Innehållsförteckning

| | |
|---|-----------|
| 1. Förord | 4 |
| 2. Inledning: Att skapa långsiktigt hållbara fördelar | 5 |
| 3. Hållbarhet för en smartare och säkrare värld | 6 |
| 3.1 Att bygga rätt strategi | 6 |
| 3.2 En ansvarskedja som bygger på delade värderingar | 6 |
| 4. Axis hållbarhetspelare: Hur vår strategi ger resultat | 7 |
| 4.1 Ekonomiskt ansvar och ansvarsfullt företagande | 7 |
| 4.2 Miljöansvar | 9 |
| 4.3 Socialt ansvar | 10 |
| 5. Avslutning | 11 |

1. Förord

Av Atul Rajput, Regional Director, Northern Europe, Axis Communications

Många i dagens affärsvärld betraktar ett företags totala värde som summan av dess materiella tillgångar, genom en enkel beräkning av intäkter, vinster, antal anställda och kapitalinvesteringar. Tidigare var detta sant: år 1999 var 80 procent av ett företags värde bundet i materiella tillgångar.

I dag uppskattar Världsbanken (The World Bank) att det sammanlagda marknadsvärdet för alla börsnoterade företag i världen är över 79 biljoner dollar. Ändå är alla världens ledande revisorer överens om att endast en femtedel av detta utgörs av materiella tillgångar. Det har skett en total förändring på 20 år; i dag utgörs 80 procent av företagets affärsvärde av medarbetare, kultur, varumärken och andra immateriella tillgångar.



Vår förståelse för vad som ökar ett företags värde stämmer inte längre. Detta har också en stor inverkan på vårt beslutsfattande: eftersom vi inte förstår vad som ökar ett företags värde tänker vi mer på kortsiktiga än på långsiktiga vinster.

Vi ser bevisen på detta överallt omkring oss. Vi lever i en tid av överflöd, där alla med en smartphone har större tillgång till information än vad världens ledare hade under Glasnost-eran. Det pågår färre konflikter i dag än någon gång tidigare i mänsklighetens historia och bara en liten del av världens befolkning lever i fattigdom, jämfört med för 20 år sedan.

Trots detta blir det i vår tid alltmer så att ökande ojämlikhet, sociala orättvisor, miljöförstöring och skadliga effekter från avfall splittrar samhällen och skapar spänningar och politisk oro. Det här är resultatet av ett omodernt affärstänkande, och vi ser effekterna av detta i stängda gränser och en växande misstro mot företagsvärlden.

Många företag och globala institutioner arbetar för att hitta ett sätt att formellt kvantifiera värdet av intellektuellt kapital, humankapital, naturkapital, socialt kapital och relationskapital eftersom de tror att en mer medveten form av kapitalism är bra för planeten, bra för människorna och bra för deras vinster. De strävar efter att förstå förhållandet mellan ett starkt etiskt ledarskap och värdet av immateriella tillgångar och försöker ändra det kortsiktiga tänkande som leder till exploatering, miljöförstöring och korruption.

De gör inte bara detta för att det är det rätta, vilket det är, utan för att våra företags framtid på lång sikt är beroende av att vi skapar hållbara leverantörskedjor, behåller kundernas förtroende och arbetar tillsammans för att hantera de sociala problem som hotar våra samhällen. Allt fler kräver i dag att företagen ska ha ett syfte som är högre än att bara gå med vinst – ett syfte som bygger på en idé om att förbättra människors liv.

På Axis är vi stolta över att vara en av dessa organisationer. Vi tror att på samma sätt som våra innovativa lösningar bidrar till en säkrare och smartare värld så bör våra affärsmetoder göra detsamma. I detta White Paper berättar jag och mina kollegor om vad vi på Axis gör för att uppnå våra mål inom detta område och hur vi anser att alla företag bör bete sig för att vi ska kunna skapa rättvisare och mer hållbara affärsmodeller. Vi jobbar hårt för att säkerställa att vår verksamhet är hållbar och transparent, följer de strängaste riktlinjerna och värdesätter våra medarbetare, vår kultur och vår planet.

