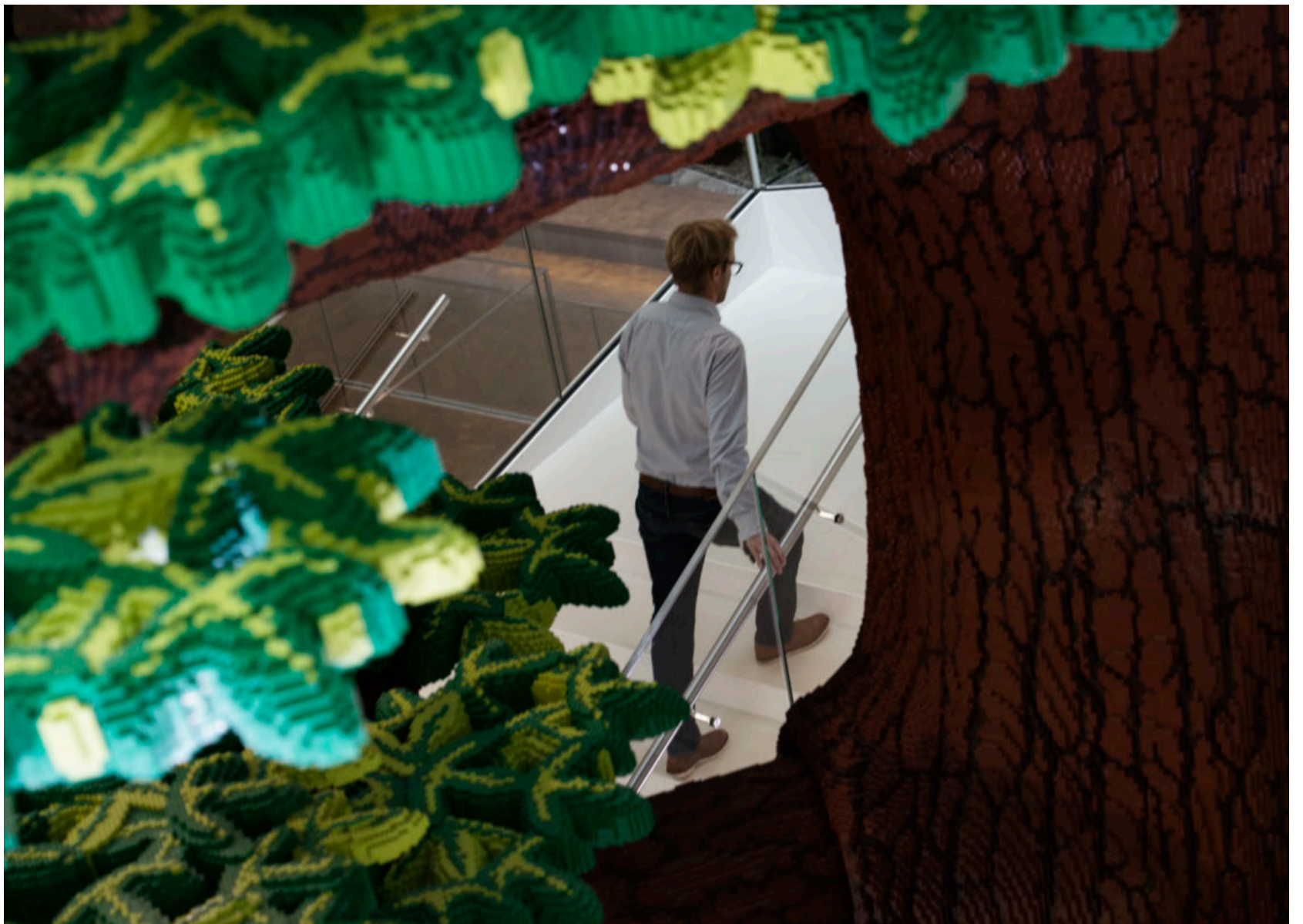


**Forretnings-  
optimering****Udgiver**  
Morgenavisen  
Jyllands-Posten**Ansvarshavende  
chefredaktør**  
Jacob Nybroe**Magasinredaktør**  
Jakob Vestergaard**Redaktør**  
Lars Dalsgaard  
og Ditte Ravn/  
Media Movers**Layouter**  
Nini Nielsen/  
Media Movers**Forsidefoto**  
Cathrine Ertmann**Kontakt**  
temasektion@jp.dk

