

Socialt ansvar i försäkringsbranschen

Finska Försäkringsbolagens Centralförbund tar initiativ till debatt

av Kaisa Kausto



Kaisa Kausto

Finska Försäkringsbolagens Centralförbund startade våren 2001 ett projekt med syftet att ge en bild av vad kravet på socialt ansvar innebär för de finländska försäkringsbolagen, vilka huvudsakligen är verksamma inom Norden. Avsikten är att föregripa de frågor som bolagen kommer att ställas inför när de skall leva upp till kravet på företagets medborgaransvar. Sina egentliga val i ansvarsfrågor gör varje företag givetvis självt utifrån sina egna värden. Det sociala ansvarets dimensioner har försäkringsbranschen närmast sig utifrån ekonomiska, miljörelaterade och sociala aspekter. Tredelningen motsvarar elementen i en hållbar utveckling och har blivit etablerad i den allmänna debatten om socialt ansvar.

I denna artikel beskrivs det projekt som Försäkringsbolagens Centralförbund tagit initiativ till och de idéer om försäkringsbranschens sociala ansvar som projektet aktualiserat. Idéerna är avsedda att fungera som diskussionsunderlag för en kommande debatt.

Bakgrunden till diskussionen om socialt ansvar

Som en motvikt till handelns avreglering och globaliseringsutvecklingen har det uppkommit krav på att alla delområden av en hållbar utveckling skall tryggas genom att etiska spelregler skapas för marknaden. För närvarande pågår ett flertal projekt inom ramen för bl.a. FN, OECD och Internationella handelskammaren.¹ EU-kommissionen offentliggjorde sommaren 2001 en grönbok om en europeisk ram för företagens sociala ansvar.² Före sommaren är en vitbok om företagens sociala ansvar att vänta. Utgångspunkten i grönboken var ett frivilligt engagemang från företagets sida, men i den debatt som följde har krav på

mera kategoriska utgångspunkter framförts bl.a. i Europaparlamentet. Framför allt förväntas EU utfärda tvingande bestämmelser om rapporteringen av det sociala ansvaret.³

The World Business Council for Sustainable Development har utformat en definition, enligt vilken ett socialt ansvarstagande företag förbinder sig att ständigt handla etiskt och bidra till den ekonomiska utvecklingen, samtidigt som det arbetar för att förbättra livskvaliteten inte enbart för de anställda och deras familjer utan också för hela lokalsamhället och samhället i stort.⁴ I kommissionens grönbok definieras socialt ansvar i likhet med

Kaisa Kausto är samhällspolitisk ombudsman vid Finska Försäkringsbolagens Centralförbund.

hållbar utveckling såsom en helhet bestående av ekonomiskt, socialt och miljörelaterat ansvar. Man talar om "triple bottom line", ett sätt att mäta ett företags totala resultat på grundval av den sammanlagda inverkan av dessa tre ansvarsområden.

Företagets primära ansvar, det ekonomiska ansvaret, är förutom att uppfylla ägarnas förväntningar på avkastning även att skapa allmän ekonomisk välfärd i samhället. Det sociala ansvaret har både en intern och en extern dimension. Internt gäller det sociala ansvaret främst företagets roll som arbetsgivare. Den externa dimensionen kommer till synes i inställningen till samhällets och den närmaste omgivningens utveckling, i förhållandet till intressenter dvs. konsumenter, kunder och samarbetspartners samt i företagets investeringsverksamhet. Det miljörelaterade ansvaret avser en hållbar hantering av miljöpåverkan och användningen av naturresurser. Enligt kommissionens grönbok finns det ingen konflikt mellan dels socialt ansvarstagande och ansvar för miljön, dels ekonomiskt ansvarstagande, utan kommissionen betraktar strävan efter balans mellan dessa tre ansvarsområden som en betydelsefull konkurrensfaktor för företagen och Europa.

Ett socialt ansvarstagande innebär alltid frivilligt engagemang utöver vad lagstiftningen kräver. Med kommissionens ord gäller det att "gå längre än vad som krävs". Varje företag måste självt formulera målen för sitt sociala ansvarstagande, som baserar sig på företagets värden. Företagets mål kan vara att bygga upp sitt varumärke (Brand Management), att utveckla sitt sociala kapital eller att uppnå en konkurrensfördel. En lämplig nivå för sitt engagemang kan företaget finna fram till i dialog med sina intressenter. Om företaget vill gå vidare från Brand Management och sträva efter konkurrensfördelar gör det klokt i att skapa en strategi för sitt ansvarstagande, där det tar ställning till intressenternas förväntningar. I likhet med företagens miljö- och

kvalitetsprogram förutsätter även strategin för ansvarstagande ett engagemang för ständig förbättring. Dessutom mäter ett ansvarsfullt företag sin verksamhet och rapporterar om sina resultat.

