

Her er sustainability-profilernes top-prioriteter i 2. halvår

<https://sustainreport.dk/nyheder/sustainability-profilernes-topprioriteter-2-halvaar-2019/>

Se hvad man tager fat på efter ferien hos Jysk, GN Store Nord, SAS, PensionDanmark, FLSmidth, Coloplast, Audi og mange andre.

Af [Tine Brødegaard Hansen](#) - 5. juli 2019



To Do...

Fra datadreven viden om virksomhedens footprint til gennemgang af emballagen og nye, grønne investeringer. Topprioriteterne er mange for 2. halvår.

Lige midt i travlheden før ferien, nåede vi at lokke 30+ virksomheder til at åbne to-do-listen over, hvilke bæredygtige tiltag, der står øverst på agendaen efter ferien. Bliv informeret, bliv inspireret og bliv måske også en lille smule misundelig.

FLSmidth: Vi fik godkendt vores bæredygtigheds ambition for 2030 i bestyrelsen i maj i år

Sofie Karen Lindberg, Senior Vice President, Group Sustainability, Branding and Marketing, FLSmidth

– FLSmidth er en global virksomhed med et stort ansvar på verdenplan, og det ansvar tager vi meget alvorligt. Vi er den virksomhed, der har opført flest cementfabrikker i verden, og cementproduktion står for knap otte procent af verdens samlede CO₂-udledning. Det gør os medvirkende til langt mere CO₂-udledning end Danmark som land.

– Vi er også stolte af, at vi er meget langt fremme med at udvikle og teste en løsning til at reducere og på lidt længere sigt eliminere behovet for vand i mineindustrien. Adgang til vand og håndtering af inddæmmede søer med minernes restprodukt, der vel at mærke typisk er på størrelse med Furesøen, er både den største risikofaktor og mineindustriens største udfordring inden for bæredygtighed i dag.

– Vi fik godkendt vores bæredygtigheds ambition for 2030 i bestyrelsen i maj i år, så vores fokus er på at levere bæredygtige løsninger, der kan skabe konkurrencefordele for os og vores kunder. Derfor arbejder vi nat og dag på at gøre processen mere bæredygtig og har gjort det i årevis. Kan vi udvikle løsninger, der reducerer CO₂-udledningen fra cementproduktion med bare ét procentpoint, kan vi reducere den globale CO₂-udledning med cirka 10 gange Danmarks samlede CO₂-udledning.

PensionDanmark: Hvordan er vi med til at gøre en positiv forskel? Hvilket aftryk sætter vi?

Emilie Juel-Helwig, Head of Corporate Sustainability, PensionDanmark

– I PensionDanmark arbejder vi med bæredygtighed i hele forretningen. Vi er nok mest kendt for vores bæredygtige eller grønne investeringer, men vi plejer at sige, at vi er bygget på samfundsansvar og bæredygtighed, fordi det var grundlaget, da PensionDanmark blev etableret som pensionselskab af arbejdsmarkedets parter for 25 år siden. Så bæredygtighed er en lige så stor del af vores DNA, når det kommer til vores ydelser for vores medlemmer, som når det kommer til at investere vores medlemmers pensionsopsparing.

– Når vi kigger frem mod efteråret, er en af de opgaver, der står øverst på dagsordenen, at måle vores impact. Hvordan er vi med til at gøre en positiv forskel? Hvilket aftryk sætter vi? Og med det forestående klimatopmøde i New York til september, er der naturligvis fokus på CO₂-aftryk og grønne investeringer. Derudover er der spørgsmålet om impact eller bæredygtighedseffekt for hele forretningen. De fleste tilgængelige modeller har en supply chain tilgang, som ikke lige kan overføres til vores forretning. At finde den rigtige metode tager tid, hvorfor det er vigtigt for os at være transparente, så vi er åbne om de udfordringer, der er forbundet med at måle effekten, og at det er work in progress.

GN Store Nord: I 2. halvår af 2019 arbejder vi på at skabe et mere omfattende og præcist data-drevet overblik over vores footprint

Lars Otto Andersen-Lange, Pressechef, GN Store Nord

– Bæredygtighed er et område, hvor vi den seneste årrække har udviklet vores fundament efter en konkret handlingsplan. Overordnet har vores indsats først og fremmest fokuseret på de sociale forhold – specifikt sikring af arbejdstager- og menneske-rettigheder, forretningsetik, korruptions-bekæmpelse, etc. – da det er her, hvor vi har kunnet gøre den største forskel.

– Helt konkret arbejder vi i 2. halvår af 2019 på at skabe et mere omfattende og præcist data-drevet overblik over vores miljømæssige og klimamæssige footprint, for eksempel ressourceforbrug og affaldsproduktion. Med et bedre datagrundlag vil vi fremadrettet kunne træffe mere målrettede beslutninger om, hvordan vi reducerer, hvor det giver mest mening og effekt.

– I 2018 har vi arbejdet med at undersøge mulighederne for at få certificeret flere af vores sites under ISO-standarden for miljøledelse – den såkaldte ISO 14001. I 2019 fortsætter vi

dette arbejde med henblik på at minimere vores miljømæssige aftryk og udvikle vores processer i en mere bæredygtig retning.

– Vi vil også fortsætte vores allerede igangværende arbejde med at øge general diversitet blandt vores medarbejdere – mest konkret kan det fremhæves, at vi vil fortsætte med at styrke vores bestræbelser på at bygge en pipeline af kvindelige kandidater til ledelsesstillinger.

