



FN's Verdensmål – Mellem udfordringer og muligheder for virksomhedens bundlinje

Som følge af Corona-virusens store konsekvenser, diskuteres det flittigt, hvorvidt bæredygtighedsdagsordenen vil styrkes eller svækkes, når vi får gang i økonomien igen. En ting synes dog at stå fast. Når virksomheder i dag ser mod fremtiden og skal lægge en strategi er de klar over, at både den sociale og den miljømæssige bundlinje bør tænkes ind og at bæredygtighed vil være fundamental i opbygningen efter krisen.

I den sammenhæng er FN's Verdensmål for bæredygtig udvikling ikke til at komme udenom. De 17 fælles mål for en bedre fremtid, tilbyder en fælles ramme på tværs af både kulturelle og sproglige barrierer som kan definere de fokusområder, vi ikke må glemme og som skal styrkes.

I denne artikel vil vi dykke ned i nogle af de udfordringer og muligheder Verdensmålene giver, så vi kan stå stærkere i arbejdet med disse fremadrettet. Herunder blandt andet om man skal forholde sig til bestemte metoder, inkludere delmål eller ej, bruge egne eller de allerede eksisterende indikatorer. For Selvom 74% af de adspurgte i en undersøgelse [fra Udenrigsministeriet svarer](#), at de kender til Verdensmålene og undersøgelsen [Global Compact Nordic Survey 2019](#) viser, at 52% af virksomhederne i Global Compact prioriterer i forhold til Verdensmålene, så er der stadig udfordringer. Disse relaterer sig ofte til at sætte konkrete og forståelige mål. Samme undersøgelse peger f.eks. på, at 42% af virksomhederne mener, at den største udfordring med Verdensmålene er at sætte relevante KPI'er og måle på fremskridt. Specielt for de små og mellemstore virksomheder kan man forestille sig, at udfordringerne synes endnu større.

Verdensmålene er en gylden mulighed, men rummer som nævnt også udfordringer, når de skal bringes helt ind i virksomhedernes maskinrum, så bæredygtighed og fremadskuende løsninger bliver fremtidens vækstkatalysatorer. En mere konkret og målbar tilgang til Verdensmålene bliver nemlig kun vigtigere, hvis man vil skabe troværdighed og fremtidssikre sin virksomhed.

Hvad er FN's Verdensmål?

Verdensmålene udgør 17 konkrete mål og 169 delmål, som forpligter alle FN's 193 medlemslande til helt at afskaffe fattigdom og sult i verden, reducere uligheder, sikre god uddannelse og bedre sundhed til alle, anstændige jobs og mere bæredygtig økonomisk vækst.

De fokuserer ligeledes på at fremme fred og sikkerhed og stærke institutioner, og på at styrke internationale partnerskaber.

Verdensmålene blev introduceret allerede i 2015 som en efterfølger til de 8 Millenium Development Goals, der bl.a. med succes hjalp til at nedbringe den globale fattigdom mellem 2000-2015. Den nye dagsorden anerkender, at social, økonomisk og miljømæssig udvikling, fred, sikkerhed og internationalt samarbejde er tæt forbundne, og at det kræver en integreret indsats at opnå holdbare udviklingsresultater frem mod 2030.

Fra udviklingsdagsorden til Verdensmål

Verdensmålene blev introduceret allerede i 2015 som en efterfølger til de 8 Millenium Development Goals, der bl.a. med succes hjalp til at nedbringe den globale fattigdom mellem 2000-2015. Nu, 5 år senere, er virksomheder verden over for alvor ved at få øjnene op for, at det kan give værdi at orientere sig efter Verdensmålene. Både fordi det er den vej de politiske vinde blæser, eksempelvis bliver al EU-politik udviklet i overensstemmelse med målene, men også fordi investeringer i højere grad afhænger af, at virksomheder kan vise, at de taler ind i en større dagsorden.

Selvom målene overordnet set er Verdensmålene formuleret på internationalt plan og er meget politiske, er der samtidig mange virksomheder, som ser tydelige muligheder i at forholde sig til og benytte målene, bl.a. til kommunikation, forretningsudvikling og til at tiltrække kvalificeret arbejdskraft. Men én ting er at sætte de farverige ikoner på sin hjemmeside, noget andet er, hvordan man får dem integreret i forretningen. Verdensmålene er modsat f.eks. UN Global Compacts principper målbare og man kan derfor forholde sig mere kvantitativt til sine bidrag.

