

Forretning for fremtiden

- succes med verdensmålene

AF ERIK THOMAS JOHNSON, ETJO@DI.DK
AF SØREN BRØNCHENBURG, vestburg@hotmail.com

Flere virksomheder, offentlige institutioner med flere arbejder i disse år på at få bæredygtighed, klima og verdensmål til fremadrettet at blive en del af deres kerneforretning. Flere har også erkendt, at denne transformation er en udfordring. I bogprojektet "Forretning for fremtiden - succes med verdensmålene" føres vi gennem nogle af de erfaringer, som flere end 50 virksomheder har fået ved at arbejde konkret med Verdensmålene. Erfaringer som alle virksomheder og organisationer - offentlige som private, store og små - kan lade sig inspirere af.

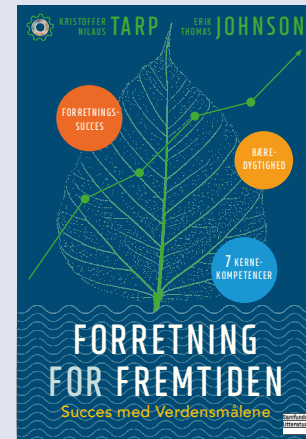
I bogen præsenterer de to forfattere, Kristoffer Nilaus Tarp og Erik Thomas Johnson, syv kernekompetencer, som de har udledt af erfaringer fra to projektførere under Industriens Fond: "Fra Filantropi til Forretning" (Dansk Industri) og "SDG Accelerator for SMV'er" (UNDP). Flere af virksomhederne arbejdede i programmerne med at bruge bæredygtighed som løftestang for øget indtjening gennem produkt- og serviceinnovation, strategiudvikling, omkostnings-reduktion, medarbejderengagement, styrkede forretningsmodeller og fokus på nye markeder. Ifølge de to forfatters analyser spillede kernekompetencerne en essentiel rolle i virksomhedernes arbejde med at omsætte verdensmålene til konkret værdi via sparede omkostninger, til at skabe nye markedsmuligheder og til at indgå i partnerskaber.

Kernekompetencerne er kendetegnet ved, at virksomhederne: 1) Skaber og følger en bæredygtig vision, 2) Måler sit aftryk, 3) Gentænker og innoverer, 4) Fo-

kuserer og realiserer, 5) Motiverer, involverer, engagerer, 6) Bygger, måler, lærer, opskalerer, og 7) Integrerer bæredygtighed i kerneforretningen. Forfatterne understreger samtidig, at det dog er sjældent, at alle kompetencer er til stede i én virksomhed eller organisation. Derfor tænker forfatterne, at kompetencerne kan bruges til at identificere, hvor man som organisation kan sætte ind. Fx er nogle virksomheder eminent gode til den tekniske del af bæredygtighed og til at dokumentere denne, men samtidig har de ikke nok fokus på at bruge denne viden til forretningsudvikling. Andre virksomheder er gode til at kommunikere og fortælle de gode bæredygtighedshistorier, mens andre måske har vanskeligt ved det med at samle viden og data. I bogen er alle kernekompetencerne rigt illustreret og forklaret via case-eksempler fra virksomheder, som har deltaget i de to projektførere. På den måde bliver man som læser fastholdt på, at det handler om forretningsudvikling i praksis.

Særligt to cases fra arkitektfirmaet Gehl og landinspektørfirmaet LE 34 illustrerer de udfordringer, som vejsektoren kan have med at se sig ind i verdensmålene, og de ahaoplevelser og den innovation som det giver aktivt at forholde sig til og arbejde med verdensmålene og delmålene.

Som eksempler på bæredygtige tiltag i transportsektoren nævner Erik Thomas Johnsen i samtale med Søren Brønchenburg: 1) Tiltag som modværker tom kørsel igennem bedre styring og salg af tomplads, 2) Prioriteret brug af alternative brændstoffer, som ikke nødvendigvis giver øget indtjening, men som internt og eksternt giver fokus på bæredygtighed - det vil sige "symbolværdi", 3) Tilrettelæggelse af sin kørsel ind til store og større byer på andre tids-



"Forretning for fremtiden: Succes med Verdensmålene", Samfundslitteratur, Oslo, december 2020, 267 sider. Forfattere: Kristoffer Nilaus Tarp og Erik Thomas Johnson. ISBN (trykt bog): 978-87-593-3507-9 og ISBN (elektronisk version): 978-87-593-3860-5. Nøgleord: bæredygtighed, verdensmål, forretningsudvikling, transport, erhvervsliv.

punkter end i myldretiden, hvilket giver mindre tid i kø og kortere leveringstid. Det betyder, at man i sidste ende når flere kunder inden for samme tid, og at man har mindre forbrug af brændstof og ressourcer, 4) Kørselsoptimering via brug af software, som optimerer chaufførers kørsel, retning/rute og hastighed.

- Eksemplerne kan både minimere spild, give energieffektivitet og forbruge færre materialer, fortæller Erik Thomas Johnsen.

Omvendt kræver flere af disse tiltag adgang til fx Big data, IoT-løsninger og så videre, som det kan være vanskeligt at få adgang til som mindre organisation. Her peger Erik Thomas Johnsen på, at partnerskaber er vigtige, for selv om man skal samarbejde med konkurrenter, så handler det i sidste ende om at fastholde eller forbedre resultater på bundlinjen. God arbejdslyst med verdensmålene. ●

Spørgsmål til bogen og dennes cases kan sendes til enten Kristoffer Nilaus Tarp, mail: knt@concordconsulting.org eller Erik Thomas Johnson, mail: ETJO@DI.DK