Viegand Maagøe: Mere bæredygtighed kræver, at alle processer og systemer i virksomhederne, tænkes grundigt igennem

Marianne Hartz Thomas, Chef for Kommunikation og Digital Udvikling, Partner, Viegand Maagøe

– Vi ser primært tre fokusområder for virksomhederne, som vi taler med, frem mod jul 2019. Vi har igennem de sidste par år oplevet en stigende interesse fra virksomheder, der efterspørger viden og konkrete modeller for, hvordan de omstiller til grøn. Med den nye politiske virkelighed i Danmark, tror jeg, at virksomheder, der ønsker at være på forkant med evt. nye lovgivningskrav, vil blive ved med at efterspørge mere viden om, hvordan de bliver mere grønne og bliver ved med at tjene penge.

– Mere bæredygtighed kræver naturligvis, at alle processer og systemer i virksomhederne, tænkes grundigt igennem. Det kan være alt fra cirkulære indkøb af varer, energieffektiviseringer til hvordan en underleverandør sikrer, at kunderne opfatter dem som bæredygtige. Vi arbejder bl.a. mere og mere med beregninger af, hvad det koster at arbejde grønt fx at stille cirkulære krav i sine indkøb.

– En af rammerne for den grønne omstilling er og bliver formodentligt i endnu højere grad FN's 17 Verdensmål. Virksomheder vil rapportere og sikre compliance op i mod verdensmålene, men der vil også komme mere fokus på verdensmålene som strategisk pejlemærke for hele eller dele af kerneforretningen, som vi ser nu bl.a. med Grundfos. Vi glæder os til at arbejde endnu mere med Verdensmålene.

Carlsberg: I de kommende måneder kommer vi til at lancere kundesamarbejde om vedvarende energi

Simon Boas Hoffmeyer, Director of Sustainability, Carlsberg

– I de kommende måneder kommer vi til at lancere kundesamarbejde om vedvarende energi, intensiveret fokus på mindre vandspild, nye cirkulære forretningsmodeller med fokus på plastikgenanvendelse og endnu mere fokus på ansvarligt forbrug af vores produkter, som får et ekstra boost på den årlige "Global Beer Responsibility Day" i September.

– For at nå i mål med alle disse tiltag er det nødvendigt at etablere nye former for samarbejde og partnerskaber både med kunder, andre virksomheder, NGO'er, universiteter. I tråd med verdensmål 17 oplever vi, at traditionelle skel og barrierer nedbrydes og nye bæredygtige projekter opstår gennem en bredere forståelse og opfattelse af, hvor løsninger kan komme fra. Hvor økologi altid har været kundedrevet, er bæredygtighed ved at blive forbrugerdrevet, og så længe forbrugerne er med på rejsen, stiger efterspørgslen på konkrete bæredygtighedstiltag fra vores brands. Denne efterspørgsel hjælper os med at få bæredygtighed helt ud i hænderne på forbrugerne og sikrer at vores bæredygtighedsprogram Together Towards ZERO ikke udelukkende er interessant for eksperter.

– Vi kan for eksempel se, at interessen for at lave forbrugerrettede bæredygtighedstiltag er stærkt stigende fra vores brands. Vi har for nylig lanceret Snap Pack i Danmark, England og Norge, vaskbare genbrugsglas af plast og den 13,4 meter lange vaskemaskine, Husbryggeriet Jacobsen har brygget øl lavet af overskudsbrød for at reducere madspild, og vi har introduceret genanvendt materiale i vores plastikomslag.

FSR: Vi vil komme med analyser på hvor gode de største 100 selskaber i Danmark er på flere områder

Birgitte Mogensen, formand for CSR-udvalget, FSR Danske Revisorer

– Vores topprioriteret i FSR – danske revisorer er: Tal investorer og analytikere kan stole på og bruge til deres vurderinger af selskabers værdi og værdiskabelse. Det vil sige pålidelige og forståelige hoved- og nøgletal på ESG-området til indarbejdelse i årsrapporten (læs publikationen [her](#), red.)

– Synliggørelse af rollemodeller for god CSR rapportering – til inspiration for dansk erhvervsliv. Dette sker i 2019 på to veje. Den ene er kåringen af årets CSR Pris til en eller flere af de store selskaber i kategorierne: Børsnoterede selskaber og Ikke børsnoterede selskaber – blandt TOP 100 selskaber i DK målt på omsætning. Den anden er i samarbejde med Global Compact Danmark at synliggøre de bedste rollemodeller for COP rapportering (Communication on Progress, red.) for virksomheder med under 250 medarbejdere

– The State of Art Analyser – efteråret 2019. Vi vil komme med analyser på hvor gode de største 100 selskaber i Danmark er på flere områder: Klima / Kvinder i Ledelse / Verdensmålene / God Rapporteringsskik. Vi vil med disse analyser motivere og inspirere til at hæve ambitionsniveauet og søge at finde hullerne i osten til gavn for både selskaberne selv og for en bæredygtig samfundsudvikling. Endvidere vil vi følge med opmærksomhed og tage os holdninger på den regulering på CSR, ESG, Verdensmål mv. som kommer fra EU og med spænding se, hvad der kommer fra den nye regering.

JYSK: Vi har været gennem en større øvelse ud fra FN's 17 verdensmål

Rune Jungberg Pedersen der er Communications & CSR Director for JYSK Nordic

– I foråret 2019 har vi i JYSK været gennem en større øvelse ud fra FN's 17 verdensmål for at sikre, at vores primære indsats inden for bæredygtighed matcher de områder, hvor vi har den største påvirkning gennem vores værdikæde.

– På baggrund af det arbejde har vi udvalgt en række områder, som er centrale i vores arbejde med bæredygtighed fremadrettet. At mindske og optimere forbruget af vand i produktionskæden er et område, vi har særlig fokus på. Vores produkters livscyklus er også noget, vi vil fokusere mere på i nærmeste fremtid. Her kigger vi blandt andet på valg af materiale og muligheder for genanvendelse.