Verdensmålene kan skabe værdi for virksomhederne ved at:

- Give et sprog for ens bæredygtighedsarbejde, som kunder, ejere og andre interessenter kender og ofte benytter
- Give stærke muligheder for at markedsføre og italesætte sin bæredygtighedsindsats
- Gøre, at man kan tiltrække nye medarbejdere, som gerne vil arbejde for en virksomhed, som tager ansvar, og som kender Verdensmålene godt
- Kunne bedre møde krav for f.eks. kunder eller det offentlige, som i stigende grad stiller krav om bæredygtighed
- Give en ramme for forretningsudvikling og gentænkning af forretningsmodeller, værdikæder m.m. med fokus på den retning vi gerne vil bevæge os i frem mod 2030.
- Inspiration til konkrete initiativer som man kan tage ift. bæredygtighed (f.eks. gennem de 169 delmål)

Det gør på den ene side, at det bliver mere håndgribeligt, når vi kan forholde os til konkrete mål. På den anden side er målene jo netop Verdensmål og derfor orienteret mod den globale udvikling. Det gør, at det, man måler på, enten fremstår meget overordnet, fx *"Afskaf fattigdom"*, eller meget specifikt ud fra den nationale og internationale politiske kontekst, som målene er født i, eks. *Regulér de globale finansielle markeder og institutioner bedre*. For mange virksomheder betyder dette, at der er forvirring om, hvordan man mest hensigtsmæssigt giver sig i kast med målene.

I Danmark forsøger regeringen sammen med Danmarks Statistik og 2030-panelet med projektet "Vores mål" at skabe nye relevante delmål til den danske kontekst.

På den måde skal det blive lettere at se sammenhængen mellem Verdensmålene og danske tiltag. At disse endnu ikke foreligger, betyder dog at det er svært at få fastlagt én fast standard for rapportering af Verdensmålsindsatsen.

Nogle internationale aktører så som Global Reporting Initiative (GRI) og United Nations Global Compact (UNGC), har udgivet seriøse bud på metoder og er generelt bredt dækkende og

anerkendte rapporteringsværktøjer (eks. Verdensmålskompasset, inklusiv virksomhedsindikatorer,

Business Reporting on the SDG's Practical Guide, samt SDG Action Manager), men der stadig en del usikkerhed om den konkrete implementering, specielt for SMV'er, som måske ikke helt har ressourcer til at give sig i kast med disse anbefalinger.

Så selvom FN, med introduktion af Verdensmålene i *Transforming our World – The 2030 Agenda for Sustainable Development* inviterer virksomheder til at deltage i opfyldelsen af målene, ja de er faktisk direkte nødvendige for at nå målene, så kan der altså være visse udfordringer, som vi vil forsøge at dykke lidt ned i.

Delmål eller ej?

Det skal til at begynde med nævnes, at fordi der netop er flere bud på forskellige standarder, så er der stor mulighed for at tilpasse rapportering til ens virksomhed og formål. Dermed bliver rapporten relevant for virksomheden selv, også hvis man er SMV'er og ikke har de samme ressourcer til dette arbejde som de store koncerner. Dog er gennemsigtighed og dokumentation i form af data alfa og omega for at sikre troværdighed. Samtidig bør man tage aktivt stilling til, hvad man inkluderer og udelader af sit arbejde med målene.

En af de første udfordringer vi ser ift. at inkludere og udelade, er spørgsmålet hvordan man dykker ned i de 169 delmål. Specielt små og mellemstore virksomheder, som ikke nødvendigvis selv har ansvar for komplekse værdikæder eller som ikke har produktion i højrisiko lande, vælger at fokusere på de 17 overordnede mål, men synes måske at filmen ofte knækker, når de begynder at udforske delmålene.

Et eksempel på de udfordringer, der kan opstå mellem mål og delmål, findes ved mål nr. 3: Sundhed og Trivsel. Egne erfaringer, såvel som UN Global Compacts Progress Report fra 2019 viser, at dette er et mål, der er særlig populært blandt virksomheder. Det er let at forstå og de fleste virksomheder vil gerne have sunde medarbejdere, som trives, fordi de dermed også er mere produktive, samtidig med at man bedre kan tiltrække unge talenter.

