

Referat

RUNDBORDSAMTALE OM BETYDNINGEN AF DE NYE
FN VERDENSMÅL FOR SMÅ OG MELLEMSTORE VIRK-
SOMHEDER



Baggrund

Dialogforum for Samfundsansvar og Vækst var d. 22. august 2016 vært for en rundbordsamtale om betydningen af de nye FN verdensmål for små og mellemstore virksomheder (SMV'er).

Arrangementet henvendte sig til brancheforeninger, netværk og rådgivere af små- og mellemstore virksomheder indenfor CSR og virksomheders samfundsansvar samt til foreninger og civilsamfundsorganisationer, der beskæftiger sig med virksomheders leverandørkædeproblematikker.

Rundbordet havde til formål at udveksle viden og erfaringer mellem deltagerne og komme med anbefalinger til Dialogforums videre arbejde med at fremme udbredelse af Verdensmålene til små og mellemstore virksomheder, bl.a. ved at tale om muligheder og barrierer, konkretiseret igennem virksomhedernes arbejde med leverandørkæde styring. Fokus var på cases og ideer, der fx kan formidles til små og mellemstore virksomheder via danske brancheorganisationer, rådgivere og andre aktører, der interagerer med og rådgiver målgruppen på daglig basis.

Rundbordsamtalen blev indledt ved, at Dialogforums formand Dan Boyter påpegede vigtigheden af et enslydende og handlingsanvisende budskab til denne gruppe af virksomheder. Derudover pointerede formanden, at han anser kommunikation af forretningsmuligheder som en nøgle i forhold til at motivere de små- og mellemstore virksomheder. Efter Dan Boyters indledende velkomst gik deltagerne ud i to sessioner, som blev faciliteret af Sara Krüger Falk, DI og Kenneth Hald Jensen, Green Network.

Session 1: Potentialet i FN's verdensmål for små og mellemstore virksomheder

Præmissen for diskussionen var, at mange små og mellemstore virksomheder mangler konkrete cases og anbefalinger, som svarer til deres kapacitet og ambitionsniveau i deres stillingtagen til, hvordan de kan arbejde med FN's verdensmål. Deltagerne skulle derfor forholde sig til, hvordan disse kan tilvejebringes og formidles samt til hvilke behov og barrierer, de ser blandt de små- og mellemstore virksomheder.

I sit inspirationsoplæg lagde Marianne Haahr fra Mandag Morgen vægt på, at eksporterende virksomheder kun udgør ca. 6 pct. af virksomhederne i Danmark. Mårettet kommunikationen om Verdensmålene til de SMV'er, der indgår i denne specifikke gruppe, vil være værdiskabende fremfor eksempelvis massekommunikation til den brede gruppe af SMV'er. Herudover blev der peget på nødvendigheden af, at SMV'er ikke alene benchmarker kerneforretningen ift. de nærmeste, lokale konkurrenter, men skuer udover disse interesser og ser på de globale risici som en mulighed. Som eksempel på forretningsmuligheder blev det nævnt, at FN, en anseelig international indkøber, vil begynde at bruge Verdensmålene strategisk i sine indkøb. Det blev dog ligeledes fremhævet, at Verdensmålene ikke kun handler om globale muligheder, men også om implementering i Danmark.

Diskussionen udledte bl.a. flg. anbefalinger til Dialogforum i deres videre arbejde:

| Barriere | Anbefalinger |
|--|--|
| <p>SMV'erne mangler målrettet information og viden om Verdensmålene.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Målrettet kommunikation til bestyrelser og lokale erhvervsnetværk (fx Lions Club og Rotary) – og via lokale kanaler som lokalaviser. • Finansinstitutioner, der udlåner kapital til virksomhederne, skal efterspørge viden om Verdensmålene. • Start ups, iværksættere m.m. kan nemmere præges end etablerede virksomheder. Væksthuse og andre rådgivere af den type virksomheder skal formidle viden om Verdensmålene og inspirere til handling. • Let tilgængelig relevant rådgivning, evt. tilpasset virksomheders branche/sector. Måske kan der skabes klynge-samarbejder på området. • Der kan udarbejdes materiale, der er tilpasset forskellige målgrupper/segmenter, fx eksporterende virksomheder. Informationen skulle dermed omhandle "fra hjemmemarkedet til eksport". |
| <p>SMV'er oplever ikke tilstrækkelig markedsbaseret efterspørgsel efter ansvarligt producerede varer/ arbejde med Verdensmålene. Incitamenterne er fraværende.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Virksomheder skal belønnes, fx via offentlige indkøb eller i kravspecifikationen bag uddeling af puljemidler. • Der bør generelt udvises konsistens, når der lanceres krav fra politisk side (fx hvis virksomheder skal have en politik for samfundsansvar, bør regeringen også selv have én). • Uddannelsesmateriale og kampagne om Verdensmålene foranlediget af Verdens Bedste Nyheder, finansieret af bl.a. Undervisningsministeriet, blev nævnt som en faktor, der kan drive efterspørgsel på langt sigt i kraft af den nye generation. • Det skal undersøges, hvad det koster virksomhederne <i>ikke</i> at gøre noget. |
| <p>SMV'erne oplever knaphed af ressourcer, både internt i virksomheden og ift. ekstern risikovillig kapital</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Etablering af mentorordninger, hvor de store virksomheder, der allerede er i gang, kan hjælpe SMV'er. • Der ligger mange muligheder ude i verden – men der er ikke mange virksomheder, der kaster sig ud i dem uden støtte. Der bør derfor kigges på risikovillig kapital (støttemuligheder, investeringer inspireret af IFU m.m.) Det blev i den forbindelse nævnt, at Verdensmålene også vedrører indsatser ift. det danske arbejdsmarked. • Vækstfonden, og den finansielle sektor, har indflydelse på stiftelse af virksomheder – de kan stille krav til |

| | |
|--|--|
| | at der arbejdes med Verdensmålene, og de kan formidle mulighederne derved. |
|--|--|

Session 2: Konkretisering af værdien i FN's verdensmål for små- og mellemstore virksomheder igennem værdikæder

Omdrejningspunktet for debatten var, hvordan danske små og mellemstore virksomheder helt konkret kan koble deres arbejde med leverandørkæder til Verdensmålene og derigennem skabe nye vækstmuligheder. Deltagerne blev bedt om at pege på barriererne for dette og skitsere anbefalinger og gode eksempler, som er lette at gå til for de små og mellemstore virksomheder.

I sit inspirationsoplæg henviste Helene Regnell fra Dansk Initiativ for Etisk Handel (DIEH) til publikationen State of Ethical Trading, der samler op på medlemmerne af DIEH's aktiviteter i 2015. Publikationen viser, at det endnu kun er de store virksomheder, der har taget fat i Verdensmålene. Helene Regnell gennemgik Dansk Supermarkeds arbejdsmetodik ift. Verdensmålene. Igennem arbejdet med Verdensmålene har ledelsen i Dansk Supermarked skabt overblik over virksomhedens positive og negative påvirkninger på Verdensmålene. Det fungerer desuden som et prioriterings- og afgrænsningsredskab. Analysemetoden er bygget op som et risikostyringssystem, der også kan bruges til at identificere muligheder for forretningsudvikling. Deltagerne bemærkede, at metodikken til implementering af Verdensmålene langt hen ad vejen vil kunne kopieres af andre virksomheder som et redskab til at identificere hvilke mål, man vil arbejde med.