– Fra januar 2019 har vi fjernet engangsplast fra vores produktsortiment, og vi arbejder løbende med at optimere brugen af plast, for eksempel ved at anvende genbrugsplast i vores produkter.

– Af konkrete initiativer, som vores kunder møder i efteråret 2019, kan vi nævne, at vores GOTS-certificerede økologiske kollektion, Scandinavian Sense, udbredes til de 20 lande, hvor JYSK Nordic har butikker. Det gør vi for at gøre økologisk bomuld tilgængeligt for

endnu flere kunder. I efteråret vil vi også være med til at sætte bæredygtigt, FSC-certificeret træ på agendaen, når vi endnu engang støtter op om FSC Design Award.

Dansk Design Center: Dette efterår vil tre indsatsområder især præge vores arbejde med bæredygtighed

Christian Bason, Ph.D., adm. direktør Dansk Design Center

– Den nye regerings ambitioner inden for bæredygtighed vil kræve ekstraordinær forandringskraft af hele vores samfund. Det er netop den slags komplekse udfordringer, som vi i Dansk Design Center er sat i verden for at arbejde med. Vi indgår allerede i flere SDG-orienterede samarbejder, herunder driver vi en innovationskonkurrence for Realdania om cirkulære forretningsmodeller i byggeriet.

– Dette efterår vil tre indsatsområder især præge vores arbejde med bæredygtighed: Danmark som SDG testland: Sammen med ledende aktører vil vi udvikle en vision for hvordan Danmark kan blive et levende eksperimentarium, hvor virksomheder og institutioner kan designe, teste og skalere bæredygtige løsninger der skaber vækst såvel som social og miljømæssig værdi.

Transformerende lederskab: Gennem vores undervisningsindsats Design Academy ruster vi i dag ledere og udviklingsfolk til at bruge designmetoder i strategi- og forandringsarbejde. Vi vil nu målrette kerneelementer af undervisningen mod bæredygtighed, herunder omstilling af virksomheder til cirkulære forretningsmodeller.

Design af nye partnerskaber: FN's mål kan ikke nås uden helt nye typer partnerskaber (SDG #17). Derfor vil vi nu samle danske aktører i tre aktionsnetværk på tværs af virksomheder, interesseorganisationer og rådgivere for at skabe nye alliancer med et tværfagligt udgangspunkt.

Gjensidige: Vi er på vej med nye tiltag, som skal reflektere klimarisikoen i vores prissætning

Bente Sverdrup, Director of Sustainability, Gjensidige Forsikring

– Bestyrelsen i Gjensidige besluttede i 2018, at de bæredygtige mål, som har størst betydning for Gjensidige og selskabets interessenter er at reducere vores eget CO2-aftryk og CO2-aftrykket i vores skadeprocesser samt ansvarlige investeringer og tryggere samfund.

– Gjensidige har generelt fokus på klima- og miljøeffekter. Her vil vi forstærke vores indsats i forhold til egen risikostyring og øget genbrug og cirkulær økonomi i skadesprocesserne. Vi vil også samarbejde med leverandører og følge op på, om de efterlever vores- og generelle ESG-krav.

– Når det gælder socialt ansvar, arbejder vi på nye tiltag, som skal øge mangfoldigheden og tiltrække og beholde engagerede medarbejdere. Vi er også på vej med nye tiltag, som skal reflektere klimarisikoen i vores prissætning, og vi arbejder med at kunne rapportere på CO2-aftrykket af vores investeringsporteføljer. Gjensidiges ambitioner, tiltag og mål er beskrevet nærmere i vores bæredygtighedsrapport, hvor vi også gør rede for, hvilke verdensmål, vi bidrager til at fremme.

Realdania: Verdensmålene er allerede indarbejdet i vores nuværende filantropist strategi, og vi overvejer at gå i samme retning i forhold til vores investeringsstrategi

Jesper Nygård, adm. direktør i Realdania

– Vi har især fokus på 5 faglige verdensmål – med mål 11 om bæredygtige byer og lokalsamfund som det mest centrale for vores arbejdsfelt. Også mål nr. 17 om at arbejde sammen i partnerskaber for at løse de globale udfordringer er højt prioriteret i Realdanias arbejde.

– Verdensmålene er allerede indarbejdet i vores nuværende filantropistrategi, og vi overvejer at gå i samme retning i forhold til vores investeringsstrategi.

– Hvis jeg skal pege på en enkelt indsats i det næste halve år, vil jeg nævne C40 klimatopmødet, som holdes i København til oktober. Realdania har siden 2014 støttet det globale bynetværk, der samarbejder om at reducere CO2-udledningen og gøre byerne robuste over for klimaforandringerne. Det er Københavns Kommune, der sammen med Realdania og C40 er vært. Topmødet bliver et afgørende skridt i byernes samlede klimaindsats, og borgerne i København og omegn vil på en række forskellige måder blive aktiveret og inddraget.

– I Realdania arbejder vi også med at oversætte C40's model for klimaplaner, så de kan bruges af danske kommuner. Det sker i indsatsen DK2020, hvor 20 små og store danske kommuner har forpligtet sig til at gå i C40-byernes fodspor. Det er virkelig godt. Klimaudfordringerne er akutte, og de kan kun løses, hvis alle går sammen – store og små, globalt og lokalt.

Furnitree går ud på, at HOLMRIS B8 vil plante en skov med 25.000 træer

Steffen Max Høgh, Sustainability Director, Holmrís B8

– Vi har forskudt årsregnskab, så vi har netop færdigskrevet vores CSR-rapport, og den skal nærlæses efter ferien. Den er der jo aldrig nogen, som læser ud over nørder som mig selv, kollegaer og konkurrenter, men efter sommerferien bruger jeg den til at lave et recap af de vigtigste pointer, som skal præsenteres på et digitalt site, vi er på vej med.

