

- Verdensmål i virksomheder

Vælger en dansk virksomhed at arbejde strategisk med FN's Verdensmål, vil det åbne op for en række fordele og muligheder, som kan bidrage til at styrke virksomhedens position på markedet såvel som i rollen som samfundsansvarlig aktør. Det er således anslået, at virksomheders arbejde med Verdensmålene kan åbne op for \$12 billioner i uforløst potentiale.¹ Som Claus Stig Pedersen, Head of Corporate Sustainability & Public Affairs hos Novozymes, tilføjer: "Hvis bare halvdelen af verdensmålene bliver opfyldt, så har vi stadig i dag den bedste krystalkugle til at kigge ind i fremtiden i, vi nogensinde har haft. Vi efterspørger altid, hvad de langsigtede politiske prioriteringer er, så vi kan investere og udvikle klogt til et fremtidigt marked."² Nedenfor er nogle af de mest åbenlyse fordele og muligheder ved det strategiske arbejde med Verdensmålene konkretiseret og inddelt efter kategorierne: *investering, HR – millennials – purpose, branding, innovation, samfundsudvikling/globalisering, samt tværsektorelle partnerskaber.*

INVESTERING

- **Identificering af fremtidige forretningsmuligheder:** Med Verdensmålene tydeliggøres de største udfordringer, som verdenssamfundet står overfor. Verdensmålene skaber således voksende markeder for de virksomheder, som tager Verdensmålene alvorligt, og som er i stand til at levere innovative løsninger inden for netop disse problemområder
- **Stabilisering af samfund og markeder:** Der er betydelige risici forbundet med at drive forretning i samfund og på markeder, som ikke har en høj grad af regelstyring og transparens, eller som er kendetegnet ved udbredt korrupsion. Opfyldelsen af Verdensmålene vil reducere disse risici signifikant gennem eksempelvis at fremme ansvarlige og veldrevne institutioner
- **Fremme ligestilling og styrke kvinders rettigheder:** Sådanne tiltag vil bidrage til etableringen af et "emerging market" på samme størrelse og med købekraft som Kinas og Indiens befolkninger tilsammen³
- **Øget værdi af bæredygtighed:** Ved at integrere bæredygtighed i værdikæden styrker virksomheder deres profitgrundlag gennem eksempelvis øget salg, udvikling af nye markedssegmenter, et stærkere brand, forbedret operationel effektivitet, produktinnovation og fastholdelse af medarbejdere. Forskningen peger på, at virksomheder med en stærk social og bæredygtighedsprofil har tilsvarende lavere gældsomkostninger, og at de generelt udkonkurrerer markedet målt i en 3-10-års horisont.⁴⁵

¹ Rapport fra Davos: <https://www.reuters.com/article/us-davos-meeting-development/businesses-can-unlock-12-trillion-via-key-development-goals-davos-study-idUSKBN1500D6>

² Claus Stig Pedersen i Altinget: <https://www.altinget.dk/civilsamfundetsvidenscenter/artikel/novozymes-tilslut-jer-verdensmaalene-eller-bliv-koert-over>

³ SDG Compass: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

⁴ SDG Compass: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

⁵ PwC Verdensmålsguide: <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/publications/PwC-sdg-guide.pdf>