Men hvis man begynder at orientere sig i delmålene under Verdensmål 3, så handler delmål nr. 3 om at *"Reducere Mødre dødeligheden", forbygge dødsfald blandt børn under 5 år og bekæmpe smitsomme og ikke-smitsomme sygdomme*. Altså ikke noget der i en dansk virksomhedskontekst nødvendigvis er 'top-of-mind'.

Vi siger ikke, at man ikke skal vælge at beskæftige sig med Verdensmål nr. 3 som virksomhed, eller at man hver gang skal vælge konkrete delmål, men det er en god ide at have orienteret sig og gøre det tydeligt i sin rapportering, hvordan man konkret bidrager til de af FN definerede delmål. Hvis ikke dette benarbejde laves risiker man, at ens indsats ellers kan komme til at klinge hult, hvilket er det, de fleste, vi har snakket med, frygter, det kan komme til, når man går i gang med Verdensmålene.

Et modsat eksempel kan findes ved at kigge på mål nr. 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner. Ikke lige umiddelbart et mål, som de fleste virksomheder vil fremhæve, som værende deres kerneforretning. Dog er der et delmål, nemlig 16.5: *"Nedbring korrupsion og bestikkelse*

betydeligt”, som direkte taler ind i både princip 10 i UN Global Compact, samt et af elementerne, som virksomheder skal forholde sig til, hvis de er underlagt kravene til rapportering på CSR (Den danske §99a i Årsregnskabsloven). Hermed er det tydeligt, at der er noget, virksomheder måske har en indsats overfor, men som man ikke instinktivt forbinder med det overordnede mål.

Som ovenstående illustrerer, kan dét at sætte sig ned og orientere sig grundigt i Verdensmålene og deres delmål give muligheder for at sikre forretningen ved at minimere risici for eksempelvis medarbejderstabens sundhed. Samtidig kan nogle mål indeholde umiddelbart oversete muligheder for at arbejde med nye indsatser. Det gælder specielt for SMV’er der måske står og skal til at ekspandere internationalt og derfor kan komme i kontakt med markeder hvor korrupsion kan være mere udbredt.

Hvad med forretningsmulighederne?

Disse eksempler giver indblik i nogle af de udfordringer, som man kan stå overfor i arbejdet med Verdensmålene. Som nævnt tidligere er der masser af muligheder ved som virksomhed at koble sig til denne globale dagsorden og det fælles sprog som Verdensmålene giver. Samtidig tilbyder Verdensmålene, en mere fokuseret bæredygtighedsindsats, nye forretningsmuligheder og generel forretningsudvikling, hvis man formår at koble den globale dagsorden til sin konkrete kontekst og forretning. Samtidig er Verdensmålene meget brugbare ift. både intern og ekstern kommunikation, grundet deres genkendelighed. Det giver en fælles platform at tale ud fra på tværs af grænser.

Indadtil kan målene eksempelvis bruges til at skabe et ’purpose’ for medarbejdergrupper som i højere grad end tidligere vil se at arbejdet betyder noget, både lokalt, nationalt og globalt. Har man styr på sin indsats og hvordan den relaterer sig til målene, eller er udsprunget af et initiativ inspireret herfra, er det nemt at forklare og bevise for medarbejdere som både skal motiveres og som agerer ambassadører for virksomheden.

Eksternt er de en kilde til både salg og kommunikation ift. eksempelvis kommende medarbejdere. Du kan med Verdensmålene let tale ind i en kontekst, som dine kunder allerede kender og bruger, og altså skille dig ud, husk blot at være opmærksom på nogle af de faldgruber, som vi har forsøgt at præsentere nogle af her. Så kan du bedre sikre, at der er en meningsfuld kobling mellem forretningen og de Verdensmål du har udvalgt.

Links til guides, strategi, rapporter etc.

- [Dansk Industris guides for virksomheder](#)
- [7 cases om SMV’er og Verdensmålene](#)
- [Dansk Institut for menneskerettigheders Verdensmål database med cases](#)
- [GRI og UNGC’s Praktiske guide til at rapportere på Verdensmålene -2017](#)
- [Regeringens handlings plan for Verdensmålene](#)
- [The 2030 agenda for Sustainable Development](#)
- [Danske Revisorer: ESG-Hoved- og nøgletalsrapport i årsrapporten](#)

Artikel af CSR Advisors DENMARK, maj 2020

www: <https://csr-advisors.dk/>

Mail: <https://csr-advisors.dk/contact/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/csradvisorsdenmark/>