

Nyt netværk vil knække koden til bæredygtigt forbrug

Af Nicoline Olesen & Mette Gert

Hvordan får man danskerne til at tillægge det bæredygtige valg værdi og handle ansvarligt? Det spørgsmål har syv virksomheder på tværs af brancher sat sig for at finde svar på.

Der er mange måder at dyrke netværk på, men det er sjældent, at netværksforløb munder ud i et whitepaper med anbefalinger til andre virksomheder. Men det er præcist, hvad forandringsbureauet Märk ønsker at gøre med et Round Table, der undersøger, hvordan man som ansvarlig og bæredygtig virksomhed hjælper danskerne til at handle, som de har holdning.

Bæredygtighed fylder i vores bevidsthed. Og det er ikke aftaget under Corona. Under lockdown i foråret registrerede Google en kraftig stigning i søgninger, der relaterede sig til 'bæredygtig livsstil'. Endvidere viser flere undersøgelser, at vi gerne vil agere mere bæredygtigt, og som borgere oplever vi, at vi har et stort ansvar.

I en undersøgelse foretaget af Advice i 2019 mener 72,8 procent af danskerne, at det er vigtigt, at det, de køber, er produceret bæredygtigt. Men der er kun 46 procent, som har betalt mere for bæredygtige produkter. Så der synes stadig at være et stykke vej fra tanke til handling. Og det er ikke kun forbrugernes skyld.

Det er en fælles udfordring for virksomhederne, hvordan de får bæredygtighed til at give værdi til forbrugerne - og ikke mindst medarbejderne - og hvordan det bliver kommunikeret på en måde, så det bliver interessant og konkret i forhold til de valg, vi træffer hver dag.

Og der er ikke kun én udfordring, der er flere. En af de væsentligste er, at værdien af bæredygtige produkter ikke opleves tilstrækkeligt stærkt af forbrugerne til at få dem til at handle.

Måske fordi virksomhederne ikke kommunikerer og brander deres bæredygtige værditilbud på en relevant og vedkommende måde?

FAKTA

7 virksomheder har gennem 2020 deltaget i Round Table, hvor målet er i starten af 2021 at udkomme med ideer og anbefalinger til, hvordan vi får danskerne til at tillægge det bæredygtige valg tilstrækkelig værdi.

De 7 virksomheder er:

- Coop
- Irma
- Letz Sushi
- Andel
- Sinatur Hotel & Konference
- MAX Burger
- NRGi

Læring på tværs af brancher

Netop det er en af de problemstillinger, som syv virksomheder har sat sig for at løse i et Round Table.

"Noget af det, der har gjort, at det er fedt at være med, er, det at udkomme med et whitepaper eller et dogme. At sætte barren lidt højere og påvirke en væsentlig del af formidlingen. En af de væsentligste problemstillinger og barrierer er, at alle taler om bæredygtighed og det bliver for abstrakt. Hovedmissionen er at gøre det konkret og handlingsorienteret og det kan et whitepaper," siger deltager i Round

Märk

Table Michael Raffnsøe, Advisor i MAX Burger, og fortsætter:

“Det at man møder ligesindede, som på hver deres måde har oplevet barrierer og succeser, det håber jeg kan fortsætte og forplante sig ud i noget, som kan blive et blivende netværk. Rejsen stopper jo ikke her.”

Virksomhederne spænder vidt fra dagligvarer, restauranter, hoteller og energiselskaber. Men alle med det til fælles, at de ønsker at blive endnu bedre til at nå igennem til kunderne med deres bæredygtige tiltag. De ønsker at skabe en oplevelse af, at de er på en fælles rejse sammen med kunderne.

“Det er vigtigt at hjælpe forbrugerne på vej, men det er bestemt også business. Vi skal sikre et fremtidigt forretningsgrundlag - hvis fiskene forsvinder fra verdenshavene, bliver det svært at lave sushi - og forretningsfordele. Vi skal se holistisk på virksomheden og ikke på bæredygtighed alene,” siger Anders Barsøe, CEO i Letz Sushi.

For forandringsbureauet Märk har det altid været en del af tankegangen, at der må nye typer af partnerskaber til for at løse de klimamæssige og sociale udfordringer.

Derfor har det givet mening at samle en gruppe virksomheder, som alle er langt i arbejdet med bæredygtighed, men som hidtil har været på en til tider ensom frontrunner-rejse.

“Vi håber på, at det her kan være med til at støtte de virksomheder, som er langt fremme og inspirere andre til at komme i gang med at arbejde med deres samfundsambition. Vi kommer til at se mange af denne type partnerskaber på tværs, og det er også nødvendigt, hvis vi skal have stoppet den negative impact vores forbrug og produktion har på kloden,” siger Nicoline Olesen, partner i Märk.

Derfor skal den viden, der bliver genereret under Round Table, også deles med andre virksomheder. Det er en del af missionen at inspirere og hjælpe andre på vej.

Interviewpersoner

Märk

Nille Skalts
Partner
53620414
nille@maerkcph.dk

Märk

Nicoline Olesen
Partner
40858154
nicoline@maerkcph.dk

MAX Burger

Michale Raffnsøe
Advisor
40380504
michael.raffnsoe@max.dk

Sinatur Hotel & Konference

Kari Brandsgaard
Direktør
23374016
kari@sinatur.dk

Letz Sushi

Anders Barsøe
CEO
25102763
anders@letsushi.dk

NRGI

Tommy Jakobsen
Kommunikationschef
toja@nrgi.dk

Om Märk

Märk er et forandringsbureau, der er specialiseret i at hjælpe virksomheder med en ansvarlig og bæredygtig transformation. De hjælper virksomheder med at tydeliggøre deres samfundsambition og kommunikere de bæredygtige visioner og tiltag både internt og eksternt med udgangspunkt i spørgsmål som: Hvilken forskel gør vi som virksomhed for vores omverden? Hvordan inspirerer og mobiliserer vi vores medarbejdere og interessenter? Hvordan integrerer vi vores ansvarlighedsstrategi i kerneforretningen og brandet?

Märk er certificeret B Corp og en del af den globale B Corp bevægelse.

Læs mere på www.maerkcph.dk