– Derudover skal jeg arbejde videre med vores skovprojekt, Furnitree, som går ud på, at HOLMRIS B8 vil plante en skov med 25.000 træer. Det har vi fået en kæmpe tilslutning til, så det kommer til at fylde meget. Min længe ventede kommunikationsmedarbejder Charlotte kommer desuden tilbage fra barsel efter sommerferien. Hun kommer tilbage til en virksomhed, hvor der er sket og skal ske rigtig meget, så det glæder vi også meget til.

Berendsen: Vi skal miljøoptimere vores transport her i Danmark

Louise Elver, CSR-chef hos Berendsen Danmark

– Efter sommerferien har jeg som øverste punkt på min agenda, at vi hos Berendsen skal finde en vej til at give endnu flere af vores tekstiler et nyt liv, når de ikke længere lever op til kvalitetsstandarderne, og vi derfor ikke kan leje dem ud til vores kunder. Vi gør allerede en stor indsats for at få vores kasserede tekstiler afsat via CSR-partnerskaber. I 2018 fik tusindvis af vores tekstiler et nyt liv hos bl.a. landets udsatte. Men i 2025 træder EU's nye affaldsdirektiv i kraft, som kræver separat indsamling af tekstiler, så vi skal styrke vores nuværende CSR-partnerskaber, finde nye partnere og afdække markedets muligheder for at genanvende eller upcycle alle vores kasserede tekstiler.

– På min agenda efter sommerferien har jeg også, at vi skal miljøoptimere vores transport her i Danmark. Vores chauffører er allerede uddannede i miljørigtig kørsel, vores lastbiler er udstyret med nye Euronorm-partikelfiltre, og vi har et intelligent system, der præcist kan beregne de korteste og mest CO2-venlige ruter. Men som landets førende tekstilservicevirksomhed har vi rigtig mange lastbiler på vejene, der afhenter virksomheders snavsetøj og samtidig leverer deres nyvaskede tekstiler – så vi vender hver en sten for at gøre det endnu bedre.

LB: Det næste halve år kommer til at handle om at fortsætte integrationen af bæredygtighed i forretningen

Mikkel Klausen, CSR-chef, Kommunikation, Marketing & CSR, LB Forsikring

– Det næste halve år kommer, som for så mange andre, til at handle om at fortsætte integrationen af bæredygtighed i forretningen. Det er naturligvis ikke noget, der gøres på et halvt år, men hele den proces handler om at få skabt en kultur og systemer, der sikrer, at bæredygtighed altid er en del af vores overvejelse, når vi udvikler nyt og træffer beslutninger.

– Vores mål er at få processer, der sikrer, at bæredygtighed ikke kun ejes af eller bor i CSR-afdelingen, eller er et tillæg, der tilføjes, men noget, der tænkes ind fra starten. Det skal samtidig være noget, som giver genklang hos på tværs af vores værdikæde fra medarbejdere og leverandører til medlemmer. Uden det totalblik på værdikæden kommer vi ikke i mål, og derfor er processer og systemer helt afgørende for at sikre forankringen på tværs af organisationen og i vores relationer.

egetæpper: der ligger der en meget stor opgave og venter omkring problemstillingen tæppeaffald

Dorthe Aaboe Kallestrup, CSR Manager, egetæpper

– Hos egetæpper er bæredygtighed dybt forankret i vores forretningsstrategi, der hedder Sustainable Carpet Design. Vores to-do-liste for det næste halve år har to helt centrale punkter omkring bæredygtighed. For det første har vi taget en vigtig strategisk beslutning om at få alle tæpper til kontrakt-markedet Cradle to Cradle-certificeret (C2C) inden udgangen af 2019. Cradle to Cradle er visionen om en verden, hvor mennesket ikke har en negativ påvirkning på miljøet. Det er en af de mest ambitiøse produktmærkningsordninger, der findes. Vi har pt. 50 C2C-certificerede produkter, og mangler ca. 50 mere, så der bliver travlt.

– For det andet ligger der en meget stor opgave og venter omkring problemstillingen tæppeaffald. Selvom vi i en årrække har arbejdet seriøst på at finde en måde at genbruge og genanvende tæppeaffald på, er der stadig langt til målet om cirkulær økonomi. Nu begynder vi at se en bevægelse samfundsmæssigt i den rigtige retning, og vi håber, at det i fremtiden bliver muligt i fællesskab på tværs af brancher og organisationer at løfte denne vigtige opgave.

Ford: Vi er blandt andet i gang med en heftig omstilling af bilmodellerne til hybrid, plugin og el-bilmodeller

Lene Dahlquist, Communications & Public Affairs Manager, FORD

– Når det gælder konkrete initiativer i 2. halvår lanceres de løbende fra vores europæiske hovedkvarter. Grundlæggende arbejder Ford videre med mange forskellige

bæredygtighedsinitiativer. Vi er blandt andet i gang med en heftig omstilling af bilmodellerne til hybrid, plugin og el-bilsmodeller hen over de næste par år.

– Nogle af vores nylige tiltag er blandt andet Fords nye EcoGuide, som hjælper kunderne med at køre mere økonomisk.

– Vi arbejder også hele tiden på at inkorporere flere genanvendelige materialer i Fords bilmodeller. Gamle vandflasker forvandles for eksempel til nye måtter. Et andet eksempel er vores forskning og udvikling i alternative materialer. Eksperter fra Ford og Heinz har for eksempel udviklet et alternativt komposit-materiale, baseret på fibre fra tomatskræller. Det åbner muligheder for at tørrede tomatskræller, som er et affaldsprodukt fra Heinz' ketchup-produktion, kan omdannes til materiale, som kan anvendes til paneler og lommer i Fords biler.