2. Inledning: Att skapa långsiktigt hållbara fördelar

Många anser fortfarande att värderingar inte är lika viktiga som resultatnriktat tänkande i medelstora och stora företag. Högtflygande mål om hållbarhet bör inte komma i vägen för en vinstdrivande verksamhet. Men på en snabbt föränderlig marknad som drivs av en allt snabbare teknisk utveckling och dess genomgripande inverkan på alla branscher så finns det bara två verkligt långsiktiga konkurrensfördelar: kompetens och värderingar. Kompetensen ser till att produkterna förblir relevanta för våra kunder och att de litar på vårt varumärke. Ett varumärke som sedan starten förknippats med ett engagemang för kvalitet. På en marknad som snabbt mognar och blir alltmer kommersialiserad kommer detta engagemang alltid att vara en konkurrensfördel för Axis.

Det är emellertid ett engagemang för värderingar som möjliggör kompetens. Utvecklingen av en sammanhängande företagskultur som alltid sätter långsiktig hållbarhet framför kortsiktiga vinster är det som ligger till grund för beslutsprocessen. Det är viktigt på en marknad som ständigt utvecklas och ställer oss inför nya utmaningar.

En kultur som värderar såväl företagets som kundernas långsiktiga välbefinnande skapar en grundläggande förståelse för att frågor såsom datasäkerhet, aldrig bör äventyras i kapplöpningen för att utveckla fler IoT-enheter och tillgodose de ökande krav som marknaden ställer.

Vikten av teknik med integritet

Internet of Things-världen, där Axis verkar, riskerar i dag att få dåligt rykte bland allmänheten i takt med att medvetenheten om bristande säkerhetsrutiner och dataskydd ökar. Oavsett om det rör dataintrång från vårt konto på sociala medier, som resulterar i stöld av våra personuppgifter, eller Mirai-botnet som tar över våra IoT-enheter, så har dåliga beslut fattats på vägen, vilket föranlett ett skadat förtroende hos de berörda användarna.

Långsiktigt tänkande sätter användarsäkerhet och öppenhet i första rummet, både eftersom det är det rätta men också eftersom det gör det möjligt för oss att växa och överleva i en värld där ett företags varumärke och rykte är avgörande för dess framgång. Detta synsätt är det som får våra ingenjörer att fundera över vad som händer med en produkt när den är uttjänt, för att därmed säkerställa att så mycket som möjligt av den kan återvinnas.

Hållbart företagande innebär också nolltolerans vad gäller mutor och korruption, och återigen är det bra för affärerna att värna om integriteten. Förr eller senare faller korrupta regimer, och multinationella företag som har sett genom fingrarna vad gäller mutor som "smörjer maskineriet" kommer att åka dit. Kortsiktigt tänkande leder i slutändan till förluster på lång sikt, när det gäller företag som tvingats gå i konkurs på grund av att de har haft samröre med korrupta regimer, blir således deras förlust fullständig. Vårt engagemang för hållbarhet är verkligt, eftersom vi ser ett värde utöver ekonomiska vinster i våra kunders långsiktiga hälsa, välfärd och förtroende – och vi är inte ensamma om detta. Integrerad rapportering som ser humankapital som en tillgång snarare än en kostnad och en långsiktig miljöpolicy som en indikator på framtida värde blir allt vanligare. I takt med att detta blir en standard, kommer vårt tillvägagångssätt att beräkna ett företags totala värde att förändras i grunden.

I den här nya världen kommer beräkning av vinst att vara tredelad och bestå av mänskliga vinster, miljövinster och ekonomiska vinster. Så kanske går det att skapa värdebaserade hållbara fördelar trots allt.

Fokus på värderingar attraherar kreativa hjärnor

Dagens anställda – den s.k. millenniegenerationen – vill ha mer än ekonomisk kompensation från sina arbetsgivare. De vill arbeta för företag som har en positiv inverkan på samhället och gör deras jobb meningsfulla. De mest kreativa och begåvade personerna vill arbeta för organisationer som på ett tydligt sätt delar deras värderingar, som har lägre personalomsättning och en mer innovativ företagskultur.