HR – MILLENNIALS – PURPOSE

- **Etablere et fælles sprog og formål:** Verdensmålene udstikker en fælles ramme for handling og et sprog, der vil hjælpe virksomheder med at kommunikere mere ensartet og effektivt med interessenter om deres påvirkninger og resultater
- **Styrke relationer til interessenter:** Verdensmålene afspejler forventninger fra interessenter såvel som fremtidig politisk- og lovgivningsmæssig retning alle niveauer. Virksomheder, der tilpasser deres prioriteter til Verdensmålene, kan styrke deres "license to operate" og dermed øge engagementet fra kunder, medarbejdere og andre interessenter. Virksomheder, som ignorerer Verdensmålene, vil i stigende grad blive udsat for juridiske krav, klager og risiko for dårligt omdømme⁶⁷
- **Tiltrække de yngre generationer/millennials:** Denne aldersgruppe lægger i stigende grad vægt på parametre som socialt ansvar, bæredygtig praksis, samt et unikt og fremtrædende "purpose." Det eksplicite og strategiske arbejde med Verdensmålene udgør frontlinjen i kampen for at tiltrække de dygtigste unge talenter⁸
- **Forbedre vilkårene for øget ekspertise blandt medarbejdere:** Styrkelsen af uddannelsesmuligheder i samfundet – som anbefalet i forbindelse med Verdensmålene – vil bidrage til at skabe bedre uddannede medarbejdere med øget ekspertise.

BRANDING

- **Differentiere sig på markedet:** Alle virksomheder, som ønsker at blive taget seriøst blandt forbrugere, regeringer og konkurrerende virksomheder, vil før eller senere skulle forholde sig til Verdensmålene. På nuværende tidspunkt er det dog et fåtal af virksomheder, som har udnyttet det potentiale, der ligger i at profilere sig inden for Verdensmålene. Målene kan med fordel opfattes som et allerede etableret værktøj til branding af virksomheder, og endda med stor grad af social legitimitet
- **Få adgang til nye forbrugersegmenter:** Forbrugere, der inkluderer etiske overvejelser i valget af produkter og services (hvilket udgør en stigende tendens på verdensplan), vil kunne aktiveres som følge af en tydelig indsats i forbindelse med Verdensmålene
- **Afværge kriser:** Eksplicit tilslutning til Verdensmålene vil styrke en virksomheds CSR-profil, hvilket kan mindske risikoen for negativ omtale samt for at blive målet for eksempelvis aktivistiske kampagner.

⁶ SDG Compass: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

⁷ DIEH rapport:

https://samfundsansvar.dk/sites/default/files/media/informationsindsats_om_verdensmaalene_rettet_mod_smver_-_et_projekt_stoettet_af_erhvervsstyrelsen.pdf

⁸ SDG Compass: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

INNOVATION

- **Nyt ledelsværktøj:** Virksomheder kan bruge Verdensmålene som en overordnet ramme til at forme, styre, kommunikere og rapportere deres strategier, mål og aktiviteter⁹
- **Nye markedsmuligheder:** Globale bæredygtighedsudfordringer udgør markedsmuligheder for de virksomheder, der er i stand til at udvikle og levere innovative og effektive løsninger, herunder:
 - a) Innovative teknologier til at øge energieffektivitet, vedvarende energi, energilagring, bæredygtigt byggeri og transport
 - b) Informations- og kommunikationsteknologi (ICT) og andre løsninger, der erstatter traditionelt producerede produkter og dermed reducerer udledninger og affald.¹⁰

SAMFUNDSUDVIKLING/GLOBALISERING

- **Tydelig kobling mellem virksomheders og samfunds prioriteter:** Opfyldelsen af Verdensmålenes målsætninger inden for områder som eksempelvis bæredygtig udvikling, fattigdom, sundhed, uddannelse, klimaforandringer og miljø er af helt grundlæggende vigtighed for alle aktører i samfundet. Det er således til gavn for alle når virksomhederne hjælpe med at opfylde målene ved eksplicit at koble deres strategier til de globale prioriteter¹¹
- **Udvikling til gavn for alle:** Verdensmålene vil hjælpe med til at løfte milliarder af mennesker ud af fattigdom, hvilket vil skabe nye og voksende forbrugermarkeder verden over¹²
- **Sikre de fælles ressourcer:** Tilslutning til Verdensmålene kan mindske det hensynsløse overforbrug af naturressourcer som eksempelvis vand, frugtbar jord, metaller og mineraler, som virksomheders produktion er afhængige af.¹³

