

## 4 steg för att uppnå hållbarhetsåtaganden du gjort

Fler och fler företag gör offentliga åtaganden för hållbarhet, men klarar de att leverera? Palladium har identifierat 4 steg som krävs för att leverera åtagandena.

Allt fler företag offentliggör sina hållbarhets- och sociala mål, och vidtar åtgärder för att uppnå dem (t.ex. att göra sina försörjningskedjor mer transparenta, minska utsläppen av växthusgaser etc.). Medan dessa typer av åtaganden blir allt vanligare, har många företag svårigheter att leverera. Enligt Bain & Company uppnår endast [2% av företagens hållbarhetsprogram sina mål](#). Samma studie säger att det finns tre huvudsaker för detta: brist på resurser, konkurrerande prioriteringar och utmaningar med att hålla anställda ansvariga.

Naturligtvis gör vissa företag betydande framsteg mot sina mål, och det finns en något att lära av varje exempel. I en nyligen [genomförd studie av professor George Serafeim](#) på Harvard Business School visade på att företag som levererar mot sina hållbarhetsmål ökar sitt värde. Vad gör dessa företag som andra kan sträva efter att efterlikna?

Här är fyra steg företag kan ta för att leverera sina hållbarhetsåtaganden och öka företagets värde:

### 1. Identifiera dina intressenter

Hållbarhetsmål kan inte bara vara ansvar för en CSO, hållbarhetsansvarig eller en division/funktion. För att lyckas måste även externa intressenter inkluderas, vilket ofta inte sker. Därför måste man identifiera konsumenter, aktörer längs leverantörskedjan, myndigheter, samhällsintressenter, etc. - alla som påverkar företagets förmåga att leverera på sina hållbarhetsåtaganden.

När Novozymes lanserade sina hållbarhetsmål skapade de en verkställande hållbarhetsstyrelse som inkluderade varje affärsfunktions vVD. Varje styrelseledamot hade det direkta ansvaret för insatserna mot målen.

### 2. Kartlägg ditt ekosystem

Varje företag arbetar i ett ekosystem - ett komplext nätverk av människor, kulturer, processer och (ibland konkurrerande) intressen. Det är omöjligt att börja arbeta mot ett mål utan att förstå hur ditt ekosystem är strukturerat och hur alla spelare interagerar.

Patagonia är känt för att undersöka varje steg i sin försörjningskedja och sedan gå vidare. Företaget delar del av vinsten med miljö- och aktivistgrupper som befinner sig i samma ekosystem, vilket bidrar till att skydda de platser Patagonia's kunder bryr sig om och säkerställer hållbarheten i sin verksamhet som helhet. Även om Patagonia är transparent har de en lång väg att gå, men deras ansträngningar visar en förståelse för det ekosystem som de är beroende av, inklusive intressenterna inom den.

### **3. Anpassa dina incitament**

Inget hållbarhetsmål kan nås om det inte skapar värde för dem som bidrar till det. Efter att ha identifierat alla dina intressenter är nästa steg att anpassa incitament till dina hållbarhetsmål. Vad är det för var och en av intressenterna som gör att de bidrar till hållbarhetsmålen? Vilka är dina anställdas incitament för att bidra och hur är deras roller anpassade till övergripande företags- och hållbarhetsmål?

Gör dina mål till ett vinn-vinn för alla involverade - inte bara en eller en handfull ledare inom organisationen.

### **4. Sätt hållbarhet i centrum i ditt företag**

Traditionellt har många företags sociala eller hållbarhetsaktiviteter inneburit att donera pengar till en viss orsak, till exempel att bygga en skola eller sponsra ett fotbollslag. Dessa filantropiska ansträngningar kan göra skillnad för mottagare, men det här kortsiktiga tillvägagångssättet strider mot omfattning och påverkan och skapar inte sann hållbarhet. Genom att integrera dina hållbarhetsmål inom din kärnverksamhets och affärsstrategin kan du skapa positiva effekter som håller över tiden.

MARS lanserade nyligen en kakaohållbarhetsstrategi, [Kakao för generationer](#), är ett utmärkt exempel. Strategin lägger fram en väg för kakaodlingsbönder och deras samhällen för att förbättra sina inkomster och levnadsvillkor och att förbättra övervakningen av barnarbete och skogsskydd. MARS stöder denna hållbarhetsplan med 1 miljarder dollar över tio år, en enorm insats av resurser som också kommer att bidra till att göra verksamheten lönsam och hållbar på lång sikt.

**Genom att följa dessa fyra steg kommer företagen att kunna tydligt identifiera vilka luckor som finns, där resurserna ska fokuseras och hur effektiviteten kan hittas för att uppnå sina hållbarhetsmål.**