Finska Försäkringsbolagens Centralförbunds projekt för socialt ansvar

Ursprunget till debatten om socialt ansvarstagande står att söka i internationaliseringen. Av naturliga skäl har därför de stora multinationella företagen varit föregångare. I sin grönbok vill kommissionen göra det sociala ansvarstagandet till en del av både små och stora företags verksamhet även på hemmamarknaden. Finska Försäkringsbolagens Centralförbund beslöt våren 2001 att kartlägga, vad kravet på socialt ansvarstagande innebär för försäkringsbolag som i huvudsak är verksamma i hemlandet eller inom Norden. Frågan har beretts i en arbetsgrupp bestående av företrädare för medlemsbolagen och vid ett seminarium för branschens högsta ledning och experter i november. Målsättningen för 2002 är att definiera, vilka särdrag som följer av att ett företag är verksamt inom försäkringsbranschen. I arbetet utnyttjas redan relativt etablerade begrepp, mått och självvärderingsmetoder. Vår avsikt är inte att uppfinna hjulet på nytt, utan vi vill komplettera de mera allmänna arbetsredskap som bolagen använder, i syfte att synliggöra försäkringsverksamhetens särdrag.

Centralförbundet kan inte fatta beslut om ansvarstagande för bolagens räkning, utan varje bolag tar självt ställning till frågan om socialt ansvar utgående från sina egna värdekriterier. Inom Centralförbundet kan man dock föregripa de frågor som bolagen blir tvungna att besvara i samhällsdebatten. Idén att göra en sammanställning av för branschen viktiga frågor har en positiv betydelse för hela branschen, eftersom insikten om försäkringens

och försäkringsbranschens uppgift i samhället därigenom blir klarare.

Ekonomiskt ansvarstagande och socialt ansvarsfulla investeringar

Den viktigaste faktorn i ett försäkringsbolags ekonomiska ansvarstagande är förmågan att svara för de åtaganden som skapas genom försäkringsavtal. Eftersom dessa åtaganden ofta är mycket långsiktiga, inverkar hållbarheten i försäkringsbolagens verksamhet på den ekonomiska och sociala tryggheten över flera generationer. I Finland beviljas ett försäkringsbolag koncession om det kan antas tillämpa sunda och försiktiga affärsprinciper i sin verksamhet och förmå bära det ansvar som försäkringsavtalen medför.

Den genomgående strävan som präglar den finska försäkringslagstiftningen är att trygga den försäkrades och försäkringstagarens förmåner. Till detta syftar framför allt bestämmelserna om bolagets solvens och täckandet av den försäkringstekniska skulden. Bolaget skall se till att de tillgångar som täcker den försäkringstekniska skulden uppfyller stränga krav på säkerhet, avkastning, likviditet, diversifiering och spridning. För placeringen av tillgångarna skall försäkringsbolaget varje år göra upp en placeringsplan. I Finland har man diskuterat huruvida kraven på placeringsverksamheten kan göra det svårare att reagera ändamålsenligt på marknadsutvecklingen. Mot detta kan invändas att om flera av försäkringsbolagen i sin placeringsverksamhet företar snabba och samtidiga ändringar kan de föranleda störningar på marknaden på grund av de stora volymerna. I Centralförbundets socialansvarsarbetsgrupp har man övervägt om bolagen också borde ta ställning till möjligheten av sådana marknadsstörningar när de gör upp sina strategier för socialt ansvarstagande.

Granskningen av det ekonomiska ansvarstagandet leder också till frågor om branschens

betydelse för samhället i stort. Fördelningen av risker via försäkringar är i sig en förutsättning för en trygg ekonomisk verksamhet i samhället. Genom försäkring uppkommer betydande sparkapital och dessutom utökar livförsäkringen det frivilliga totala sparandet. I Finland utgör premieinkomsten bara ca 9 % av bruttonationalprodukten, medan försäkringsbolagens placeringar står för en andel som motsvarar drygt 60 % av bruttonationalprodukten. Försäkringsbranschens utveckling inverkar väsentligt på ekonomins och samhällets helhetsutveckling. Centralförbundets arbetsgrupp har sålunda dryftat frågan huruvida ett socialt ansvarstagande försäkringsbolag borde beakta detta då det utvecklar sin egen verksamhet. Om en sådan tanke godkänns, skulle den ha djupgående effekter exempelvis vid omstruktureringar av företag.