Lego er en af mange virksomheder, som satser på mere bæredygtige produkter - i dette tilfælde Lego-klodser af en ny type plastik. Foto: Morten Lau-Nielsen

# Er FN's verdensmål besværlige? Måske. Men de kan forbedre din bundlinje

Den danske virksomhed MonkeyGlasses har vist, at der er god forretning i at være bæredygtig.



## FORRETNINGSUDVIKLING ANNABETH AAGAARD

Virksomheder har altid haft behov for kontinuerlig forretningsoptimering. Men hastigheden og frekvensen, hvormed virksomheder skal forny sig, er voldsomt forøget på grund af en intensiv konkurrence og et øget forandringspres fra kunder og samarbejdspartnere. Men hvordan optimerer man sin virksomhed i dagens Danmark, så den er fremtidssikret?

Digitalisering skaber klart en masse spændende muligheder, men der er en anden tendens, som også har vist sig at skabe unikke og måske endnu mere vidtrækkende positive effekter: At gøre den værdikæde og det økosystem, som er nødvendig for jeres forretnings fremtid, bæredygtig.

**FN's 17 verdensmål kan være** en afgørende løftestang for en virksomheds forretningsoptimering. Bæredygtig virksomhedsledelse har længe været i fokus, bl.a. på grund af Regnskabslovens paragraf 99 som foreskriver, at store (børsnoterede) virksomheder skal supplere ledelsesberetningen med en redegørelse for samfundsansvar.

Det har især rykket på større virksomheders arbejde med CSR og bæredygtige forretningsmodeller, men også virksomhedernes mindre underleverandører, som har måttet optimere deres forretning for at efterleve de stores krav til miljøbevist og social ansvarlig produktion.

Den "nye" drivkraft for bæredygtig forretningsoptimering kommer fra FN's 17 Sustainability Development Goals (SDGs) eller i daglig tale "FN's verdensmål". Verdensmålene består af 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.

Og selv om målene måske godt kan virke lidt ukonkrete for en virksomhedsleder, har både store som små virksomheder brugt dem som løftestang for at optimere og udvikle deres forretning.

**En mindre, dansk virksomhed** som har taget verdensmålene til sig, er MonkeyGlasses. De to stiftere har blandt andet taget udgangspunkt i Verdensmål 12 (ansvarligt forbrug og produktion), 13 (klimaindsats) og 14 (livet i havet ved at undgå plastik).

Det har de konkret gjort ved at udvikle bæredygtige alternativer i de forskellige dele af værdikæden. F.eks. anvender de 100 pct. bionedbrydelige materialer til deres brillestel (bomuldsacetat og papir) samt bæredygtigt og miljømærket læder og rustfrit stal, som er det mest genanvendelige metal. Derudover bliver spildmaterialer fra produktionen genbrugt enten i "recycle-briller" eller i produktionen af smykker, som de i dag også sælger. Selv brilleetuierne er blevet skiftet ud med brilleetui af slidstærkt genbrugspapir, og pudsekludene er lavet af gamle plastikflasker. Men hvad har MonkeyGlasses så fået ud af det?

Helt konkret har virksomhedens indsats for et mere optimalt forbrug af verdens ressourcer igennem hele værdikæden medført 50 pct. vækst over de seneste tre år. Så der er rigtig gode, fornuftige og langsigtede optimerings- og udviklingspotentialer i bæredygtighed for danske virksomheder.

Det handler om at tage udgangspunkt i de udfordringer, som din forretning konkret har med f.eks. resourceforbrug, håndtering af affald og forurening. Og om at bruge verdensmålene som idégenerator for bæredygtig forretningsoptimering.

Annabeth Aagaard, ph.d., er lektor og forskningsleder for Interdisciplinary Centre for Digital Business Development på Aarhus Universitet samt direktør i konsulenthuset, KnowledgeHouse, denvidendevirksomhed.dk.