Denne artikel er normalt låst, da kvalitetsjournalistik koster penge. Hvis du kan lide, hvad du læser, kan du [tilmelde dig vores gratis nyhedsbrev her](#).

Coloplast: Målet er 100 procent vedvarende el-energiforbrug

Lina Danstrup, Senior Media Relations Manager, Corporate Communications, Coloplast

– Coloplast vil øge sit fokus yderligere på bæredygtighed. Målet er kontinuerligt at blive bedre og dermed yderligere reducere vores footprint og imødekomme vores interessenter. Coloplast har en klar ambition om at nedsætte energiforbrug, minimere produktionsaffald og øge genanvendelse af produktionsaffald. I 2019 stræber Coloplast fortsat efter at øge andelen af kvinder i topledelsen.

– Tre eksempler på initiativer i 2019 er: 'Access to health care', som rummer +50 projekter verden over. Målet er, at flere brugere får adgang til moderne produkter gennem tilskudsordninger.

Køb af Renewable Energy Certificates. Målet er 100 procent vedvarende el-energiforbrug. Globale sikkerhedsinitiativer på fabrikker verden over. Målet er reducere ulykker med 30 procent på globalt plan.

Märk: Vi kommer til at stille det vigtigste spørgsmål: Hvorfor driver du egentlig din forretning?

Nille Skalts, Corporate Activist og Partner i Märk, som driver den nordiske B Corp bevægelse

– Efterårets absolutte prioritet er at hjælpe endnu flere virksomheder med at udfordre grundessensen i, hvorfor de er sat i verden. Skabe rum for, at de tager grundlæggende stilling til, hvad de tror på, står for, og hvilket ansvar de vil spille i samfundet. Give plads til at bevæge sig mod en ambition, hvor break even ikke er nok, men hvor virksomheder primært eksisterer for at bidrage til at samfundet blomstrer. I dag og i fremtiden. 'Intergenerational equity' kalder vi det, med reference den ikoniske Brundtland definition af bæredygtighed: 'development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs'.

– Vi kommer igen og igen og igen til at stille det vigtigste spørgsmål til alle de virksomhedsledere, der krydser vores vej: Hvorfor driver du egentlig din forretning? Vi

kommer til utrætteligt at hjælpe virksomhedsledere med at finde det indre mod, det kræver at træde i karakter. Endelig vil vi begejstret fejre en bølge af ny-certificerede danske B Corp virksomheder.

Matter: Stemmer virksomhedens pensionsordning overens med resten af de bæredygtige værdier?

Niels Fibæk-Jensen, direktør og stifter, Matter Pension

– I et startup som vores er der notorisk set mange must win-battles, men den vigtigste af slagsen på bæredygtighedsfronten i andet halvår af 2019 er lanceringen af [bæredygtige pensionsordninger](#) til virksomheder sammen med AP Pension.

– En lang række danske virksomheder har taget udfordringen om at blive mere bæredygtige særdeles alvorligt på områder lige fra affaldssortering til værdikæder. Et helt oplagt næste punkt på CSR-dagsordenen er at overveje om virksomhedens pensionsordning mon stemmer overens med resten af de bæredygtige initiativer og værdier. Det er nu muligt. Sammen med AP Pension har vi som sagt lanceret en bæredygtig løsning til virksomheder, der ønsker vished om, at deres medarbejders penge bliver investeret ansvarligt med en positiv, miljømæssig forskel.

– Den bæredygtige pensionsordning til virksomheder er kendetegnet ved, at den i særlig grad ligger op af FN's 17 verdensmål og Paris-aftalen om globale klimaændringer, og består af investeringer i bæredygtige virksomheder, af grønne obligationer, samt investeringer i vedvarende energi, skovdrift og ejendomme.

– Det særlige ved vores ordninger er, at virksomhederne kan få klarhed over, hvor deres pensionsordninger egentlig investeres, samt hvilken effekt de har. Hvor meget grøn energi er medarbejdernes penge eksempelvis med til at producere, og hvad er effekten målt på CO2, af at fravælge investeringer i udvinding af kul, olie og gas?

BC Hospitality Group: Reduktion af affald meget højt på vores agenda

Mireille Jakobsen, Group Responsible Hospitality Manager, BC Hospitality Group A/S

– Året går og tempoet er hæseblæsende. Listen med presserende emner indenfor bæredygtighed er ikke blevet kortere for hverken BC Hospitality Group eller på global plan for den sags skyld. Hos BC Hospitality Group skyder vi derfor andet halvår i gang med Responsible Hospitality Day. En gratis konference, der skal inspirere vores branche til at påtage sig endnu større ansvar indenfor bæredygtighed. Det handler om samarbejde i forhold til at løse sociale og miljømæssige udfordringer, som man som virksomhed typisk står alene med, men som ofte er ens for alle.

– Derudover er reduktion af affald meget højt på vores agenda og her har vi to hovedprioriteter: Den første handler om madspild. Vi udruller et nyt madspilds måleværktøj, hvor ny innovative teknologi vil hjælpe os med at forbedre kvaliteten af data, identificere og dermed reducere madspild.

– Den anden prioritet handler om at reducere anvendelse af plastik på alle vores hoteller og øvrige enheder. Her er indsatsen især målrettet diverse engangs plastprodukter, og forbedring af samarbejdet med vores leverandører med henblik på netop at reducere plastprodukter i vores vareleveringer.