Försäkringsbolagen är betydande institutionella placerare, och deras verksamhetsprinciper väger tungt. De tillgångar som placeras utgörs huvudsakligen av den försäkringstekniska skulden och tillhör alltså varken bolaget eller ägarna. På den grund har allt oftare hörts krav på att försäkringsbolagen skall beakta etiska synpunkter och miljöpåverkan i sin placeringsverksamhet. MEP Richard Howitt som presenterat kommissionens grönbok för Europaparlamentet krävde att alla privata pensionsfonder i Europa skall förpliktas att redogöra för sina etiska normer på samma sätt som den gällande lagstiftningen i Storbritannien, Belgien, Nederländerna och Tyskland redan nu förutsätter.⁵

Flertalet finländska försäkringsbolag har redan definierat etiska principer för sin placeringsverksamhet. Följande fas i utvecklingen av det sociala ansvarstagandet kunde bestå i att dessa principer offentliggörs och öppet debatteras i enlighet med karaktären hos processen för socialt ansvarstagande.

I debatten om socialt ansvarstagande i placeringsverksamheten har försäkringsbolagens roll som ägare av placeringsobjekt hittills

ägnats föga uppmärksamhet. I egenskap av stora institutionella placerare utövar försäkringsbolagen betydande beslutanderätt i företag. Bolagens strategier för socialt ansvarstagande borde därför också innefatta en definition av en ansvarstagande ägarpolicy.

Socialt ansvarstagande

Internationella definitioner av företagens sociala ansvar inbegriper i stor utsträckning verksamhet som i de nordiska välfärdsstaterna handhas av den offentliga sektorn. Grundtanken i den nordiska välfärdsmodellen är att social trygghet eller deltagande i allmänbildande eller yrkesinriktad utbildning inte till någon del skall bygga på välgörenhet, utan att den offentliga sektorn skall svara för trygghet och utbildning.

I Finland består inkomsttryggheten av skattefinansierade minimiförmåner och inkomstrelaterade förmåner som ordnats genom lagstadgad, obligatorisk socialförsäkring. Administrationen av den obligatoriska socialförsäkringen har anförtrots de privata försäkringsbolagen. Det sociala ansvarstagandet är en dimension i skötseln av den obligatoriska socialförsäkringen som konkretiseras i att bolagen aktivt deltar i utvecklingen av socialförsäkringens innehåll. Försäkringsbolagen har på eget initiativ påtagit sig uppgiften att utveckla lösningar som främjar arbetspensionssystemets hållbarhet. Pensioneringen vill man senarelägga genom att introducera program som syftar till bättre arbetshälsa, så att de anställda i pensionsförsäkringsbolagens kundföretag trivs och stannar längre i arbetslivet. Den verksamheten har dock inte betraktats som ett uttryck för socialt ansvar, trots att den klart överskrider lagstiftningens krav på denna punkt.

Trots att den offentliga sektorn huvudsakligen svarar för den sociala tryggheten inverkar rätten till försäkring, försäkringens villkor och ersättningsgrunderna på inkomsttrygg-

heten och jämlikheten. Det finländska konsumentverket har i ett ställningstagande betraktat hemförsäkring som en nödvändighetsartikel och som en del av den inkomsttrygghet som skyddas av grundlagen.⁶ Många av de frågor som mäter hur det sociala ansvarstagandet uppfyllts gäller kund- och riskurvalet samt efterlevnaden av god försäkringssed. I detta sammanhang diskuteras t.ex. hur invaliditet, kön, sexuell inriktning, livsföring och etnisk bakgrund påverkar möjligheten att få försäkring, försäkringspremier och ersättningar.

Personalen är den viktigaste intressenten för ett ansvarstagande företag. Den externa dimensionen av företagets sociala ansvar är inte trovärdig om den interna dimensionen inte är ansvarsfullt skött. Eftersom Centralförbundets projekt koncentrerar sig på att klarlägga försäkringsbranschens särdrag, har man knappast alls tagit upp personalpolitiken, trots att den är en väsentlig del av det sociala ansvaret. En ansvarsmedveten personalpolitik i försäkringsbranschen avviker inte från ett ansvarstagande arbetsgivarbeteende inom andra branscher.

