

Velkommen

Bæredygtigheds Konference 2021



Dato: 07.12.2021

Erhvervsakademi Dania i Randers

Program

- Kl. 8.30** Tjek ind – Netværk og morgenkaffe
- Kl. 9.00** Erhvervsakademi Dania byder velkommen
- Kl. 9.05** **Nyeste forskning: Hvordan implementerer lokale SMVer bæredygtige initiativer** v. Lotte Buchbjerg
- Kl. 9.30** **Praktiske erfaringer fra FN17 Business i Viborg** v. Rikke Agerholm
- Kl. 10.00** **Implementering af bæredygtighed** v. Dennis Thaagaard
- Kl. 10.45** Pause
- Kl. 11.00** **Øget Konkurrenceevne og fremtidssikring gennem kendskab til CO2 aftryk** v. Anne Zaff
- Kl. 11.45** Netværk og sandwich

Bæredygtighedskonference 2021



Agenda

1. Forskning på Dania
2. SMVer og Verdensmålene
3. Resultater

”En bæredygtig udvikling er en udvikling, som opfylder de nuværende behov, uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare”

(Brundtland Rapporten, 1987 – Vor fælles fremtid)



HVORFOR

- Indsigt i erhvervet
- Indsigt i emnet bæredygtighed
- Erfaringer ind i undervisningen
- Up-to-date viden
- Tættere kontakt til erhvervet

Frascati projekt på
Markedsføringsøkonom
uddannelsen i Randers

Verdensmålene som konkurrencefordele i Østjyske SMV'er



RQ og underspørgsmål

'Hvordan arbejder udvalgte små og mellem store midt- og østjyske produktionsvirksomheder med de 17 Verdensmål med henblik på at skabe konkurrencefordele'

- Hvordan er kendskabet til FNs 17 verdensmål blandt lokale SMV'er?
- Arbejder virksomhederne med verdensmålene ud fra en hhv. proaktiv eller reaktiv tilgang?
- Hvordan arbejder virksomhederne med bæredygtighed til værdiskabelse fordelt på fire forskellige drivere (højtydende organisation, vækst, kapitalafkast og risikostyring)?
- Hvordan forventer virksomhederne, at bæredygtige tiltag vil skabe værdi for dem i fremtiden?
- Hvilke konkrete eksempler på "best practise" i forhold til værdiskabelse i arbejdet med bæredygtighed findes der i Midt- og Østjylland.
- Hvordan anbefales virksomhederne at indarbejde bæredygtighed ifht. videre værdiskabelse?





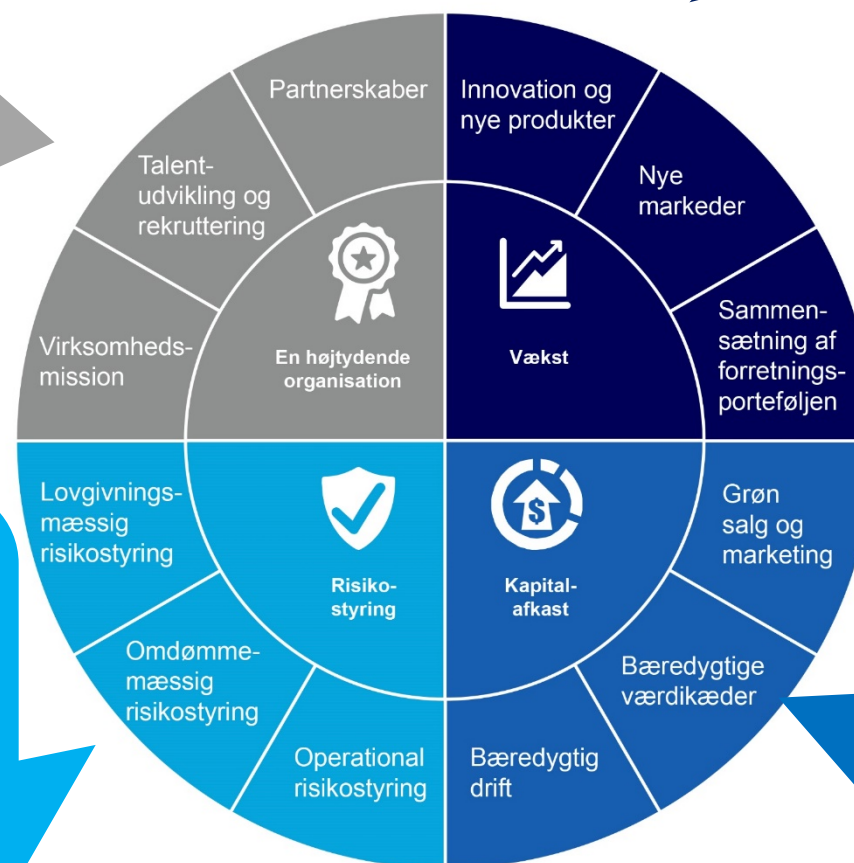
Bæredygtighedskompass

En højtydende organisation:

...er proaktiv, har større organisatorisk commitment, har længere tidshorizont – afspejlet ved højt niveau af topledelses- og medarbejderinvolvering

Risikostyring:

...at kunne nedsætte risici fra lovgivning eller omdømme og at håndtere risici for driftsforstyrrelse (grundet ressourceknaphed, klimaændringer eller samfundsrisici)



Vækst:

...er relateret til evnen til at kunne udvikle nye bæredygtige produkter, teknologier og forretningsmodeller til nye segmenter eller geografiske kunder og lade bæredygtighed som mulighed guide beslutninger

Kapitalafkast:

...er relateret til højere priser berettiget af markedsføring af bæredygtige karakteristika, ...at reducere omkostninger og forbedre produkters værdi ved at optimere ressourcehåndtering og bedre ressourceforvaltning (fx vand, affald, energi)



Dataindsamling

- 19 personlige interviews
- 1 times varighed
- Semistruktureret spørgeramme
- Formåls udvælgelse
- Midt- og Østjylland
- Fremstillingsindustri
- SMV (10-249 ansatte)
- Data indsamlet 2. halvår 2020





The 5 Stage Sustainability Journey

Fase 5

Det kendetegner *fase 5 virksomheder*, at de er drevet af en passioneret commitment til at forbedre virksomheden, samfundet og miljøet, fordi det er det rigtige at gøre.

Fase 4

Det kendetegner *fase 4 virksomheder*, at bæredygtighed bliver en integreret del af forretningsstrategien og marketing mixet. Virksomheden påbegynder en branding/re-branding.

Fase 3

Det kendetegner *fase 3 virksomheder*, at de bevæger sig fra reaktiv mod proaktiv, de kan reducere omkostninger og risiko ved investere i bæredygtige løsninger i fx produktionen

Fase 2

Det kendetegner *fase 2 virksomheder*, at de fokuserer på bundlinjen. Bæredygtighed betragtes som en omkostning og i kraft af perifer kundeefterspørgsel er det ikke en nødvendighed for fremtidig eksistens.

Fase 1

Det kendetegner *fase 1 virksomheder*, at de ikke opfylder loven – de er ikke en del af denne undersøgelse



Segmentering

Fase 2



Fase 3



Fase 4



Fase 5





Status for fase 2'erne

En højtydende organisation:

...ingen medarbejdere er særligt allokeret til arbejdet
...ikke formaliseret netværk eller partnerskaber
...manglende viden om bæredygtighed
...bæredygtighed ikke integreret i strategi eller organisationskultur



Vækst:

...ingen kunder efterspørger bæredygtige løsninger
...nye produkter skal først og fremmest dække kundens behov

Kapitalafkast:

..bæredygtighed betragtes som en omkostning
..priserne på nye bæredygtige produkter forventes at være højere

Risikostyring:

...afventer lovgivning
...ens vilkår for alle

Fremtiden:

...afventer lovgivning på området

Anbefalinger til fase 2'erne

En højtydende organisation

- Ansættelse af medarbejdere med interesse i bæredygtighed
- Partnerskaber med uddannelsesinstitutioner, kommunen, kunder og/eller leverandører