3. Hållbarhet för en smartare och säkrare värld

För många företag upphör värdet när en produkt säljs: när den är uttjänt kastas den bort och man säljer en ny produkt. Värdet härrör från intäkterna vid försäljningstillfället och produktionsprocessens effektivitet.

Hållbara principer uppmuntrar oss att tänka på ekonomiska effekter som cirkulära företeelser. I en cirkulär ekonomi läggs tonvikten på vad som händer efter att en vara blir såld. På Axis lägger vi till exempel stort fokus på supporttjänster för redan installerade enheter med syfte att förlänga deras livslängd, och vi arbetar hårt för att göra våra produkter lättare att återvinna. Det innebär att vi kan få ut maximalt värde från råvarorna genom att använda dem om och om igen, vilket möjliggör arbetstillfällen och industrier inom nya områden.

Hållbarhet handlar om mer än miljöhänsyn. På Axis tror vi att det vi gör i dag väsentligt påverkar framtiden, både för vårt företag och vårt samhälle. Vår övergripande målsättning som företag är att skapa innovationer för en smartare och säkrare värld, och hur vi uppnår detta är lika viktigt som själva slutresultatet.

Som grund för Axis hållbarhetsstrategi finns ett åtagande att efterleva FN-initiativet Global Compact, som vi undertecknade 2007, och dess tio principer om mänskliga rättigheter, korruptionsbekämpning, miljö och arbetsvillkor. Vi har också identifierat områden där vårt hållbarhetsarbete uppfyller FN:s mål för hållbar utveckling.

Axis mål är att ta hänsyn till hållbarheten i alla affärsprocesser och att främja hållbart beteende i hela värdekedjan. Vi tar ett långsiktigt miljömässigt, socialt och ekonomiskt ansvar och agerar på ett etiskt, transparent och ansvarsfullt sätt gentemot alla berörda aktörer. Det innebär att vi minimerar vårt avfall och eliminerar farliga kemikalier från tillverkningsprocessen, att vi betalar våra leverantörer i tid, att vi skapar arbetstillfällen och en sund arbetsmiljö och att vi går i täten för kampen mot korruption och kränkningar av de mänskliga rättigheterna.

3.1 Att bygga rätt strategi

I praktiken börjar detta med ett antal policyer, inklusive en uppförandekod, som alla anställda inklusive styrelsen är skyldiga att följa. Dessa utgör en hållbarhetsstrategi som bygger på följande grundläggande pelare: ekonomiskt ansvar och ansvarsfullt företagande, miljöansvar och socialt ansvar.

Denna strategi, som bygger på FN-initiativet Global Compact, övervakas av styrgruppen för hållbarhet och genomförs av projektgruppen för hållbarhet som har det operativa ansvaret för att utveckla nya initiativ och genomföra en kontinuerlig hållbarhetsrapportering.

Inom Axis arbetar också fyra andra grupper för att fastställa och införliva hållbarhetsstrategin: miljörådet, rådet för socialt ansvar samt två arbetsmiljökommittéer. Företrädare från alla delar av företaget, inklusive fackliga organisationer, finns representerade i dessa olika grupper.

Denna struktur gör att vi hela tiden kan ompröva vår hållbarhetspolicy och säkerställa kvalitén på de processer som används för att genomföra den.

3.2 En ansvarskedja som bygger på delade värderingar

En leverantör som bara fokuserar på sig själv kan inte hävda att den är verkligt hållbar. På många områden är vi helt beroende av våra samarbetspartner för att kunna göra bra affärer. Genom att se till att hela vår kedja av leverantörer, distributörer och återförsäljare delar vårt engagemang för socialt ansvar kan vi få våra kunder att lita på varumärket Axis.

