

ARTIKEL

Hvordan kan social bæredygtighed betale sig?



Artiklen er skrevet af Mette Dal Pedersen og Niels Henriksen

***Humanize Consult** er et konsulenthus med plus 30 konsulenter, der forbinder forretningen med mennesker og viser vejen til bæredygtige organisationer og lederskab med sund bundlinje. Vi skaber den bedste version af alle mennesker og organisationer, så de kan træde kraftfuldt ud i verden.*

Hvordan kan social bæredygtighed betale sig?”

I denne tid ser vi de første ESG-rapporter fra de helt store danske virksomheder, når årsregnskaberne offentliggøres. Der er brugt tusindvis af timer til at få samlet de data, som lever op til EU's nye krav til bæredygtighedsrapportering. Og allerede nu mærker de mindre virksomheder, som er en del af værdikæden at kravene også væltes over på dem.

Fremfor kun at se de stigende compliancekrav til ESG-data som udgift, så kan den viden og forståelse af egen produktion, organisering og ledelse som ESG-rapportering kan give blive en god investeringscase for mange flere mindre virksomheder. Særligt når det gælder S – den sociale bæredygtighed, hvor kravene ikke bare handler om ansvarlighed, men også om at styrke virksomhedens langsigtede konkurrenceevne og attraktivitet.

Ifølge The Natural Marketing Institute (global dataspecialist i markedsanalyse inden for sundhed og bæredygtighed) er 58 % af kunderne mere tilbøjelige til at købe dine ydelser, når de ved, at din virksomhed er bevidst om sin indvirkning på samfundet og miljøet. Hvad tænker dine kunder og samarbejdspartnere om jeres sociale bevidsthed og ansvarlighed?

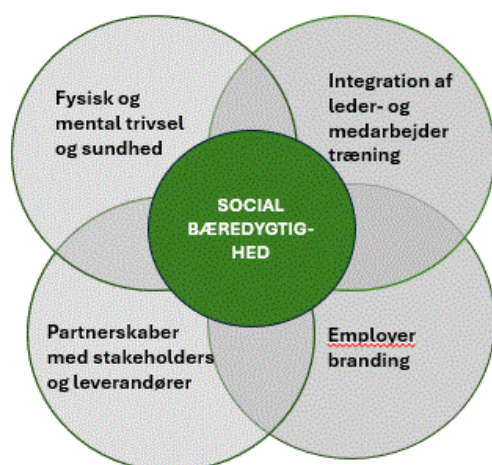
Når det gælder S-dimensionen, social bæredygtighed så er det en strategisk mulighed for at investere i fremtidens arbejdsplads, tiltrække de bedste talenter og styrke langvarige relationer til både kunder, samarbejdspartnere og investorer.

Social bæredygtighed i ESG – Investeringen i fremtidens arbejdsplads

Fremtidens arbejdsplads skal tilbyde mere end blot effektive processer og produkter – den skal også understøtte en helhedsorienteret tilgang til social bæredygtighed. Det indebærer både en indre dimension, hvor medarbejdernes kapabilitet som trivsel, motivation og psykologiske tryghed er endnu mere i fokus, og en ydre dimension, hvor virksomheden tager aktivt ansvar ved at handle og købe socialt ansvarligt ind og samt engagerer sig i lokalsamfundet.

Øget social bæredygtighed kan blive endnu mere afgørende for virksomhedens konkurrenceevne i fremtiden, fordi medarbejdernes kompetencer, trivsel og performance er det vigtigste aktiv, når næsten al produktion og processer kræver et markant højere vidensniveau end for 10-20 år siden. Lidt enkelt sagt: hvis robotten eller den kunstige intelligens ikke programmeres og betjenes af fagligt og socialt kompetente medarbejdere, så bliver der ikke tilstrækkeligt udbytte af investering i teknologierne. Det er mennesker, der driver innovation, skaber relationer og bygger den kultur, som brander virksomheden eksternt. Kun ved også at investere i indre bæredygtighed kan vi opnå reel, varig vækst – både for organisationen og for samfundet.

Fire investeringer for gevinst i social bæredygtighed hænger sammen



De klassiske HR-indikatorer, som mange virksomheder allerede måler på eller nemt kan indsamle data om, er også der, hvor de første gevinster kan høstes. Det er sygefravær, trivsel og medarbejderomsætning som grundsten for mere motiverede og præsterende medarbejdere.

