

7

**KOMMERCIELLE
ARGUMENTER**

**FOR AT ARBEJDE MED
BÆREDYGTIGHED**



SUSTAINBUSINESS



Hvad vil det sige at arbejde kommercielt med bæredygtighed?

I SustainBusiness beskæftiger vi os hver dag med dette spørgsmål – for det er det, som vi grundlæggende hver dag, sammen med vores kunder, forsøger at besvare.

I vores rådgivning tager vi afsæt i syv kommercielle argumenter når det kommer til bæredygtighed:

Ticket to play

En ny opfattelse af virksomhedens rolle

Differentieringsparameter

Risiko

Tiltræk og fasthold medarbejdere som trives

Marketing og Kommunikation

Forretningsudvikling

SUSTAINBUSINESS

01

Ticket to play

Den bæredygtige agenda kommer til at være udslagsgivende for virksomheders bundlinjer i de kommende år, fordi den vil være en adgangsbillet til at lege med de store. Man vil simpelthen ikke blive inviteret til forhandlingsbordet hos store virksomheder eller det offentlige, hvis ikke bæredygtighed er en del af kerneforretningen

(Høgh. S., Nygaard. S. (2021).
Bæredygtig Business. Turbine.)

02

En ny opfattelse af virksomhedens ansvar

I takt med at der kommer et stigende fokus på bæredygtighed, opstår der en ny opfattelse af virksomhedernes ansvar.

Ansvarlige virksomheder vil derfor skulle forholde sig til bæredygtighed og virksomhedens påvirkning på klima, miljø og sociale forhold.

03

Differentieringsparameter

Tidligere har bæredygtighed alene kunne fungere som en differentieringsfaktor, men i en bæredygtig fremtid, bliver det som i pkt. 1 “Ticket to play”. Et studie fra 2021 påviser, at bæredygtighed allerede i nogle tilfælde er blevet en hygiejnefaktor. De som opnår kommercielle gevinster, er derfor dem, som formår at differentiere sig ved for eksempel at yde den rette rådgivning eller data.

04

Risiko

Ikke-bæredygtige forretninger løber en økonomisk risiko.

Fremtidens marked kommer til at stille høje krav til bæredygtighed, og det bliver fremover sværere og sværere for ikke-bæredygtige virksomheder at undslippe både lovgivning og folkekommissionen.

(Høgh. S., Nygaard. S. (2021).
Bæredygtig Business. Turbine.)

05

Tiltræk og fasthold medarbejdere som trives

Forskning har vist, at medarbejdere, der oplever behovene kompetence, samhørighed og autonomi opfyldt, er mere engagerede i organisationens initiativer, forbinder deres arbejde med en højere mening, og er mere motiverede til at deltage og bidrage til organisationens formål.

Læs mere om medarbejderinvolvering i vores seneste artikel: [Forandringsledelse i den bæredygtige omstilling](#)

06

Marketing og kommunikation

Marketing er født som et kommercielt værktøj, men har med de senest års greenwashing skandaler bl.a. bidraget til, at op mod 52 procent af danskerne, er i tvivl om, hvorvidt de markedsførte klima- og bæredygtigheds-tiltag rent faktisk er bæredygtige.

Læs mere i vores debatindlæg i Finans. om hvorfor vi hos SustainBusiness mener, at virksomheder i fremtiden kommer til at skulle fokusere mere på uddannelse end på marketing.

07

Forretnings- udvikling

Bæredygtighed åbner for nye kundesegmenter og markeder. Investorerne kigger allerede mod de virksomheder, som kan levere de bæredygtige løsninger.

Bæredygtighed kan nemlig være en driver for innovation og udvikling. Med en kundefokuseret tilgang, kan I identificere nye kundebehov og forretningsmuligheder.

I SustainBusiness arbejder vi med kunderejsen som et værktøj til forretningsudvikling.

Ræk endelig ud til os hvis du vil høre mere herom.

Vil du vide mere om hvordan I kan opnå kommerciel succes gennem bæredygtighed?

Læs mere på vores hjemmeside

Du er altid velkommen til at kontakte os
for sparring og rådgivning



Jens Svinth Vogel
CEO & Founding Partner

jsv@sustainbusiness.dk
+45 6055 2099



Steffen Max Høgh
Director & Founding Partner

steffen@sustainbusiness.dk
+45 2712 2798



Sanne Kurtzmann
Partner

sk@sustainbusiness.dk
+45 2873 2008

SUSTAINBUSINESS

SUSTAINBUSINESS