Som företag har Axis ett ansvar att främja och upprätthålla sina värderingar, både uppåt och nedåt i leverantörskedjan, eftersom vi kan åstadkomma förändringar tack vare vår storlek. Vi har kontor i 50 länder och samarbetspartner i ytterligare 129 länder, och vi arbetar med mer än 90 000 företag i hela världen. Så när vi ber våra medarbetare, distributörer och återförsäljare att underteckna en förpliktelse

om att inte medverka till den dagliga korruption som gör att så många människor runt om i världen fastnar i fattigdom, kan vi göra verklig skillnad när det kommer till ett påtagligt globalt problem. För att underlätta detta bygger vi våra samarbeten på långsiktiga relationer, där Axis åtar sig att utbilda, kontrollera och informera sina samarbetspartner så att utveckling, tillverkning, försäljning, distribution och användning av företagets produkter sker på ett så ansvarsfullt sätt som möjligt.

En kultur av gemensamma värderingar

Vi tror att vår kultur av gemensamma värderingar är en bidragande förklaring till vår mycket höga kundnöjdhet. I vår senaste globala undersökning sade 82 procent av kunderna att de var "mycket nöjda med Axis."

4. Axis hållbarhetspelare: Hur vår strategi ger resultat

4.1 Ekonomiskt ansvar och ansvarsfullt företagande

En stark och bestående lönsamhet, såväl som att kontinuerligt nå våra finansiella mål är av central betydelse för Axis och för företagets investerare och utgör grunden för det långsiktiga hållbarhetsarbetet. Det innebär att vi både måste ta ett ekonomiskt ansvar – att betala skatt i enlighet med gällande lagar och förordningar, vilket bidrar till utvecklingen i de länder där Axis är verksamt – och bedriva vår verksamhet på ett hållbart och ansvarsfullt sätt.

I Axis uppförandekod fastställs de värderingar och riktlinjer som ligger till grund för hur Axis bedriver sin verksamhet och hur anställda bör agera i affärsrelaterade situationer, både internt och externt. Alla Axis medarbetare och styrelseledamöter förväntas underteckna uppförandekoden, liksom företagets leverantörer. Distributörer och samarbetspartner uppmanas också att följa kraven i Axis uppförandekod och informeras om vad de innebär i praktiken.

Uppförandekoden bygger på FN-initiativet Global Compacts tio principer, FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna samt Internationella arbetsorganisationens deklaration (ILO) om grundläggande principer och rättigheter i arbetslivet. Uppförandekoden är tydlig i sitt förbud mot barnarbete och tvångsarbete och sin nolltolerans för korruption, samt när det gäller att goda arbetsförhållanden bör upprätthållas. Den går längre än lagstiftningens krav och fastställer värderingar och riktlinjer som ligger till grund för hur Axis bedriver sin verksamhet: professionellt, ansvarsfullt, öppet och ärligt.

0 fall

Inga fall av mutor eller korruption identifierades eller kom till företagets kännedom under 2015 och 2016.



Konfliktmineraler

Ingen användning av konfliktmineraler upptäcktes i vår leveranskedja under 2017. Axis förbinder sig att endast använda konfliktfria mineraler vid tillverkningen av elektroniska produkter och utför regelbundna revisioner av sin leveranskedja för att säkerställa att denna strikta policy följs.

Våra riktlinjer bygger på rekommendationer från Responsible Business Alliance och Global e-Sustainability Initiative.

Vad händer om konfliktmineraler har använts i vår leveranskedja?

Om vi skulle upptäcka att leverantörer direkt eller indirekt har köpt in konfliktmineraler kommer Axis i första hand att försöka få leverantören att upphöra med detta. Om lämpliga åtgärder inte vidtas kommer Axis att avsluta samarbetet.



Dataskydd

Även om slutanvändaren är ytterst ansvarig för hur produkterna används har vi ett nära samarbete med våra samarbetspartner för att hjälpa dem att förstå utövanheten i till exempel videoövervakningsteknik och hur den används. Det inkluderar att föra en regelbunden dialog om korrekt användning av kameror och inspelningsutrustning och om lagring av den data som genereras.