För kunden, särskilt för konsumenten, konkretiseras försäkringsbolagets ansvarstagande via försäkringsprodukterna och försäkringsavtalen. Försäkringsprodukter och försäkringsavtal är ofta svårtydda för den vanliga konsumenten. I Finland har konsumentens ställning stärkts avsevärt genom lagen om försäkringsavtal. Lagen kräver bl.a. att försäkringsbolaget skall sträva efter att definiera kundens risker och behov av skydd på ett heltäckande sätt. Bolaget skall ge försäkringstagaren de uppgifter denne behöver för att kunna bedöma försäkringsbehovet och välja försäkring. På konsumentrelationer tillämpas givetvis dessutom allmänna bestämmelser om konsumentskydd.

Även om lagen om försäkringsavtal, god försäkringssed och konsumentskyddsbestämmelserna i princip tryggar konsumenten mycket väl, bör ett socialt ansvarstagande bolag

också i sin verksamhet beakta olika konsumenters varierande förmåga att bedöma de uppgifter de erhållit och de produkter som står till buds. Också distributionskanalen inverkar på denna bedömning. Man har i den finländska debatten ställt frågan, om ett bolag som vill framstå som ansvarstagande exempelvis kan sälja en fondanknuten försäkring till en person, vars förmåga att förstå fondanknytningens betydelse med skäl kan ifrågasättas.

Ansvar för miljön

Försäkringsbranschens miljöpåverkan avviker inte från den påverkan som andra servicebranscher ger upphov till. De flesta finländska försäkringsbolag har ett miljöprogram som syftar till fortlöpande förbättring och som tar upp konsumtionen av energi, vatten och papper, avfallsmängden och möjligheterna till återvinning samt miljöpåverkan till följd av resor. De mest progressiva bolagen försöker till och med räkna ut de koldioxidutsläpp deras verksamhet förorsakar. Försäkringsbolagen deltar i uppförandet av fastigheter både genom sin affärsverksamhet och genom sin placeringsverksamhet. Detta ger dem en direkt kanal att påverka byggandets kvalitet och effekter på miljön. I egenskap av stora placerare kan försäkringsbolagen genom sin ägarställning inverka på andra företags miljöangelägenheter. Strategierna för socialt ansvar kunde därför också innehålla principer för bolagets egen anskaffnings- och byggnadsverksamhet samt definitioner av en ägarpolitik som betonar ansvaret för miljön.

Försäkringsbolagen kan påverka miljöns tillstånd via sina kunder. Eftersom kundens risk samtidigt är försäkringsbolagets risk, beaktar bolagen de miljömässiga konsekvenserna av kundens verksamhet då försäkringar beviljas och prissätts. Miljöriskerna beaktas också i det skadeförebyggande arbetet. I vissa

bolags service ingår kurser där deltagarna får veta hur miljöverkningarna av inträffade skador begränsas. Tjänster som stöder kundernas miljöansvar är ett bra och naturligt sätt för försäkringsbolagen att utsträcka sitt ansvarstagande även till kundrelationerna.

Centralförbundets projekt fortsätter

Arbetsgruppen vid Centralförbundet går vidare med arbetet på att skissera upp försäkringsbranschens sociala ansvar. Denna vår har huvudvikten lagts på en genomgång av branschens intressenter och deras förväntningar. I det syftet ordnar Centralförbundet sammanträffanden med personalorganisationer, konsumentorganisationer, politiska partier, ministerier och övriga samarbetspartners. Intressenterna kommer också att lägga fram sina synpunkter i början av juni vid Centralförbundets 60-årsseminarium, där det sociala ansvaret blir mångsidigt behandlat.

Noter

- ¹ The UN-business Global Compact; OECD Guidelines for Multinational Enterprises; Responsible Business Conduct: an ICC Approach
- ² Grönbok om främjande av en europeisk ram för företagens sociala ansvar, KOM(2001) 366
- ³ Europaparlamentet, Utskottet för socialfrågor och sysselsättning 5.2.2002, arbetsdokument
- ⁴ The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), ca 150 företags gemensamma projekt för att främja en ekologiskt och socialt hållbar utveckling
- ⁵ Europaparlamentet, Utskottet för socialfrågor och sysselsättning 5.2.2002, arbetsdokument
- ⁶ Se även MEP Howitts synpunkter på nödvändighetsartiklar, Europaparlamentet, Utskottet för socialfrågor och sysselsättning 5.2.2002, arbetsdokument