Audi: Fra efteråret 2019 vil sustainability rating-systemet være afgørende i kontraktindgåelse med leverandører

Britt Stelling, PR-chef, Audi Danmark

– Audi udvikler, producerer og sælger premium-biler med fokus på avanceret teknologi og design. De sidste mange år har der tillige været et overordnet fokus på bæredygtighed, hvor Audi i produktionen arbejder med The Four Rings of Sustainability, der udgør grundlaget for alle handlinger. Reduce, Re-use, Recycle og Rethink. Eksempler er, at alle fabrikker skal være CO2-neutrale i 2025, at vand renses og genbruges i produktionen, at råmaterialer som kobolt i batterier genanvendes etc.

– Udadtal skal Audis sustainability rating-system sikre, at alle leverandører lever op til Audis høje krav om ansvarlig produktion. Audi har revideret mere end 600 partnere, og fra efteråret 2019 vil systemet være afgørende i kontraktindgåelse med leverandører.

– Audi oprettede i 2009 Audi Environmental Foundation, der støtter forskning i nye teknologier til en bæredygtig fremtid, og i Danmark er Audi i dialog med fonden, hvilket inden udgangen af 2019 skal munde ud i bæredygtige projekter også herhjemme. I 2019 har vi i Audi på den hjemlige bane eksempelvis indledt et samarbejde med CopenHill og Amager Bakke, der er verdens reneste forbrændingsanlæg. Og fordi alting tæller i det store billede, vil Audi i Danmark f.eks. også udfase brugen af plastikflasker hos forhandlerne inden udgangen af 2019.

We Love People: Klimaproblemer er ikke længere noget, vi taler om. Det er noget, vi handler på.

Karina Holm Henriksen, adm. direktør & partner, We Love People

– En ny tid kalder på en ny type kommunikation. Og vi lever i handlingernes tid. Det understregede Mette Frederiksen, da hun lancerede verdens mest ambitiøse klimaplan. At realisere den kommer til at kræve noget nyt af os alle sammen, og det vil ændre måden, vi driver forretning på – allerede i efteråret. Vi tror på, at vi kommer til at hjælpe vores kunder med at leve op til tre nye forventninger til virksomheder:

- En klar forventning om at have og formulere en holdning og et commitment til deres bidrag til at udvikle samfundet i en positiv retning
- En etisk fordring om at opføre sig ordentligt
- Et krav til omlægning af produktion og forbrug grundet en uafviselig klimaudfordring

– Klimaproblemer er ikke længere noget, vi taler om. Det er noget, vi handler på. I We Love People er vi store tilhængere af dette opråb til virksomhedernes handlekraft. Vi tror på, at business baseret på bæredygtige produkter og handlemuligheder bliver det næste. Det interessante for os er, at virksomhederne får brug for et relevant purpose at navigere efter. Et formålsdrevet kompas, der rækker ud over bundlinjen og inviterer alle interessenter med i forandringen.

Arkitekturen kan i høj grad være med til at drive ambitionen om at gøre Danmark CO2 neutral i 2050

Annette Blegvad, Vicedirektør, International Relations, UIA Congress 2023 og Akademisk Arkitektforening

– På vores agenda står der naturligvis samarbejde med den nye regering om de herlige ambitiøse klimamål, som vi endelig har fået. Næste skridt er, at politikerne anerkender det byggede miljøes betydning i den forbindelse.

– Vi skal bruge det næste halvår til at skubbe på, at der sættes så meget forskning i gang her og andre steder rundt om i verden via vores globale netværk med sigte på at få så meget viden, som muligt om hvordan arkitekturen kan bidrage til den grønne omstilling. Vi vil nemlig gerne i forbindelse med UIA Verdenskongressen i København i juli 2023 demonstrere og vise, hvor langt vi er kommet og dermed diskutere, hvad der mangler og hvor der stadig er meget, der skal gøres.

– Det betyder også, at vi skal presse på nu for at få sat byggeri og konkurrencer i gang, der kan vise hvor langt vi er i forhold til cirkulær økonomi, affaldshåndtering, viden om materialerne, energieffektivisering mm. Arkitekturen har betydning for alle FN's 17 verdensmål og kan i høj grad være med til at drive ambitionen om at gøre Danmark CO2 neutral i 2050; men verdensmålene skal jo være opfyldt allerede i 2030.

CSR Advisors: Rådgiverbranchen kan være noget af en jungle at få overblik over

Lars Konggaard, Senior CSR-rådgiver, CSR Advisors Denmark

– Vores topprioritet er at fokusere på vores nye CSR-netværk. For at skabe øget gennemsigtighed i CSR-rådgiverfeltet i Danmark, og derved hjælpe danske virksomheder til ansvarlig vækst, har CSR-netværket CSR Advisors Denmark nemlig i juni 2019 set dagens lys. Netværket er etableret af en række erfarne CSR-folk, og alle virksomheder kan på hjemmesiden blandt andet finde et omfattende kartotek over CSR-rådgivere i Danmark og resten af Norden, samt en indgangsnøgle til de mange standarder, internationale ordninger og samarbejder mv. der findes.

– Vores erfaring er, at mange danske virksomheder og organisationer også i 2019 vil arbejde målrettet med at understøtte FN's 17 Verdensmål samtidig med, at de udvikler og styrker deres eget forretningsgrundlag. I fokus er ofte at reducere eget energiforbrug, at omlægge til klimavenlige energiformer, at bekæmpe korruption og at etablere cirkulære kredsløb for alle materialestrømme. Disse områder ligger tit i periferien af mange virksomheders kompetencer, hvorfor der er behov for kvalificeret rådgivning udefra. Og rådgiverbranchen kan være noget af en jungle at få overblik over. Derfor hjælper netværket hjælper også med at identificere hvilke CSR-rådgivere i markedet, der er de mest relevante at kontakte til netop den udfordring, den konkrete virksomhed står med.