Vi hjälper också till att skapa industrispecifika best practices och utveckla mjukvarulösningar för att skapa fler möjliga lösningar. Dessa lösningar handlar exempelvis om att förbättra skyddet av den personliga integriteten genom att anonymisera data, maskera delar av en bild (t.ex. ansikten) och säkerställa att endast nödvändig data samlas in och sparas.

Sårbarhetshantering (Vulnerability Management) spelar en avgörande roll i Axis strategi för cybersäkerhet, vilket innebär att vi tillämpar best practices för säkerhetsåtgärder på ett transparent sätt så snabbt som möjligt efter att en allvarlig sårbarhet har upptäckts. Genom att tillämpa ett strukturerat tillvägagångssätt kan vi agera ansvarsfullt när vi upptäcker ett fel och lösa det snabbt.

0 upptäcktes

Ett säkerhetsproblem som skulle kunna påverka den personliga integriteten upptäcktes bland Axis produkter 2017 och åtgärdades snabbt. Inga sådana problem upptäcktes under 2015 och 2016.

Teknik är nyckeln till utveckling på mognande marknader, och när vi växer är det viktigt att vi gör det på ett sätt som **bidrar till mognadsprocessen** på ett positivt sätt som är bra för samhället, bra för våra samarbetspartner och i slutändan även bra för oss som företag. Då bildas en uppåtgående spiral av tillväxt. Ett sätt för Axis att skapa värde i detta avseende är att förbinda sig att betala lokala skatter och investera i sociala initiativ på alla platser där vi bedriver verksamhet. Dessutom uppmantras våra medarbetare att använda en del av sin arbetstid för att delta i sociala projekt.



4.2 Miljöansvar

Axis arbetar för att minska verksamhetens miljöpåverkan, både den som uppstår som ett direkt resultat av verksamheten och indirekt påverkan kopplad till tillverkning och energianvändning. Vi mäter vårt koldioxidavtryck på ett transparent och noggrant sätt, inklusive CO₂ som uppstår i samband med leveranser från tredje part, vilket utgör 76 procent av vårt avtryck.



20%

Vårt mål är att minska CO₂ per såld enhet med 20 procent mellan 2016 och 2021. För att nå detta mål har vi tagit initiativ för att flytta tillverkningen närmare vår största marknad och minska mängden förpackningsmaterial. Det innefattar att optimera storleken på lådor för att minska mängden avfall och att införa lättare och mer kompakta material, till exempel uppblåsbara förpackningar.

95%

Materialanvändning

95 procent av de material som används i Axis produkter kan återvinnas eller förbrännas när produkterna blir uttjänta.

I våra tillverkningsprocesser strävar vi efter att minska användningen av nya råvaror och giftiga material. Ny produktdesign poängsätts med hjälp av ett utvärderingsformulär för grön design, som tydliggör och uppmuntrar till framsteg för att uppfylla våra övergripande miljömål.

93%

Farliga ämnen

93 procent av de nätverkskameror som Axis sålde under 2017 var PVC-fria.

Axis efterlever gällande lagstiftning såsom EU:s direktiv om begränsning av användningen av vissa farliga ämnen (RoHS-direktivet). Våra interna ambitioner går dock mycket längre. Axis har en regelbundet uppdaterad förteckning över ämnen vars användning bör begränsas, till exempel ftalater och beryllium, och arbetar för att producera nätverkskameror som är fria från bromerade eller klorerade flamskyddsmedel.

Energiförbrukning

60–80 procent av den miljöpåverkan som Axis produkter har under sin livslängd utgörs av energiförbrukningen när produkterna används.

Axis arbetar hårt för att förbättra energieffektiviteten, och stora framsteg har gjorts tack vare ny teknik, till exempel Lightfinder som gör det möjligt för kameror att ta skarpa färgbilder i svagt ljus, vilket minskar behovet av belysning.

14%

Energianvändningen per anställd vid Axis huvudkontor i Lund minskade med 14 procent under 2017. 58 procent av Axis heltidsanställda är baserade i Lund.

