

**Kommunikation om whistleblower-ordning til stakeholders**

Mens implementering af selve den tekniske del af whistleblower-ordningen kan være relativt enkel, er der andre forhold for at optimere fordelene ved at have ordningen, som skal håndteres, og som er vanskeligere. Det er herunder meget væsentligt, at der sker en hensigtsmæssig kommunikation til interne og eksterne stakeholders i forbindelse med implementering af ordningen.

**Vigtige stakeholders i relation til indførelse af whistleblower-ordninger:**

Virksomheden bør indledningsvist grundigt overveje, hvilke stakeholders, der skal være og gøres opmærksomme på whistleblower-ordningen.

Kravet om whistleblowerordninger gælder medarbejdere, men virksomheden kan beslutte at også andre kan benytte ordningen som fx tidligere ansatte, praktikanter, aktionærer, frivillige, leverandører og kunder, der bliver opmærksomme på ulovlig adfærd i arbejdssammenhæng. Desuden er personer, der hjælper med indberetninger om ulovlige forhold, og tredjeparter, der er knyttet til den indberettende person, som kan opleve repressalier i en arbejdsrelateret sammenhæng, fx kolleger eller slægtninge til en whistleblower, også juridisk beskyttet.

Udover den juridiske forpligtelse til at kommunikere om ordningen, er der mange andre fordele ved at etablere en ordentlig kommunikation om whistleblower-ordningen.

**Overordnet om formål med kommunikationen:**

Formålet med kommunikationen bør overordnet være at:

* opbygge tillid til virksomheden og ordningen.
* understrege værdi og formål med ordningen for at øge transparens,
* reducere risici og tab og forhindre ulovlige aktiviteter hurtigere end senere,
* promovere ordningen som en forstærker af virksomhedens kerneværdier og adfærdskodeks.
* tage godt imod whistleblowere og understreg, at de, der handler i god tro, anses for at være loyale og modige.

**Kommunikation til interne interessenter:**

Når det gælder interne interessenter, herunder særligt en virksomheds medarbejdere, ligger det fast, at baggrunden for, at mange medarbejdere ikke tør agere som whistleblower er frygten for repressalier, eller fordi de tror, ​​at der ikke vil blive gjort noget reelt ved indberetningen. Derfor går virksomheder ofte glip af at få vigtig information, som de har brug for, for at kunne stoppe uhensigtsmæssig eller ulovlig adfærd i deres virksomhed.

En stor del af kommunikationen til medarbejderne sigter derfor på at skabe tillid til whistleblowerordningen og processen omkring ordningen og til virksomheden som en etisk attraktiv arbejdsplads, hvor der er mulighed for at forbedre kulturen mv. ved at ”blæse i fløjten”.

Inden der implementeres en whistleblowerordning i en virksomhed, stilles der ofte spørgsmålstegn ved, om virksomheden overhovedet vil modtage relevante indberetninger. Forskning viser, at virksomheder – i hvert tilfælde når de gennemfører en effektiv kommunikation om ordningen - normalt får sådanne indberetninger. Derved optimerer virksomheder muligheden for at modtage den rigtige type indberetninger snarere end for eksempel indberetninger, der bør fremsættes via andre klagekanaler i virksomheden.

**Kommunikation med eksterne interessenter:**

Når det gælder eksterne interessenter, herunder leverandører, kunder, partnere og investorer, er der to store fordele, som skal fremhæves. For det første kan implementering af en whistleblowerordning vise, at virksomheden er seriøs omkring forretningsetik og ønsker at være en virksomhed med integritet. Dette er værdifuldt for en virksomheds profil og noget, som især investorer i stigende grad er interesseret i.

For det andet kan indførelse af en whistleblower-ordning være en effektiv erstatning for egentlig tilstedeværelse af ledelse i fjerntliggende områder af værdikæden, fx i internationale virksomheder med globale forsyningskæder.

Her kan eksterne parter være værdifulde som potentielle whistleblowere. Etablering af en mulighed for indberetning til whistleblower-ordningen for eksterne parter udvider dermed virksomhedens rækkevidde og viser, at virksomheden er seriøst interesseret i at vide, om en kunde eller leverandør har mistanke om uhensigtsmæssigheder eller ulovligheder.

**Kommunikation skal omfatte en række elementer:**

Hjælp stakeholders med at føle sig trygge i tilfælde af indberetning:

* Lad det være muligt at indberette anonymt og kommuniker opfølgnings- og efterforskningsprocessen.
* Fremhæv sikkerhedsaspekterne ved ordningen, herunder krypteringen af data og databeskyttelse, adgangskoder, ingen sporbarhed til identitet af whistleblowere
* Kommuniker, at der kan indberettes når som helst og hvor som helst gennem den platform, som vedkommende vælger.
* Kommuniker klart om, at der ikke vil være nogen repressalier i relation til indberetninger, der foretages i god tro, og at dette i givet fald vil være ulovligt og kunne medføre sanktioner for virksomheden.

Virksomheden bør endvidere gennemføre intern uddannelse af medarbejdere for at modtage den rigtige type indberetninger. Der bør i forbindelse hermed gives medarbejdere:

* forklaring om, hvilke sager der tæller som en whistleblower-sager, både juridisk og med hensyn til interne politikker og retningslinjer, i modsætning til forhold, der skal indberettes via andre processer eller kanaler.
* Beskrivelse af den information, der skal medtages ved indberetningen, og
* information om, at sager behandles omhyggeligt af virksomheden og den eksterne aktør, der er udpeget til at håndtere indberetningen
* beskrivelse af, hvad der sker med indberetninger, når de er modtaget.
* kommunikation af de tidsrammer, inden for hvilken en whistleblower kan forvente at modtage bekræftelse på modtagelse og feedback,
* detaljer om ​​de personer eller eksterne aktører, der er udpeget til at administrere indberetningerne.

Juridiske krav:

* virksomheder er forpligtet til at kommunikere om, at en whistleblower kan henvende sig til eksterne kanaler, såsom kompetente myndigheder, og stadig være beskyttet som whistleblower,
* der er en pligt til overfor medarbejderne i virksomheden i en whistleblower-politik at informere medarbejderne om ordningen.

**Der er en række mulige informationskanaler om ordningen:**

Kommunikation til interne interessenter:

* på virksomhedens internet og intranet,
* i virksomhedens Code of Conduct,
* i materialer til introduktion af nye medarbejdere og
* afholdelse af egentlige træningsprogrammer og seminarer,
* offentliggørelse af en egentlig whistleblower-politik.

Kommunikation til eksterne interessenter:

* virksomhedens website,
* i virksomhedens Code of Conduct for leverandører, kundenyhedsbreve,
* i kommunikation vedrørende virksomhedens CSR-forhold, investoropdateringer og årsregnskab mv.