De virksomheder, der allerede gør det godt på de klassiske HR-indikatorer investerer også i lederes og medarbejderes kompetencer inden for f.eks. stressforebyggelse, sundere livsformer, fleksibel arbejdsplanlægning og øget diversitet. Der er mange studier som viser meget positive sammenhænge mellem stor grad af forskellighed i et team og en positiv gruppedynamik baseret på gensidig støtte og teamsamhørighed, der øger deres performance. (se f.eks. "Diversitet på arbejdspladsen fører til social samhørighed og trivsel i dit team", v/ Lotte Holck ass. professor, Institut for Organisation, Copenhagen Business School). Derfor skal der investeres i at ledere kan ansætte og lede mere mangfoldige teams, fagligt og socialt på tværs af uddannelser, fag, køn, kultur og generationer. Med et faldende arbejdsudbud i Danmark er det endnu mere presserende at have fokus på det.

Der vil også være flere gevinster for virksomhedens kundebrand blot ved at kommunikere hvad man gør godt på social bæredygtighed, og hvordan virksomheden differentierer sig på markedet. Samtidigt er positive indikatorer som knytter sig til social bæredygtighed ofte nemme at se og

opleve som medarbejder og nemmere at knytte an til en employerbranding.

Stærke fortællinger som kan dokumenteres med ESG-data om jeres sociale værdier øger troværdigheden hos banker, investorer og samarbejdspartnere. Det kan få afgørende betydning for kapitaltilgangen og virksomhedens udvikling. Tilbage til værdikæden i ESG. Når konkurrenterne også leverer på gode data på E/Miljø og Klima og G/Ansvarlig forretningsledelse, så det måske netop et stærkt S, der kan skille jer ud?

Kom i gang nu selvom det ikke er nemt

Klassisk virksomhedsledelse og ejere fokuserer på finans, strategi, produktion og marketing (bundlinjen), mens den 'sunde linje' handler om arbejdsmiljø, reduceret sygefravær og medarbejdernes trivsel. Det sidste ses ofte som en "nødvendig udgift" - men hvordan bliver vi endnu bedre til at kvantificere de bløde værdier og integrere dem med og som de hårde tal?

Investering i øget social bæredygtighed er en businesscase med mange komponenter, hvor man skal vise, hvordan en stærkere social bæredygtighed kan drive innovation, fastholde de bedste talenter og styrke relationer til både kunder og samfund.

Vi vil pege på tre greb til få hul på at gøre social bæredygtighed til et strategisk investeringsområde, fremfor kun en udgift for at se godt ud i den næste ESG-rapport.

- 1) **Kortlæg jeres "S-landkortet"**, Identificere hvad I allerede har, hvad I ikke længere skal fokusere på og hvad jeres tydelig retning er for Social bæredygtighed. Brug de ESG-data, I allerede rapporterer til at skabe overblik, opdage mønstre, og identificer hvor der mangler indsigt for at styrke jeres businesscase.
- 2) **Mobilisere jeres kunder og leverandører**, ESG- udfordringer påvirker hele værdikæden. Få etableret systematiske dialoger og måske faste partnerskaber om hvordan I sammen udvikler jeres social bæredygtighed forretningsmæssigt ansvarligt.
- 3) **Sæt få enkle mål og sæt mindre indsatser/ prøvehandlinger i gang**, hvor I kan se på effekten af investeringerne i social bæredygtighed. Evaluer år 1 og vælg og fravælg virksomhedens samlede indsatser i år 2.

Social bæredygtighed er en strategisk beslutning, der kan sikre ansvarlig vækst og relevans i en foranderlig verden. Ved at investere i både medarbejdernes trivsel og stærke relationer til omverdenen skabes en arbejdsplads, der tiltrækker talent og skiller sig ud på markedet.

Om forfatterne

Mette Dal Pedersen, rådgiver for ledere og organisationer indenfor medmenneskelighed i organisationerne, herunder bæredygtige transformationer og personlig bæredygtighed.

Niels Henriksen, rådgiver for bestyrelser og ledergrupper. + 20 års erfaring som chef og leder i private og offentlige virksomheder med strategi og organisationsudvikling.