

konstellationer

Bæredygtigt erhvervsliv efterlyser politisk mod

Tjene penge

vat

Civil

Solidaritet



Af Christine Theisen, freelancejournalist / Foto af Jakob Eskildsen

Erhvervslivet går foran, når det handler om at skabe bæredygtige tiltag. I hvert fald hvis de selv skal sige det. Men erhvervsfolk efterlyser, at politikerne i højere grad belønner de ansvarlige virksomheder og straffer de ligeglade.

Saften i glassene er af den økologiske slags, regnvandstrappen risler stille i hjørnet af huset, og spredte solglimt sætter tagets bevægelige solcellepaneler på arbejde. Dog er det uden sammenligning komposttoiletet, der tiltrækker sig den største opmærksomhed, mens oplægsholdere og tilhørere venter på, at offentliggørelsen af antologien 'En bæredygtig fremtid' går i gang.

Scenen er Det Økologiske Inspirationshus på Frederiksberg. Bag opførelsen af huset står teaterleder Jytte Abildstrøm, der igennem en menneskealder har kæmpet for en grønnere miljøpolitik, men i dag er det ikke den farverige skuespiller, der er i fokus. Det er derimod en håndfuld fremtrædende personer fra danske virksomheder og organisationer, der hver især, på foranledning af den internationale tæppevirksomhed Interface-FLOOR, har skrevet en artikel om deres syn på begrebet bæredygtighed.

For det er ikke længere forbeholdt flippere på ø-lejr at tale om bæredygtighed, indleder erhvervsrådgiver og forfatter Tania Ellis sit indlæg. I dag er bæredygtighed i stigende grad ved at finde fodfæste som beslutningspunkt på bestyrelsesmøder rundt om i erhvervslivet.

En bredere forretningslogik

"Men vi er midt i en paradoksal tid," siger Tania Ellis, der også har beskrevet udviklingen i bogen 'De nye pionerer'.

"På den ene side ser vi forbrugere, der går benhårdt efter discount, og på den anden side oplever vi et boom i efterspørgslen efter økologiske og etisk producerede varer. Alene sidste år blev der solgt fairtrade produkter for 500 milliarder kroner på verdensplan. Samtidig oplever vi flere og flere medarbejdere, der kigger på omdømme og etik, når de leder efter nyt job. De ønsker, at der skal være et værdimatch mellem dem selv og deres arbejdsplads."

For erhvervslivet betyder det, at der er opstået en ny forretningslogik, som ikke kun har snæver fokus på økonomi og profit. Hvor man før i tiden lod andre om at løse samfundsproblemer, indser flere og flere virksomhedsledere, at det kan være god forretning at være med til at tage et ansvar for samfundets udvikling.

Men det betyder ikke, at virksomhedens resultater og overskud får mindre betydning, pointerer Tania Ellis, blot at det at drive virksomhed bliver sat i et bredere perspektiv, der også tager miljømæssige, sociale og etiske hensyn. Og det kræver igen, at virksomhederne arbejder mere langsigtet, snarere end at gå efter den hurtige gevinst.

Ikke et idealistisk projekt

Fra virksomheden Novozymes er bæredygtighedsdirektør Claus Stig Pedersen enig i, at bæredygtighed skal tænkes ind i kernen af virksomhedens forretningsstrategi.

"Bæredygtig produktion skal ikke være et idealistisk projekt," siger Claus Stig Pedersen i sit indlæg, som han med en snert af ironi har valgt at kalde 'Virksomheder er iskolde og beregnende, naturligvis'.

"Vi skal have løst nogle alvorlige samfundsproblemer som HIV, fattigdom og global opvarmning, og det vil være naivt at tro, at idealisme kan trække læsset alene. Erhvervslivet har enorme kræfter og vil gerne bidrage, men vi er begrænset af, at virksomheders eksistensberettigelse er at tjene penge. Derfor mener jeg, det er politikernes ansvar at udstikke nogle rammer, der fremmer de rigtige løsninger. Ser erhvervslivet først muligheder for at udvikle forretningen, er jeg sikker på, det vil gå hurtigt med at finde på nye løsninger og produkter, der ikke belaster miljø og sociale forhold særlig meget."

Som eksempel bør det være dyrere at forurene, mener bæredygtighedsdirektøren.

"Når jeg selv lægger økologiske grøntsager i min indkøbskurv, irriterer det mig hver gang, at de er dyrere end de konventionelt dyrkede grøntsager. Jeg kan ikke forstå, hvorfor de produkter, der belaster miljøet mest, er dem, der koster mindst."