På global nivå minskade energianvändningen per anställd från 2,9 MWh till 2,6 MWh för heltidsanställda (exklusive logistik).

4.3 Socialt ansvar

Axis tar sitt sociala ansvar på allvar och strävar efter att påverka arbetsmiljön positivt för sina egna och sina leverantörers medarbetare runt om i världen. Vi strävar efter att bli en förebild som en attraktiv och säker arbetsplats och leva upp till vår vision om en smartare och säkrare värld.

Det innebär lika möjligheter och icke-diskriminering på arbetsplatsen och respekt för mänskliga rättigheter och goda arbetsvillkor i leverantörskedjan.

91%

Arbetsmiljö

91 procent av de anställda anser att Axis är en **mycket bra arbetsplats**.



Vi

garanterar marknadsmässiga löner och ser till att alla kontor tillämpar rimliga arbetstider. Cheferna förbinder sig att föra en dialog med sina medarbetare om deras karriärutveckling, och regelbunden utbildning och möjligheter att avancera inom företaget erbjuds.

2,2%

2,2 procent = vårt mål för sjukfrånvaro.

Facklig verksamhet

Våra medarbetare har rätt att gå med i facket och att ingå kollektivavtal i enlighet med den lokala lagstiftningen i de länder där vi bedriver verksamhet.

Mångfald och icke-diskriminering

Axis tolererar inte någon form av diskriminering eller trakasserier på grund av kön, sexuell läggning, etnicitet, nationellt ursprung, religiös tro, ålder, civilstånd, funktionsnedsättning eller andra lagstadgade skäl. Vi tror att ju större mångfald som präglar vår personalstyrka, desto mer innovativa kommer vi att vara som företag tack vare en större spridning av idéer från olika kulturer och bakgrunder. Detta är en konkurrensfördel.



Pink Programming

Pink Programming är en ideell organisation som arbetar för att öka antalet kvinnor som arbetar med programmering. Axis är en viktig anhängare till detta initiativ.

5. Avslutning

Detta White Paper innehåller endast en kortfattad översyn av Axis arbete för att uppfylla våra hållbarhetsmål. Mer information finns i vår års- och hållbarhetsrapport. Trots alla våra ansträngningar är vi och alla andra företag som arbetar för en affärsverksamhet med större medkänsla och hållbarhet som grund, endast i början av denna resa.

Det är viktigt för oss alla att inte bara sträva efter dessa mål utan att också påvisa hur vi arbetar för att uppnå målen. Först när vi kan mäta och visa det värde som kraftfulla och väl genomförda hållbarhetsprogram medför kommer de att bli standard i företagsvärlden.

Vår års- och hållbarhetsrapport för 2017 kan laddas ner i sin helhet här:

www.axis.com/files/annual_reports/Axis_AB_annual_and_sustainability_report_2017.pdf



Om författaren – Jens Strinsjö, Axis Communications

Jens ansvarar för arkitektur- och ingenjörsprogrammet (A&E-programmet) i de nordiska länderna, och har ett nära samarbete med konsulter och specifikatörer för att öka mognaden för IP-baserade säkerhetssystem på marknaden. Innan han kom till Axis 2017 arbetade han inom IT-industrin med molnlösningar, och han har en civilekonomsexamen i affärsutveckling. På fritiden tycker Jens om att resa och att paddla kajak med sin familj.

LinkedIn: www.linkedin.com/in/jensstrinsjo/

Om Axis Communications

Axis bidrar till en smartare och tryggare värld genom att utveckla nätverkslösningar som skapar ökad säkerhet och nya affärsmöjligheter. Som branschledande inom nätverksvideo erbjuder Axis produkter och tjänster för videoövervakning, videoanalys, passersystem och ljudsystem. Axis har över 3 000 engagerade medarbetare i mer än 50 länder och samarbetar med partners från hela världen för att leverera kundanpassade lösningar. Axis grundades 1984 i Sverige och är noterat på NASDAQ Stockholm (AXIS).

Mer information om Axis finns på www.axis.com