Vækst

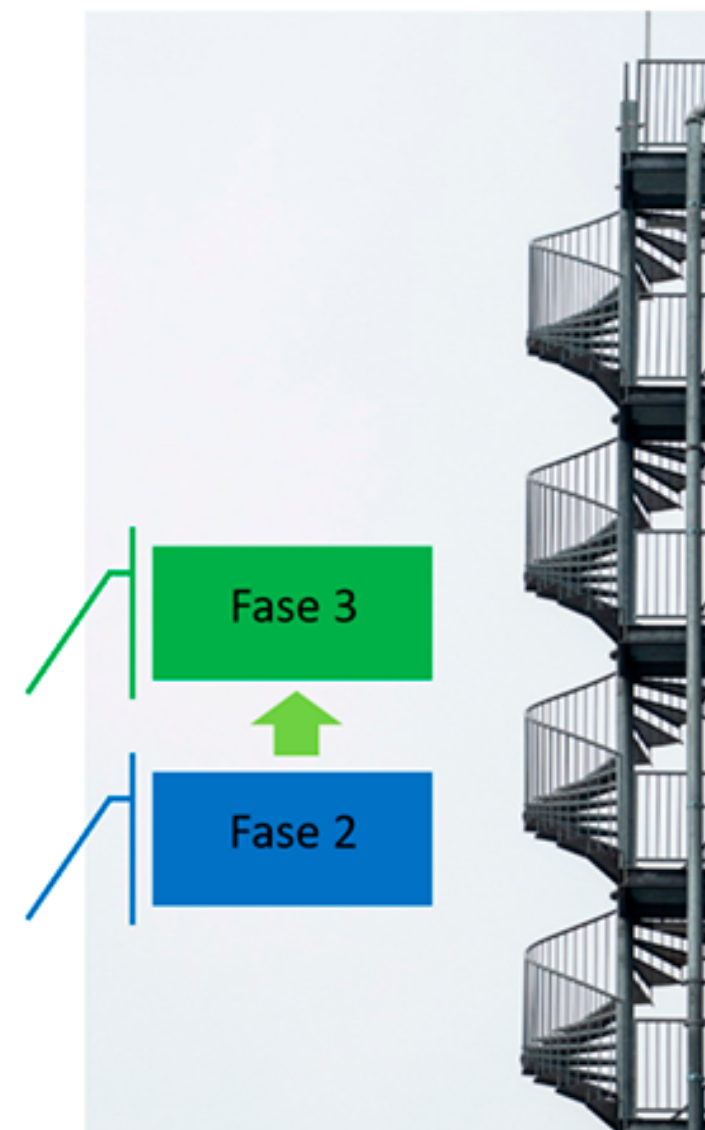
- Udvikling af nye bæredygtige produktkoncepter
- Udskil bæredygtige initiativer i et særskilt selskab, der udelukkende har fokus på bæredygtighed

Kapitalafkast

- Udvikling af et nyt enkelt produkt
- Optimering af produkt, materialer, emballage og/eller produktion i en mere bæredygtig retning kan give besparelser på længere sigt
- Markedsføring af enkeltprodukter/-initiativer

Risikostyring

- Vær på forkant med lovgivning
- Udvælg konkrete verdensmål



Anbefalinger til fase 3'erne

En højtydende organisation

- Forankring af verdensmålene i strategi og organisation
- Indarbejdes i vision mhp en tydelig positionering i kundernes bevidsthed
- Inddrage verdensmålene i dialogen ved opstart af nye samarbejder

Vækst

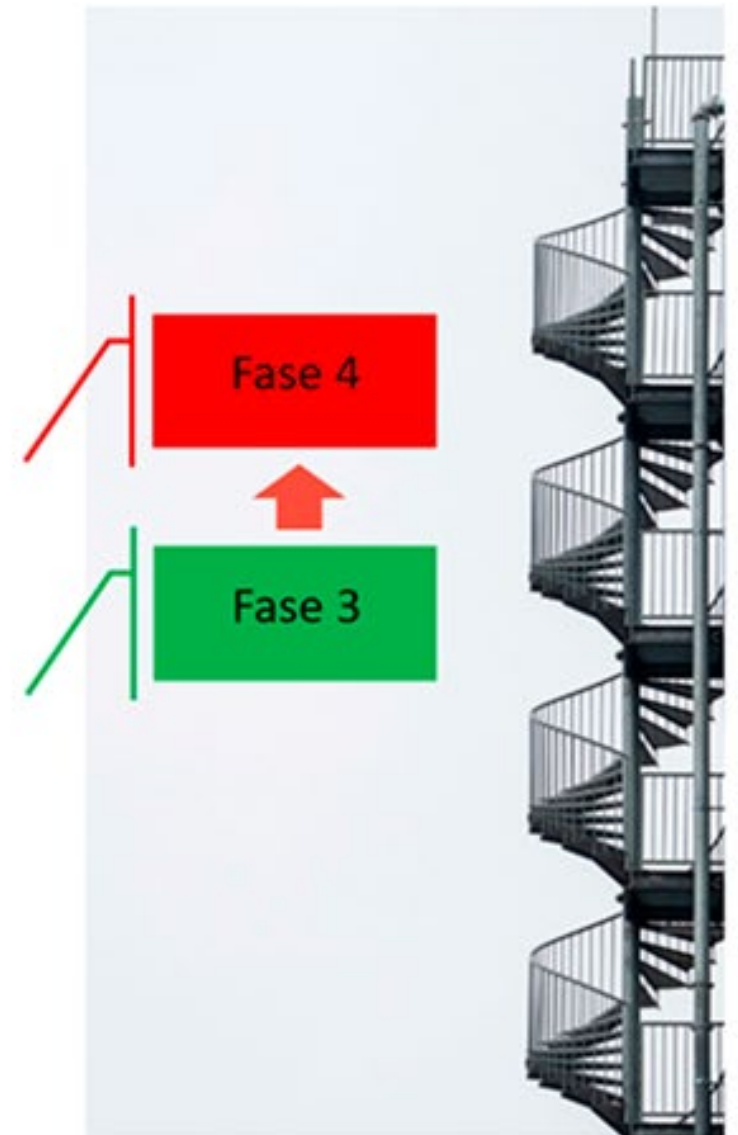
- Tænk cirkulært i stedet for lineært i nye produkter