"Der er allerede opfundet en bil, der kan køre 100 kilometer på literen. Det samme er produktionsprocesser, der sparer vand og er fri for kemikalier. Men virksomhederne er ikke motiverede til at markedsføre disse løsninger, og derfor skal politikerne på banen og sikre, at bæredygtighed og forretning går i samme retning," siger Claus Stig Pedersen. →



Fra venstre: Claus Stig Pedersen fra Novozymes, Jens Bertelsen fra Global Advice, Søren Hvilshøj fra Grontmij/Carl Bro, Preben Kristensen fra Rådet for Bæredygtig Erhvervsudvikling, Tania Ellis, selvstændig erhvervsrådgiver og forfatter, Karin Laljani fra InterfaceFLOR

75 anbefalinger til virksomhederne

Antologien 'En bæredygtig fremtid' opstiller i alt 75 anbefalinger til virksomheder, politikere, investorer, forskere, forbrugere og individer. Nedenfor er et udpluk af anbefalingerne:

Til virksomheder

- Forstå, at det er muligt at tjene penge og gøre godt på samme tid – at økonomi og humanisme er de nye alliancepartnere.
- Følg de ti principper for bæredygtighed, som FN Global Compact har formuleret.
- Flyt fokus fra risiko til mulighed.
- Sørg for at genbruge og affaldssortere.
- Sørg for, at den bæredygtige tankegang er en del af virksomhedens kerne, og at den ikke opleves som påklistret.

Til politikere

- Indgå i et tæt samarbejde med virksomheder om udvikling og markedsføring af bæredygtige løsninger.

- Brug den offentlige indkøbsmagt på 150 milliarder kroner årligt til at skabe flere bæredygtige produkter og serviceydelser.
- Gennemfør mere lovgivning på miljøområdet. De største og bedste resultater inden for miljøarbejdet er indtil nu opnået gennem lovgivning som for eksempel rensning af spildevand og kontrol med udledninger.
- Læg afgifter på ikke-bæredygtige produkter.
- Lyt til forskningsverdenen.
- Skab en bedre infrastruktur til at få produkter frem og tilbage på verdens markeder.
- Mobilisér de boomende økonomier i verdens store lande, så de inddrages i løsningen af miljøproblemerne.

Til investorer

- Banker og investeringsinstitutter bør gøre det til normal praksis ikke blot at stille økonomiske krav, men også miljømæssige, sociale og etiske krav til kommercielle låntagere. Anvend for eksempel FNs principper for ansvarlig investering, UNPRI.

Til individer

- Følg med i, hvordan din egen livsstil påvirker Jorden.
- Undgå at blive miljøreligiøs i din tilgang til arbejdet med bæredygtighed.
- Nyd livet.

→ fortsat fra side 21

Brug for økonomiske instrumenter

Også Grundfos' bestyrelsesformand Niels Due Jensen har givet sit besyv med til antologien i sin egenskab af formand for Rådet for Bæredygtig Erhvervsudvikling. Til dagens offentliggørelse er det imidlertid rådets rådgiver Preben Kristensen, der er på podiet. Han indleder med at slå fast, at bæredygtig udvikling stadig er et elitært projekt, som kan være svært for almindelige mennesker at oversætte til praktisk hverdagsliv. Det vil rådet gerne gøre noget for at ændre.

Preben Kristensen tror på, at markedet kan være drivkraft for en bæredygtig udvikling, men heller ikke han mener, det kan ske uden politisk opbakning og stillingtagen. Men hvad vil det konkret sige? Hvor meget skal det for eksempel koste at udlede CO₂, hvis det står til Rådet for Bæredygtig Erhvervsudvikling?

Det spørgsmål ønsker Preben Kristensen imidlertid ikke at give et bud på.

"Virksomhederne peger på, at der er brug for økonomiske rammer, der giver bæredygtige produkter en markedsfordel, men det er op til politikerne at finde det rigtige miks. Det kan vi ikke," svarer han.

Efter dagens i alt seks indlæg er det blevet tid til smalltalk over en økologisk sandwich og en ditto kop kaffe. Derefter opløses mødet. Deltagerne forlader Inspirationshuset og bevæger sig i deres biler eller bestilte taxaer ud i Allégades myldretidstrafik. ■

Mission Zero

Det er virksomheden InterfaceFLOR, der har bedt 11 danskere med rødder i erhvervsliv, organisationer og forskningsverdenen om at komme med hver deres bud på en bæredygtig fremtid.

Virksomheden, der er globalt markedsledende inden for tæppeproduktion, har selv formuleret en Mission Zero-strategi, som skal sikre, at virksomheden i år 2020 ikke sætter miljøaftryk overhovedet.

Inden for de sidste ti år har InterfaceFLOR efter egne oplysninger nedbragt udledningen af drivhusgasser med 60 procent, nedsat vandforbruget pr. kvadratmeter produceret tæppe med 80 procent og reduceret omkostningerne ved spild med cirka 34 procent – det sidste alene svarende til 336 millioner USD i samlede sparede omkostninger.

Se mere på www.interfaceflor.dk

Announce DIEU