



Mange har frygtet, at coronapandemien ville nedtone interessen for verdensmålene, men det ser ikke ud til at være tilfældet. Tværtimod mener mange eksperter, at den økonomiske genopretning kun er mulig, hvis vi også får udbredt verdensmålene globalt.

Samarbejde.

Fremtidens markeder skabes af virksomheder og forskere i fællesskab



KRONIK

Julie Emontspool og Martin Hannibal, Institut for Marketing & Management, SDU



FNs 17 verdensmål (Sustainable Development Goals) blev vedtaget for fem år siden, og i dag har mange organisationer taget dem til sig som guidelines for deres strategiske arbejde – også Syddansk Universitet.

Der er stort set enighed om, at vi ikke kan fortsætte som hidtil, og at det kræver et bredt samarbejde mellem virksomheder og andre samfundsmæssige aktører at finde nye veje. Verdensmålene handler i høj grad om klima og miljø – men de fokuserer også på sundhed, ligestilling, social velfærd og nødvendigheden af at gentænke vores samfund på mange niveauer.

Mange har frygtet, at coronapandemien ville nedtone interessen for verdensmålene, men det ser ikke ud til at være tilfældet. Tværtimod mener mange eksperter, at den økonomiske genopretning kun er mulig, hvis vi også får udbredt verdensmålene globalt.

For eksempel har Green Recovery Alliance argumenteret for at etablere et netværk af beslutningstagere, virksomheder, finansielle aktører, NGO'er, tænketanke, fagforeninger og andre interessenter fra hele verden med fokus på udvikling af klimaneutrale økosystemer.

Det vil give store muligheder for jobskabelse, vækst og forbedring af livsvilkårene for alle borgere på kloden, hvilket igen kan bidrage til at udvikle mere stabile samfund. Til det formål er der brug for at udveksle ideer, udvikle viden og skabe synergier mellem forskellige samfundsmæssige interessenter.

VIRKSOMHEDERNE INDTAGER EN nøgleposition i denne proces. Mange af dem har allerede forpligtet sig og er i fuld gang med at oversætte verdensmålene til målbare standarder og ledelsesværktøjer for bæredygtighed. Men en del ledere kæmper stadig med at tilpasse og implementere verdensmålene i deres forretningspraksis.

En undersøgelse fra Lederne.dk (2019) viser, at syv ud af 10 ledere er i gang med at udvikle forretningsmuligheder, der har en positiv social eller miljømæssig effekt – og seks ud af 10 ledere vil have stærkere fokus på verdensmålene i de kommende år. Men undersøgelsen viste også, at der er forskel på store firmaer og SMV (små og mellemstore virksom-

heder) – de store virksomheder er foran i forhold til at tilegne sig verdensmålene.

65 procent af de ledere, der arbejder med et eller flere verdensmål er ansat i virksomheder med mere end 250 ansatte, og lidt mere end halvdelen af de ledere, som endnu ikke er optaget af verdensmålene, arbejder i SMV.

Det manglende engagement skyldes ikke uvillighed – men det viser, at de små og mellemstore virksomheder har brug for støtte til at integrere verdensmålene på et strategisk niveau. Mange af dem siger direkte, at de mangler indsigt og viden om best practice i relation til verdensmålene.

Det danske – og især det industrielle økosystem i vores region – er domineret af SMV, og de er yderst vigtige for økonomisk vækst, udvikling af nye produkter og nye markeder. Derfor skal vi have involveret deres ideer, viden og potentialer i bestræbelserne på at få implementeret bæredygtige økosystemer.

INSTITUT FOR MARKETING & Management på SDU forsker i implementering af verdensmål og arbejder med at ruste virksomheder og andre aktører i samfundet til at håndtere overgangen til bæredygtighed. I de kommende måneder har vi en række aktiviteter, som skal udvide og styrke samarbejdet mellem universitet og virksomheder, så vi sammen kan sikre, at virksomhederne har tilgang til den viden og de medarbejdere, som de skal bruge for at komme i mål med en strategi, der kan orientere deres forretning mod en opfyldelse af verdensmålene i praksis.

Det første step er en 'SDG Camp – Growing Sustainability!' (24.-25. oktober), hvor studerende deltager i en 24-timers innovationsworkshop, som skal udvikle bæredygtige løsningsforslag til syv cases. Problemformuleringerne er udformet i samarbejde med virksomheder fra en række forskellige brancher.

Næste step er 'SDG Debate – Growing Sustainability?' (19. november), som er arrangeret i samarbejde med Erhvervshus Fyn. Det bygger videre på resultaterne fra SDG Camp og fokuserer på, hvordan de små og mellemstore virksomheder konkret kan integrere verdensmålene i deres forretningsstrategi.

Denne del er en kombination af inspirationsforedrag af forskere og virksomhedspersoner, workshops om uddannelsen af fremtidige medarbejdere, og præsentation af de studerendes arbejde fra SDG Camp.

RESULTATET AF DISSE aktiviteter vil indgå i de studerendes pensum på flere måder. Dels via instituttets Talentprogram, som har til formål at lade studerende møde virksomheder, der har lyst til at deltage aktivt i udformningen af de studerendes uddannelse med henblik på at rette den mod virksomhedernes behov.

Dette samarbejde forløber i tre faser: Først skal den studerende løse en projektopgave med udgangspunkt i et emne, som er formuleret i et samarbejde mellem virksomheden og Institut for Marketing & Management. Derefter skriver den studerende sit speciale i samarbejde med virksomheden – og i sidste fase tilbyder virksomheden den studerende en etårig trainee stilling med løn, når den studerende har fuldført sin kandidatuddannelse.

Dette program har allerede eksisteret i nogle år med succes, og virksomheder bruger det i stigende grad til at udvikle deres bæredygtighedsstrategier.

I forlængelse heraf og for at styrke samarbejdet mellem universitet og virksomheder yderligere er instituttet nu i gang med at udvikle en etårig overbygningsuddannelse i 'Ansvarlig Forretningspraksis'. Formålet med denne uddannelse er at give bachelorer fra en række forskellige fagområder mulighed for at få mere viden om, hvordan man implementerer bæredygtighed i en forretningskontekst.

DENNE UDDANNELSE BLIVER udviklet af virksomhederne og universitetet i fællesskab, og de studerende bliver fulgt tæt af forskerne i praktikperioden. De involverede virksomheder får således et netværk af forskningsbaseret viden, som de kan sparre med og trække på både før, under og efter praktikforløbet.

Samtidig får virksomhederne også lejlighed til at udveksle erfaringer med hinanden undervejs om udvikling af strategiske løsninger, der er i tråd med verdensmålene.

Institut for Marketing & Management har lang erfaring i at arbejde sammen med virksomheder i alle størrelser og sektorer, og med disse initiativer vil instituttet påtage sig en endnu mere aktiv rolle i forhold til at fremme fremtidens markeder i retning af social ansvarlighed og bæredygtighed – sammen med engagerede virksomheder, der kan og vil.

Interesserede kan få mere information om projekterne ved at skrive til Julie Emontspool juli@sam.sdu.dk eller Martin Hannibal mhh@sam.sdu.dk