Diskussionen udledte bl.a. flg. anbefalinger til Dialogforum i deres videre arbejde:

| Barriere | Anbefalinger |
|---|--|
| Der er et meget begrænset kendskab til Verdensmålene blandt SMV'erne – og målene appellerer ikke til dem i sin nuværende italesættelse. | <ul style="list-style-type: none"> • Der savnes generelt gode SMV cases ift. arbejdet med Verdensmålene. Det bør ses på, om disse kan understøttes/udvikles, fx ved at lave et forløb med en række SMV'er, der kan blive rollemodeller for andre • Det er vigtigt at skabe en accept af, at det i orden at starte med få mål. Virksomhederne skal ikke kunne favne alle mål. • Viden om Verdensmålene i den lokale erhvervs-service, så de kan oversættes til lokal kontekst. Regionale væksthuse skal bl.a. vide, hvad de skal sige, og hvor de skal henvise for hjælp/redskaber. • Den nuværende momentum og opmærksomhed omkring Verdensmålene bør udnyttes. • SMV'er har ofte den fordel, at de kan agere hurtigt, når først de er motiverede. Ejerledere er ofte hurtige til at implementere nye ideer, når beslutningen er truffet. |
| Virksomhederne er endnu ikke nået til | <ul style="list-style-type: none"> • Der er ikke kendskab til rollemodeller blandt SMV'er på dette område. Det skal undersøges, om der er |

| | |
|---|--|
| <p>implementering ift. leverandører</p> | <p>nogle SMV'er, der allerede arbejder med Verdensmålene, men måske kalder det noget andet?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metodikken fra Fair Trade mærket kan være en model til efterlevelse. • De mest modne virksomheder, der er kendskab til, skal findes blandt retailers/dagligvarer. • Det kan undersøges, hvad SMV'erne kan lære af de store virksomheder, der er i berøring med Verdensmålene? • Der er behov for opbygning af samarbejdsplatforme fx imellem virksomheder NGO'er og/eller sektor- og branchesamarbejder. • Som underleverandør skal SMV'er forholde sig til alle mulige codes of conduct – Verdensmålene har potentiale til at blive et nyt sprog/en ny systematik, der bl.a. kan lette dokumentationsbyrderne for virksomhederne. |
| <p>SMV'erne har knappe ressourcer at benytte i arbejdet med Verdensmålene</p> | <ul style="list-style-type: none"> • For at adressere ressourcespørgsmålet kan der laves generiske værktøjer på brancheniveau, der kan formidles bredt fx via brancheforeninger. • Dansk Supermarkeds metodik kan med fordel offentliggøres for at fremme anvendelse i andre virksomheder. • Der ligger et potentiale i at gå sammen flere virksomheder om at udarbejde analysen og se på muligheder for at pulje deres arbejde med Verdensmålene. • Der bør udvikles et assessment tool, som SMV'erne kan bruge til at danne sig et første overblik – et erkendelsesværktøj, evt. med et benchmark indarbejdet. Det nuværende SDG Compass opleves som for abstrakt. Værktøjet bør tage udgangspunkt i virksomhedens markedssituation fremfor i Verdensmålene. • Der skal gøres bedre brug af eksisterende ressourcer. Virksomhederne skal have hjælp til at få et overblik over, hvem der kan hjælpe, og hvad der findes af værktøjer på nuværende tidspunkt. • Fremme af partnerskaber/samarbejde imellem virksomheder NGO'er og internt i brancher – myndighederne kan facilitere denne udveksling. |

I sin afsluttende opsamling lagde Dan Boyter vægt på behovet for at understøtte virksomhedernes arbejde med samfundsansvar i lyset af de internationale udviklingstendenser, herunder anvendelse af eksisterende viden og værktøjer, brugen af rollemodeller, og at der tages højde for, at særligt

små og mellemstore virksomheder mødes i øjenhøjde. Dan Boyter takkede for de mange indspil til Dialogforum, som vil indgå i forummets kommende møde d. 22. september 2016, hvor Dialogforum desuden skal afgive bemærkninger til et foreløbigt udkast til regeringens handlingsplan for Verdensmålene (SDG).