Nestlé: Vi er ved at gennemgå al vores emballage med en tættekam

Martin Broberg, Kommunikationschef, Nestlé Danmark

– Plast, madspild og ligestilling – det er de største emner i Nestlé Danmark. Sustainability fylder unægtelig meget hos os, også fordi vi som nævnt inkluderer ligestillingsagendaen i begrebet. For vi mener ikke, at det er bæredygtigt, at der ikke er mange flere kvinder i lederstillinger, herunder mellemlider-positioner og på topniveau. For det betyder – udover, at skævheden er indlysende forkert – at arbejdspladser går glip af en stor del af talentmassen og heller ikke får en mangfoldig ledelse. Og dét rammer kulturen massivt på en arbejdsplads.

– Plast er selvfølgelig noget, vi tager dybt alvorligt, og vi er ved at gennemgå al vores emballage med en tættekam. Inden 2025 skal al vores emballage kunne genbruges eller være genanvendelig.

– Jeg vil særligt gerne pege på madspild. Det er det mest oversete emne i klimadebatten, og det er underligt, når det har så stor en indflydelse på verdens CO₂-udledning. Som vi talte om forleden i regeringens tænketank mod madspild (den hedder One Third, fordi en tredjedel af verdens mad produceret til mennesker går tabt fra jord til bord), så er det så grotesk, at hvis madspild var et land, ville det være verdens tredjestørste udleder af CO₂. Derfor bør det kraftigt på den nye regerings klimadagsorden.

MP Pension: Vi skal færdiggøre MP's frasalg af de fossile selskaber

Anders Schelde, Investeringsdirektør, MP Pension

– Det bliver et travlt halvår for MP Pension. Vi skal blandt andet færdiggøre MP's frasalg af de fossile selskaber. I løbet af 1. halvår har vi lavet en dybdegående analyse af de store fossile selskaber, sammen med NGO'en Carbon Tracker, om deres forretningsstrategi er forenelig med Paris-aftalen. Tidligt i 2. halvår tager vi konsekvensen af det og påbegynder frasalget. Aktuelt har vi lige knap 1 mia. kr. investeret i fossile selskaber.

– Vi skal også lancere vores egen nye interne aktie-strategi for bæredygtige børsnoterede aktier, og vi regner med at foretage de første investeringer i løbet af tredje kvartal – nogle hundrede mio. kr. til at starte med og mere sidenhen.

– Vi skal desuden arbejde videre at få investeret hele vores Klimapulje. Bestyrelsen i MP har øremærket 5 procent af porteføljen til grønne investeringer, hvilket er godt 5 mia. kr., når de er fuldt investeret. Halvdelen af investeringer er ikke-børsnoterede, for eksempel i vindmøller, så den del af porteføljen tager tid at bygge op. Det skal vi fortsætte med i 2. halvår. Vi skal også overveje hvad vores langsigtede 2030 mål skal være for disse investeringer. Og, så skal have solgt vores tobaksaktier i forhold til en nylig beslutning fra MP's bestyrelse.

Advice: Danske virksomheder kan med fordel forholde sig til de politiske vinde og agere proaktivt

Martin Vith Ankerstjerne, Director & Partner, Advice

– Der er ingen tvivl om, at rigtigt mange virksomheder bliver nødt til at forholde sig til de politiske vinde, der blæser ovenpå et folketingsvalg, der var domineret af klima-spørgsmålet. Der kommer til at ske rigtigt meget politisk på dette område, og danske virksomheder kan med fordel forholde sig til det og agere proaktivt, så de ikke bliver overrasket af ny regulering, der ændrer deres rammevilkår.

– Klimaet er imidlertid langt fra den eneste dagsorden, som virksomhederne skal agere på. Vi ser i stigende grad, at virksomhederne benytter den administrerende direktør som talerør for holdninger, der rækker langt ud over matrikel og bundlinje. Eksempelvis har Ørsted og ISS talt om ulighed i samfundet, mens Trygs direktør har rejst en bekymring om finansieringen af vores velfærd. Direktørens aktivisme er en mulighed for at komme bredt ud med budskaber, der knytter værdifulde værdier til virksomheden og gør den relevant i en større sammenhæng samtidig med, at man skaber loyalitet blandt vigtige stakeholdere. Men man deler også vandene, og derfor er det ikke uden risici, når direktøren bliver aktivist.

LG Electronics: Vi vil bevise, at teknologi kan være en del af en bæredygtig fremtid

Daniel Lamborn, Nordic Marketing Manager for Home Appliances, LG Electronics

– Hos LG har vi i 2019 stort fokus på vores LG Styler, der virkelig er et bæredygtigt tiltag til boligen. LG Styler er et dampskab, der renser, opfrisker og fjerner rynker og lugte i tøj ved hjælp af damp, hvilket medfører, at man i sidste ende vasker mindre tøj og dermed mindsker sit vandforbrug, bruger mindre energi og ingen vaskemiddel, skyllemiddel eller kemikalier.

– Vi har også lige lanceret kampagnen Let's Leave a Better Foodprint, der skal sprede viden, inspiration og tips om opbevaring af fødevarer, reducere af madspild og generelle bæredygtige valg i hverdagen.

Kampagnen løber ind i andet halvår af 2019. Madspild og mere bæredygtige valg i hjemmet er områder, vi

har fokuseret på i 2019, og det fortsætter vi også med i resten af 2019 – også inden for vaske-kategorien. Vi vil bevise, at teknologi kan være en del af en bæredygtig fremtid.