TVÆRSEKTORELLE SAMARBEJDER

Verdensmålene bidrager til at skabe synergi mellem forskellige aktører i arbejdet med at løse verdens største samfundsmæssige udfordringer. Blandt fordelene for virksomheder ved tværsektorelle samarbejder er muligheden for at:

- a) **Øge legitimitet** gennem associering med en vellidt civilsamfundsorganisation og ”den gode sag”
- b) **Afværge kriser** gennem den øgede legitimitet, som kan hjælpe med at flytte eksempelvis aktivistisk fokus fra virksomheden
- c) **Accelerere innovation** gennem nye perspektiver og yderligere ekspertise fra det tværsektorelle samarbejde
- d) **Forudse skift i efterspørgsel** gennem samarbejdsorganisationens alternative forbindelser til borgere og forbrugersegmenter samt indsigt i udviklinger og tendenser
- e) **Forme lovgivning** gennem fælles lobbyindsats

⁹ SDG Compass: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

¹⁰ SDG Compass: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

¹¹ SDG Compass: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

¹² SDG Compass: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

¹³ SDG Compass: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

- f) **Sætte branchestandarder** gennem innovative samarbejder, der udmærker virksomheden med "best practice" på området.

SAMMENFATNING

Verdensmålene bør ses som en respons på, at vores planet står over for massive økonomiske, sociale og miljømæssige udfordringer.¹⁴ Mogens Lykketoft, tidligere formand for FN's Generalforsamling, slår fast, at Verdensmålene ikke "bare en fin opskrift på den 'gode' fremtid. Det er også en melding om, hvor rablende galt det kan gå, hvis vi ikke ændrer kursen for den globale udvikling NU."¹⁵

For virksomhederne repræsenterer Verdensmålene dog også helt grundlæggende et overskueligt og tilgængeligt værktøj til at identificere nye forretningsmuligheder og åbne op for nye markeder, samt en fantastisk mulighed for at profilere sig yderligere og særligt hverve unge talenter fra millennium-generationen. De unge tiltrækkes nemlig i stigende grad af den øgede brandværdi og af den styrkelse af virksomhedens "purpose," som findes i det eksplicite arbejde med Verdensmålene, og det er én af hovedårsagerne til, at alle virksomheder bør engagere sig i det strategiske arbejde med Verdensmålene til gavn for alle tre bundlinjer.

KILDER

Claus Stig Pedersen i Altinget (29. august, 2017)

<https://www.altinget.dk/civilsamfundetsvidenscenter/artikel/novozymes-tilslut-jer-verdensmaalene-eller-bliv-koert-over>

Dansk Initiativ for Etisk Handel (DIEH): *Informationsindsats om Verdensmålene rettet mod SMV'er*

https://samfundsansvar.dk/sites/default/files/media/informationsindsats_om_verdensmaalene_rettet_mod_smver_-_et_projekt_stoettet_af_erhvervsstyrelsen.pdf

PricewaterhouseCoopers (PwC): *Navigating the SDGs: a business guide to engaging with the UN Global Goals* <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/publications/PwC-sdg-guide.pdf>

Steen Hildebrandt (2016): *Bæredygtig global udvikling*, DJØF/Jurist- og Økonomforbundets Forlag

United Nations Global Compact (UNGC): *Blueprint for Business Leadership on the SDGs*

<http://blueprint.unglobalcompact.org/sdgs/intro/>

United Nations Global Compact (UNGC), Global Reporting Initiative (GRI) og World Business Council for Sustainable Development (WBCSD): *Verdensmålskompasset*

https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/11/SDG_Compass_Guide_Danish.pdf

¹⁴ DIEH rapport:

https://samfundsansvar.dk/sites/default/files/media/informationsindsats_om_verdensmaalene_rettet_mod_smver_-_et_projekt_stoettet_af_erhvervsstyrelsen.pdf

¹⁵ Mogens Lykketoft i Steen Hildebrandt (2016): "Bæredygtig global udvikling"