Kapitalafkast

- Brug bæredygtige initiativer kommercielt i markedsføring
- Aktiv (re-)branding af virksomheden i relation til bæredygtighed

Risikostyring

- Opstil mål i relation til verdensmålene
- Dokumentation af indsatsen med det bæredygtige arbejde





Resultater

- Rapporten
- Test af fase
- Cases
- Konferencer
- Samarbejder
- Relaterede uddannelser



Bæredygtighed har fået stigende opmærksomhed de seneste 20 år i takt med øget bevidsthed om såvel miljømæssige som menneskelige konsekvenser af den nuværende indretning af samfundet.



Projektet centrerer sig om muligheden for at udnytte de bæredygtige indsatser til at skabe konkurrencemæssige fordele for virksomhederne i kraft af den differentiering, der opnås, når man tilbyder andre løsninger end konkurrenterne til

Bæredygtig forretningsudvikling

3½ årig professionsbachelor i samarbejde med Cph business

Teoretisk og faktuel viden



Bæredygtighed

Bæredygtighed og FN's Verdensmål (SDG)
PLANET: principper for bæredygtighed (Økologi, det holistiske billede), Environmental footprint, climate change, biodiversity protection, green innovation (bio and eco technology, genbrugsmaterialer, recycling, up-cycling), bæredygtighed i makroperspektiv
PEOPLE: etik, samfundsansvar, prosperity, CSR, privatlivsbeskyttelse, socialt ansvar, relationer, kultur og netværk og partnerskaber
PROFIT: ESG, bæredygtige forretningsmodeller, den bæredygtige forretning, cirkulær økonomi, bæredygtighed og branche, bæredygtighed og forbrugere, bæredygtig strategi, det grønne regnskab (nøgletal), den grønne forbruger, sustainability roadmap, CO2 regnskab, green premium, EU-Taxonomi, lovgivning og compliance, bæredygtigheds audit certificeringer
PURPOSE: Processer for varig bæredygtigudvikling af forretning og mål

ikke formaliseret



formaliseret



LCA (livscyklusanalyse) af produktets/forretningens/branchens/bæredygtighed



Forretningsudvikling

Udvikling af nye og eksisterende forretningsmuligheder.
VIRKSOMHED: virksomhedsformer, statistik, organisering, forretningsstrategi, forretningsmodeller, værdikæde, start-ups, Innovation, CSR (ESG, SDG)
MARKED: markedsanalyse, markeds-kommunikation, markedsføringslov og etik, kundeadfærd (psykologi)
ØKONOMI: ROI, Triple bottom line, KPI, resultat, likviditet, break-even, BI, Økonomi, budgetter, investering, micro-makroøkonomi, erhvervsøkonomi, erhvervsjura

Analyse af forretningsmodeller trendanalyse, risikoanalyse, succeskriterier, virksomhedsanalyse, situationsanalyse



Teknologi

DATA: tracking/indsamling, processering, analyse, anvendelse af interne og eksterne data, IOT + sensors
AI: automatisering, robotics, machine learning, NLP
SIKKERHED: blockchain, cryptoteknologi, open public ledger
SIMULATION: digital tvilling
ARKITEKTUR: cloud, client/server, microservices, API integration, databaser, business logic, algoritmer

Analyse af forretningens teknologiske modenhed, forretningens data



Forandingsledelse og Kommunikation

Den bæredygtige integrator/navigatør, ledelsesfilosofi, projektledelse, samarbejde og teams, kultur, strategi, digitale platforme: SOME-kanaler, opinionsledere, community, adfærdspsykologi, ekstern kommunikation, profilering, PR, forandringskommunikation, forandringsprocesser, walk-the-talk/ værdier/golden circle: why, how what

Analyse af interessenter, organisationen og kommunikationen

Dimittendprofil



- Stærk forretningsudvikler
- Bæredygtighed i et kunde og samfundsperspektiv
- Teknologisk og digital forståelse
- Forstår at anvende LCA, som innovations driver
- Viden om EU taxonomi, certifikationer, gældende lovgivning på området



Tak for opmærksomheden

Kontakt os...

Forskningsprojekt ideer

Samarbejder

Find hele rapporten på vores website

www.sustainabilitymarketing.dk