Spies: 2019 er året med fokus på plastik, og vi vil løbet af året fjerne op mod 70 millioner stykker engangsplastik

Lisbeth Nedergaard, Kommunikationschef, Spies

– Som eneste rejsearrangør klimakompenserer Spies samtlige flyrejser. 2019 er året med fokus på

plastik, og under #Noplaceforplastic vil vi i løbet af året fjerne op mod 70 millioner stykker engangsplastik fra vores kontorer, fly og hoteller. Vores egne hoteller, bl.a. Sunwing, Sunprime og Ocean Beach, er blandt de mest miljøvenlige i hele verden. De er alle EU blomst og Travelife certificeret efter de højeste standarder. Som noget helt nyt tilbyder vi ansvarlige udflugter igennem vores "Love Local" udflugtsprogram.

– Den første bæredygtige charterrejse med tog går til september mod alperne i Schweiz. Vi vil på kommende longhaul flyvninger teste en helt ny spiselig kaffekop, som kan erstatte den eksisterende plastik-kaffekop. Vi har allerede fjernet tunge manualer om bord og erstattet med iPads. Det alene mindsker CO₂-udledningen med 300 tons årligt. Inden 2020 skal CO₂-udslip reduceres med 12 pct. i forhold til niveauet i 2008 og vi arbejder konstant på at mindske kabineaffald, blandt andet ved at anvende mindre engangsemballage ombord.

Tryg: Vi er i gang med undersøge, hvordan vi kan ændre vores skadeprocesser, så de bliver mere bæredygtige

Camilla Frimodt Nielsen, Corporate Responsibility og Forebyggelseschef, Tryg

– I Tryg er vi gået fra [filantropi til forretningsdrevet Corporate Responsibility](#) (CR), og den forankringsrejse, vi begyndte i 1. halvår 2019, fortsætter efter sommerferien. I efteråret lancerer vi for eksempel en intern kampagne om FN's 17 verdensmål. Kampagnen skal sikre en endnu større forståelse og et engagement i verdensmålene blandt medarbejderne samt hvordan verdensmålene kan omsættes i et forretningsperspektiv.

– Vores CR-rapport 2019 offentliggør vi i januar 2020, så en stor del af 2. halvår står også i rapporteringens tegn lige fra struktur og indhold til udvidelse af ESG-data i rapporten.

– I forhold til CR i kundevinklen er vi i samarbejde med vores privatforretning og skadeorganisation i gang med undersøge, hvordan vi kan ændre vores skadeprocesser, så de

bliver mere bæredygtige. Dette er et bæredygtighedsparameter, vi kommer til at kigge ind i 2. halvår til gavn for både vores kunder, Tryk og miljøet.

Zalando: Vi anvender udelukkende 100 procent bæredygtige emballagematerialer i 2020

David Hejgaard, Nordisk Chef hos Zalando

– Overordnet bliver der tre fokusområder for andet halvår: mindskning af forsendelser, bæredygtig emballage og vores bæredygtige modeudvalg.

– For det første arbejder vi konstant på at blive smartere ift. antallet af pakker, der sendes frem og tilbage mellem os og kunderne. For det andet arbejder vi med vores emballage. På den ene side stræber vi efter at reducere mængden af emballage, og gøre materialerne mere miljøvenlige. På den anden side skal vi samtidigt også sikre, at produkterne beskyttes ordentligt undervejs til kunden. Som en platform af vores størrelse har vi stor indflydelse på, hvilke materialer vi bruger, og vi kan tilpasse vores processer for at reducere forbruget af disse materialer. På denne måde løser vi to miljøproblemer: Vi reducerer vores CO₂-aftryk og mængden af affald.

– Vores mål på emballage-fronten er klart: Vi anvender udelukkende 100 procent bæredygtige emballagematerialer i 2020. Lige nu er vi i gang med at konvertere de plastikposer, som vores skønhedsprodukter leveres i til papirposer. Skønhedsprodukter behøver ekstra beskyttelse, da de er skrøbelige. Nu har vi imidlertid fundet et alternativ af papir, som er 100 % genanvendt og som desuden kan genanvendes til andre formål.

– For det tredje er vores ambition at blive den førende online destination for bæredygtig mode. Vi tror på, at vores kunder ønsker at træffe mere bæredygtige modevalg.

SAS: Airbus og SAS har indgået et vigtigt samarbejde om research og udvikling af fremtidens hybrid- og elfly

Mariam Skovfoged, Kommunikationschef, SAS Danmark

– Vi kommer til at følge op på vores ambitiøse mål om at mindske vores CO₂-aftryk med 25 procent inden 2030. Vi har mange initiativer i SAS for at nå det mål og derudover bliver det også spændende at arbejde mere på tværs af sektorer og brancher for at finde gode, kloge løsninger på klimaudfordringerne.

– I SAS har vi lagt en flyordre på 52 mia. svenske kroner, som udskifter flåden. Vores splinternye og mere brændstoffeffektive fly er begyndt at komme i luften og flere fly kommer til over de næste år. Vi køber mere biofuel, og vores kunder får også mulighed for at tilkøbe det på vores flyvninger i løbet af de næste måneder.

– Vi er også med i en række forskningsgrupper om elektrofuels og alternative brændstoffer blandt andet sammen med SDU og Nature Energy på Fyn. Airbus og SAS har indgået et vigtigt samarbejde om research og udvikling af fremtidens hybrid- og elfly. Der er derfor en lang række initiativer i gang, og vi ser frem til at fortsætte med arbejdet.

Denne artikel er normalt låst, da kvalitetsjournalistik koster penge. Hvis du kan lide, hvad du læser, kan du [tilmelde dig vores gratis nyhedsbrev her](#).